A. BEKTEMIROV

MOLIYAVIY MENEJMENT

DARSLIK

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI

OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM VAZIRLIGI

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

A. BEKTEMIROV

MOLIYAVIY MENEJMENT

darslik

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 24 dekabr 2021-yil 60-sonli “Davlat oliy ta’lim muassasalarining akademik va tashkiliy-boshqaruv mustaqilligini ta’minlash bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori, O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim Vazirining 22 avgust 2022 yil 284-sonli buyrug‘i hamda SamISI Kengashining 2022 yil 31-oktabrdagi 3-sonli majlis qaroriga asosan darslik sifatida tavsiya etilgan

SAMARQAND 2022

UDK: 005.915:336(075)
B 49
KBK: 65.49-93ya7

A. Bektemirov. Moliyaviy menejment. /Darslik/ – Samarqand: SamISI, “STAP-SEL” MChJ. Nashriyot - matbaa ijodiy bo‘limi, 2022.- 360 bet.

Taqrizchilar:

S.N.Toshnazarov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Buxgalteriya hisobi” kafedrasi mudiri, professor v.b., i.f.d.

A.B.Taniev – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali Iqtisodiyot fakulteti dekani i.f.n.,dotsent

Darslikda moliyaviy menejmentning iqtisodiy mohiyati va ahamiyati, korxonalarda moliyaviy menejmentni tashkil etish tamoyillari; korxonalarda moliyaviy rejalashtirishning o‘rni va elementlari, korxonalarda moliyaviy boshqaruv xususiyatlari, korxonalar moliyaviy faoliyatiga turli xil risklarning ta’siri, korxonalarda pul oqimlarini boshqarish xususiyatlari, moliyaviy qarorlar qabul qilishda moliyaviy risklar ta’sirini baholash, korxonalar aktivlaridan samarali foydalanish va ular samaradorligini baholash, mahsulotni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarini shakllantirishdagi muammolarni bilishi va ulardan foydalana olishi, korxonalarda moliyaviy ta’minotni samarali tashkil etish va loyihalarni moliyalashtirish jarayonini boshqarish mohiyati yoritilgan. Shuningdek, moliyaviy menejmentni rivojlantirishda davlat tomonidan amalga oshirilayotgan chora – tadbirlarlarning asosiy yo‘nalishlari amaliy ma’lumotlar bilan boyitilib, nazariy jihatdan yoritilgan. Darslik 60410500 – “Bank ishi va auditi” ta’lim yo‘nalishi hamda iqtisod ta’lim sohasidagi bakalavriyat ta’lim yo‘nalishlari talabalariga mo‘ljallangan.

В учебнике освещается экономическая сущность и значение финансового менеджмента; принципы организации финансового менеджмента на предприятиях; роль и элементы финансового планирования на предприятиях; особенности управления финансами на предприятиях; влияние различных рисков на финансовую деятельность предприятий; особенности управления денежными потоками на предприятиях; оценка влияния финансовых рисков при принятии финансовых решений; эффективное использование активов предприятия и оценка их эффективности; проблемы формирования затрат на производство и реализацию продукции; сущность эффективной организации финансового обеспечения на предприятиях и управления процессом финансирования проектов. Также в учебнике представлены теоретические материалы обогащенные практическими сведениями по основным направлениям мер, реализуемых государством в развитии финансового менеджмента. Учебник предназначен для студентов образовательного направления 60410500 - «Банковское дело и аудит» и направлений бакалавриата в области экономического образования.

ISBN: 978-9943-8583-9-8

© A.Bektemirov. SamISI 2022.
© “STAP-SEL” MChJ. Nashriyot - matbaa ijodiy bo‘limi, 2022.

KIRISH

Moliyaviy menejment moliyaviy va iqtisodiy faoliyatning ajralmas qismi bo‘lib, moliyaviy resuslarni sotib olish va undan samarali foydalanishni hal qilishga olib keladi. Bugungi kunda u sanoatlashtirish samarasi bilan biznes sohasida innovatsion va ko‘p qirrali funktsiyalar bilan kengaytirildi. Moliyaviy menejment biznes tashvishining muhim qismiga aylandi va ular ko‘proq moliyaviy menejment sohasiga e’tibor qaratmoqdalar. Moliyaviy menejment korporativ moliya, biznes moliyasi, moliyaviy iqtisod, moliyaviy matematika va moliya muhandisligi sifatida ham rivojlangan. Moliyaviy menejment haqidagi asosiy tushunchani tushunish moliya, bank ishi, iqtisod va menejment talabalari uchun muhim qismga aylanib bormoqda.

Kadrlar tayyorlash milliy dasturining sifat bosqichi amalga oshirilayotgan bugungi kunda tayyorlanayotgan iqtisodchi mutaxassislarda moliyaviy menejment haqida bilim, malaka va ko‘nikmalar hosil qilish korporativ tuzilmalarda moliyaviy munosabatlarni samarali tashkil etish orqali mamlakat iqtisodiy taraqqiyotiga zamin yaratadi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida moliyaviy resurslar har qanday korxonada boshqaruv obyekti bo‘lib hisoblanadi, shunday ekan, talabalar moliyaviy-iqtisodiy hisob-kitoblarni amalga oshirish uchun turli axborot manbalarini tahlil qilish va ulardan foydalanish qobiliyatini; turli tashkiliy-huquqiy shakldagi tijorat va notijorat tashkilotlari, shu jumladan moliya-kredit, davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatini tavsiflovchi moliyaviy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarni va ularni hisoblash usullarini ishlab chiqish va asoslash qobiliyatini oshirib borishi muhim ahamiyat kasb etadi. Bu sohadagi uzviylik hozirgi sharoitda moliyaviy menejmentga bog‘liq puxta bilimga ega bo‘lishi, har qanday korxona oldida turgan moliyaviy masalalarni to‘g‘ri anglashi maqsadga muvifiq.

Moliyaviy menejmentning maqsadi moliyaviy qarorlarni qabul qilish jarayonini tushunish va moliyaviy qarorlarning qiymat yaratishga ta’sirini izohlash imkonini berishdir. Shunday qilib, kitob sizni

moliyaviy menejmentda qaror qabul qilishning uchta asosiy yo‘nalishi bilan tanishtiradi: investitsiyalar, moliyalashtirish va aktivlarni boshqarish qarorlari. Bugungi kunda moliyaviy menejerga tashqi omillarning ta’siri kuchaymoqda. Kuchli korporativ raqobat, texnologik o‘zgarishlar, inflyatsiya va foiz stavkalarining o‘zgaruvchanligi, butun dunyo bo‘ylab iqtisodiy noaniqlik, o‘zgaruvchan valyuta kurslari, soliq qonunchiligidagi o‘zgarishlar, atrof-muhit muammolari va ma’lum moliyaviy bitimlardagi axloqiy tashvishlar deyarli har kuni hal qilinishi kerak.

Har bir bob bo‘yicha aniq va qisqa xulosalar, mavzu bo‘yicha topshiriqlar, nazorat savollari, testlarning ketirilganligili kitobxonning fanni o‘zlashtirishlarida o‘ziga xos ahamiyat kasb etadi. Amaldagi Davlat ta’lim standartlari talablari asosida o‘quv adabiyotlarining yangi avlodini yaratish davr talabi bo‘lib turgan bugungi kunda mazkur darslik oliy ta’lim muassasalarida iqtisodchi mutaxassislar tayyorlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Darslikdan boshqa iqtisodiy yo‘nalishlar va mutaxassisliklar, talaba va magistrantlar, ilmiy tadqiqotchilar, shuningdek professor-o‘qituvchilar va amaliyotchi mutaxassislar ham o‘z faoliyatlari davomida foydalanishlari mumkin.

I BOB. “MOLIYAVIY MENEJMENT” FANINING PREDMETI, OBYEKTI, MAQSAD VA VAZIFALARI

1.1. “Moliyaviy menejment” fanining predmeti, obyekti, maqsadi va vazifalari.
1.2. “Moliyaviy menejment” fanining rivojlanish tarixi.
1.3. “Moliyaviy menejment” fanining tarkibiy tuzilishi va boshqa fanlar bilan bog‘liqligi.
1.4. Moliyaviy menejmentning boshqaruv subyektlari.

1.1. “Moliyaviy menejment” fanining predmeti, obyekti, maqsadi va vazifalari

Bozor iqtisodiyotining barcha modellari ijtimoiy himoyalash va davlat tomonidan tartibga solishni talab etadigan xo‘jalik yuritish subyekti hisoblanadi. Mulkchilikning turli shakllarini rivojlanishini va shunga asosan to‘la xo‘jalik mustaqilligini, ya’ni moliya va mehnat resurslarini tashkil etishda, foydani taqsimlashda tashqi bozorlarga chiqish va shu kabilarda to‘la bozor mexanizmini boshqarish usullarini qo‘llashni taqozo etadi. Boshqarishni ushbu usul va shakllari bozordagi talab va ehtiyojni qondirishga, iste’molchilar tomonidan berilgan buyurtmalar asosida mahsulot ishlab chiqarishga moslashtiradi.

Bozor mexanizmi ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga doimo intilishga qaratilganligi bilan xarakterlanadi. Shu bilan birga korxonani yakuniy faoliyatiga javobgar shaxslarga qarorlar qabul qilishda erkinlik, bozor holatiga qarab maqsad va rejalarni doimiy ravishda o‘zgartirishlar kiritishda mustaqillikka egaligi alohida ahamiyat kasb etadi. Buning uchun boshqarishning yangi sistemasini, ya’ni xar bir hududning o‘ziga xos xususiyatlarini inobatga olgan holda boshqarish tizimiga qo‘llash zarur bo‘ladi.

Menejmentning hozirgi zamon nazariyasi va amaliyoti O‘zbekiston iqtisodiyotini bozor mexanizmi orqali boshqarishda, boshqarish tizimining shakl va usullarini xo‘jalik bo‘g‘inlari yoki mikro darajada o‘zgarishini talab etadi. Nazariya ham, amaliyot ham korxonalar o‘z faoliyati davrida maqsadli moliyaviy boshqarish tizimini qo‘llamasa muvaffaqiyatga erishish mumkin emasligini taqozo etadi. Bizga

ma’lumki, doim boshqarish tizimi sistemali xarakterga ega. Boshqarish tizimi – xo‘jalik subyektlari ishchi xodimlarini faoliyat ko‘rsatishini talab etadigan hamda boshqarish bo‘g‘inlari va ular o‘rtasidagi o‘zaro aloqalarning yaxlitligini ta’minlaydigan kompleks tarkib majmuidir.

Moliyaviy boshqarish yoki moliyaviy menejment deganda pul mablag‘lari, moliyaviy resurslarini tashkil etish va harakatlanishi, taqsimlash va qayta taqsimlash jarayonini boshqarish tushuniladi. Bunda pul mablag‘larini maqsadli yo‘naltirish orqali eng samarali natijaga erishish maqsadida iqtisodiyotga ta’sir etish usuli tushuniladi. Hozirgi zamon menejmenti bu – boshqaruv qarorlarini qabul qilish, shu jumladan, moliyaviy qarorlarni qabul qilishning minglab variantlari yig‘indisi hisoblanadi.

Moliyaviy menejment oliy o‘quv yurtlariga fan sifatida kiritilayotgan ekan, uning oldiga bir qator maqsadlar qo‘yiladiki, ularning eng asosiylari jumlasiga quyidagilarni kiritish mumkin:

♦ talabalarga korxonalar moliyaviy mablag‘larini boshqarishni o‘rgatish;

♦ turli xil mulkchilik shaklidagi korxonalar moliyasini boshqarishga o‘rgatish;

♦ moliyaviy strategik va taktik rejalarni ilmiy asosda ishlab chiqish va uni qo‘llashga o‘rgatish;

♦ talabalarni olgan nazariy bilimlarini amaliyotda ishlatishga o‘rgatish.

Ushbu fan talabalarni barcha turdagi korxnalar faoliyatini moliyaviy jihatdan maqsadli boshqarishning muhim vositalarini, shuningdek moliyaviy menejmentni korxonalarda yo‘lga qo‘yishni o‘rgatadi.

Bozor iqtisodi sharoitida korxona rivojlanishini ta’minlaydigan moliyaviy manbalarni topish, moliyaviy resurslarni eng samarali investisiyalash yo‘nalishlarini aniqlash, qimmatbaho qog‘ozlar bilan operasiyalar qilish masalalari nihoyatda dolzarbdir. Bu masalalarning hammasi moliyaviy menejmentning o‘rganish obyekti hisoblanadi.

“Moliyaviy menejment” fanini o‘qitishning maqsadi – talabalar

kelgusida yuqori malakali mutaxasissislar bo‘lishlari uchun korxonalarda moliyaviy menejmentni tashkil etish va uning faoliyatini takomillashtirish haqida nazariy bilimlarni berish hamda ularda moliyaviy menejmentni samarali yuritish to‘g‘risida bilimlar berishdan iborat.

Fanning maqsadiga erishishida xizmat qiluvchi asosiy vazifalar quyidagilardan iborat:

– moliyaviy menejmentning mamlakat iqtisodiyotidagi va turli mulk shaklidagi korxonalarni iqtisodiyotidagi o‘rnini o‘rganish;
– moliyaviy menejment fanining asosiy konsepsiyalarini o‘rganish;
– korxonalarda moliyaviy strategiyani belgilash va moliyaviy qarorlar qabul qilishni o‘rganish;
– korxona kapitalidan samarali foydalanish yo‘llarini o‘rganish;
– korxona aktivlarini samarali boshqarish yo‘llarini o‘rganish;
– korxonalar moliyaviy barqarorligini ta’minlash chora-tadbirlarini o‘rganish;
– korxonalarda moliyaviy xavfsizlik masalalarini o‘rganish;
– korxonalar moliyaviy holatiga ta’sir etuvchi omillarni o‘rganish;
– moliyaviy menejment sohasi bo‘yicha rivojlangan davlatlar ilg‘or tajribalari va xususiyatlarini o‘rganish.

1.2. “Moliyaviy menejment” fanining rivojlanish tarixi

Zamonaviy moliyaviy menejment ko‘plab ilmiy fanlarning nazariy xulosalariga asoslanadi va korxonaning moliyaviy faoliyatini boshqarish mexanizmlari bilan moliya bozorining ishlash mexanizmlari va vositalari o‘rtasidagi eng yaqin aloqani aks ettiradi. Moliyaviy menejmentning zamonaviy kontseptsiyasi shakllangan ikkita asosiy bosqich mavjud: birinchisi Rim imperiyasida paydo bo‘lgan, moliyaning klassik nazariyasida o‘z aksini topgan, ikkinchisi, mantiqiy neoklassik moliya nazariyasida o‘z aksini topgan. Birinchi bosqich 20-asrning o‘rtalarigacha davom etdi. Ikkinchi jahon urushi arafasida va undan

so‘ng darhol jahon xo‘jaligidagi vaziyat o‘zgara boshlaydi: bozor munosabatlari rivojlanishi bilan davlat va jamoat birlashmalarining iqtisodiyotdagi roli pasayadi. 20-asrning 40-50-yillarini moliya fanining rivojlanishida tuban yangi bosqichning boshlanishi deb hisoblash mumkin; Aynan shu yillarda moliyaning neoklassik nazariyasi rasmiylashtirildi. Muayyan o‘ziga xoslik kuzatildi: o‘sha yillarda moliya nazariyasi bo‘yicha ilmiy adabiyotlarning muhim qismi kompaniyaning moliyaviy resurslarini boshqarishdan ko‘ra ko‘proq kapital bozori muammolariga qaratilgan. Nafaqat nazariy asoslarning, balki amaliy jihatning ahamiyatini anglash 1960-yillarda "Moliyaviy menejment" fanining kompaniya moliyasini boshqarish metodologiyasi va texnikasiga bag‘ishlangan fan sifatida shakllanishiga sabab bo‘ldi.

Moliyaviy menejmentni xo‘jalik yurituvchi subektning moliyasini boshqarish mantig‘i, texnikasi va usullariga bag‘ishlangan tizimlashtirilgan bilim sohasi sifatida ta’riflash mumkin. Moliya ostida bu holda naqd puldan foydalangan holda pul munosabatlarini tushunish kerak. Shunday qilib, moliyaviy menejer pul munosabatlarini boshqarish, pul oqimlarini nazorat qilish va ularni optimallashtirish bo‘yicha mutaxassisdir.

20-asrning birinchi yarmida moliyaviy menejment ilmiy fan sifatida dunyoga keldi. U yangi biznes ochish, investitsiyalarni boshqarish va bankrotlik bilan kurashish kabi masalalarni qamrab oladi. Ushbu ilmiy sohaning asoschisi amerikalik moliyachi Garri Markovits edi. Aynan u o‘zining doktorlik dissertatsiyasini ishlab chiqayotganda moliyaviy menejment va "portfel nazariyasi" ning asosiy tamoyillarini ishlab chiqdi. 1952 yilda "Portfolio tanlovi" maqolasi nashr etildi. U portfelni yaratish va boshqarishning matematik modelini batafsil tasvirlab berdi va Garri Markovits, "rentabellik" va "risk" kabi mavhum tushunchalarni formulalar yordamida matematik tarzda hisoblab chiqdi. Keng ma’noda moliyaviy menejment - bu moliyaviy oqimlarni boshqarish bo‘lsa, tor ma’noda - bu tashkilot yoki umuman iqtisodiyotda mablag‘lardan samarali foydalanishni rejalashtirish bo‘yicha jarayonlar va chora-tadbirlar majmui. Hozirgi sharoitda moliyaviy menejmentning ta’sirini ortiqcha baholab bo‘lmaydi.

Tarixiy standartlar bo‘yicha moliyaviy menejment juda yosh fandir. Biroq, uni izolyatsiya qilish va alohida kontseptual apparat sifatida qabul qilish jarayoni juda uzoq davom etdi. Ushbu jarayon zamonaviy biznesida nihoyat tasdiqlanmagan va moliyaviy menejer ko‘pincha faoliyat ruhiga bog‘liq bo‘lgan, ammo mazmuni jihatidan farq qiladigan lavozimlar bilan chalkashib ketadi: ya’ni buxgalter, iqtisodchi, moliyaviy tahlilchi.

O‘sha yillarda moliya nazariyasi bo‘yicha ilmiy adabiyotlarning muhim qismi kompaniyaning moliyaviy resurslarini boshqarishdan ko‘ra ko‘proq kapital bozori muammolariga qaratilgan muayyan o‘ziga xoslik kuzatildi. Nafaqat nazariy asoslarning, balki amaliy jihatning ahamiyatini anglash 1960-yillarda "Moliyaviy menejment" fanining korxona moliyasini boshqarish metodologiyasi va texnikasiga bag‘ishlangan fan sifatida shakllanishiga sabab bo‘ldi.

Bu tabiiy ravishda moliya nazariyasining asosiy bo‘limlarini buxgalteriya hisobining tahlili (korxonaning moliyaviy holatini tahlil qilish, debitorlik qarzlarini tahlil qilish, boshqarish va boshqalar), boshqaruv umumiy nazariyasining ba’zi tushunchalari bilan to‘ldirish orqali sodir bo‘ldi. Aytish mumkinki, mustaqil yo‘nalish sifatida moliyaviy menejment uchta fan: moliyaning neoklassik nazariyasi, buxgalteriya hisobi va umumiy boshqaruv nazariyasi tutashuvida shakllangan[1].

Bu fan bo‘yicha dastlabki ishlar 1960-yillarda yetakchi ingliz tilida so‘zlashuvchi maktablarda paydo bo‘lgan (J. Veston va T. Kouplend, 1962). Moliyaviy menejmentni ommalashtirishga Angliya-Amerika maktabi vakillari R.Braley, S.Mayers, S.Ross, Y.Brigemlar katta hissa qo‘shdilar. 1900-yillarda moliyaviy menejerning roli faqat kapitalni jamlash va kompaniyaning pul oqimlarini tartibga solishdan iborat edi. 1950-yillarda kompaniya qiymati tushunchasining tobora ommalashib borishi moliyaviy menejerlarga o‘z vakolatlarini resurslar va kapitalning vaqt qiymatini boshqarish, kompaniyaning investitsiya faoliyatini boshqarishni o‘z ichiga olishi uchun kengaytirish imkonini berdi.

[1] Ковалёв В.В., Ковалёв Вит.В. Финансовый менеджмент в вопросах и ответах: учебное пособие. - Москва: Проспект, 2015. – 304 с.

Umuman olganda, biznes olamida moliyaviy menejmentning zamonaviy kontseptsiyasi faoliyatning quyidagi 3 yo‘nalishini o‘z ichiga oladi: daromadni oshirish yoki kompaniyaning (uning aktsiyalari) bozor qiymatini oshirish maqsadida kompaniya aktivlarini investitsiyalash, moliyalashtirish va boshqarish.

Investitsion faoliyat kompaniya qiymatini shakllantirishda eng muhimlaridan biridir. Bu kompaniya ega bo‘ladigan aktivlar hajmi, ularning kelajakdagi qiymatini va sotib olishdan olinadigan foydani aniqlashdan iborat. Ushbu faoliyatning boshqa tomoni ham xuddi shunday muhim: moliyaviy menejer endi daromad keltirmaydigan aktivlar haqida qaror qabul qilishi kerak. Kompaniyaning qiymat komponentining doimiy o‘sishini ta’minlash uchun ular hisobdan chiqarilishi, sotilishi yoki almashtirilishi kerak.

Bu holda moliyalashtirish deyilganida aktivlar manbalarini (yoki kompaniya balansining majburiyatlarini) tanlash va asoslash tushuniladi. Moliyaviy menejer moliyalashtirish manbalarini qidiradi, ularni xarajatlar, kompaniya tomonidan qaytarish imkoniyati va ishonchliligi nuqtai nazaridan tahlil qiladi.

Korxona aktivlarini boshqarish ham moliyaviy menejerning zimmasidadir. Bu ularning rentabelligini, eng samarali foydalanishni, ularning eskirishini nazorat qilishni belgilaydi.

Shunday ekan, moliyaviy menejment bugungi kunda o‘z faoliyat sohasiga, kompaniyalar uchun vakolat va ahamiyat chegaralariga ega bo‘ldi. Ushbu muhim masuliyatni tegishli sohalardagi mutaxassislarga qayta taqsimlash noo‘rin, chunki bu ishning to‘g‘ri sifatini ta’minlamaydi. Endi har qachongidan ham kompaniyaning qiymati, uning muammosiz ishlashi va moliyaviy masalalarda moslashuvchanligi va moliyaviy vositalardan foydalanish muhimroqdir. Kompaniyada aniq belgilangan funksionallikka ega bo‘lgan vakolatli moliyaviy menejerning mavjudligi unga moliyaviy menejmentda yuqori darajaga erishishga imkon beradi.

1.3. “Moliyaviy menejment” fanining tarkibiy tuzilishi va boshqa fanlar bilan bog‘liqligi

Moliyaviy menejmentning mohiyati tegishli bo‘limlar tomonidan (moliyaviy menejer, moliya bo‘limi) moliyani boshqarishni shunday tashkil etishdan iboratki, bunda qo‘shimcha moliyaviy manbalar eng qulay shartlarda jalb qilinadi, ular eng yuqori samara bilan investisiyalanadi, qimmatbaho qog‘ozlarni sotish va sotib olish orqali moliya bozorida foydali operasiyalar amalga oshiriladi.

Moliyaviy menejment – subyektlar boshqaruvining umumiy maqsadlariga erishishga yo‘naltirish uchun amal qiladigan tizimdir. Xususan, J.Van Xorn va J.Vaxovichlarning fikricha, “Moliyaviy menejment korxonada umumiy maqsad asosida aktivlarga ega bo‘lish, ularni moliyalashtirish va boshqarish bilan bog‘liqdir. Moliyaviy menejmentning qaror qabul qilish funksiyasi uchta asosiy yo‘nalishga ajratilishi mumkin: investisiya, moliyalashtirish va aktivlarni boshqarish bo‘yicha qaror qabul qilishdir”.

Yana bir iqtisodchi olim L.Pavlovaning ta’kidlashicha, “moliyaviy menejment korxonada aniq qonuniyatlar va ahamiyatga ega bo‘lgan boshqariluvchi tizim, shuningdek, korxona umumiy boshqaruv tizimining bir qismi bo‘lgan boshqaruvchi tizimdir”[2] deb ta’kidlaydi. Bunda boshqariladigan tizim hisoblanuvchi moliyaviy menejment sezilarli ravishda davlatning soliqlar, baho, mehnat haqi va boshqa dastaklari vositasidagi ta’sir etish sohasi nazarda tutiladi. Boshqariluvchi tizim sifatida esa moliyaviy menejment boshqaruv qarorlari oqimlarga ta’sir etuvchi boshqaruv obyekti hisoblanishi nazarda tutiladi. Albatta moliyaviy menejment davlatning eski moliya-kredit mexanizmi vositasidagi ma’muriy boshqaruv mexanizmini aks ettirmaydi, chunki moliyaviy menejment iqtisodiy erkinlikka asoslangan iqtisodiy tizim sharoitida faoliyat yurituvchi xo‘jalik subyektlari o‘zaro ichki manfaatlariga asoslangan holdagi boshqaruv tizimi eski boshqaruv tizimi kamchiliklarini bartaraf etish imkoniyatiga egadir. Masalan, Iqtisodchi A.Birmanning fikricha “Korxonaning asosiy kamchiligi, rejalashtirish,

[2] Павлова Л.Н. «Финансовый менеджмент», М: «Банки и биржи», 1995. стр- 65.

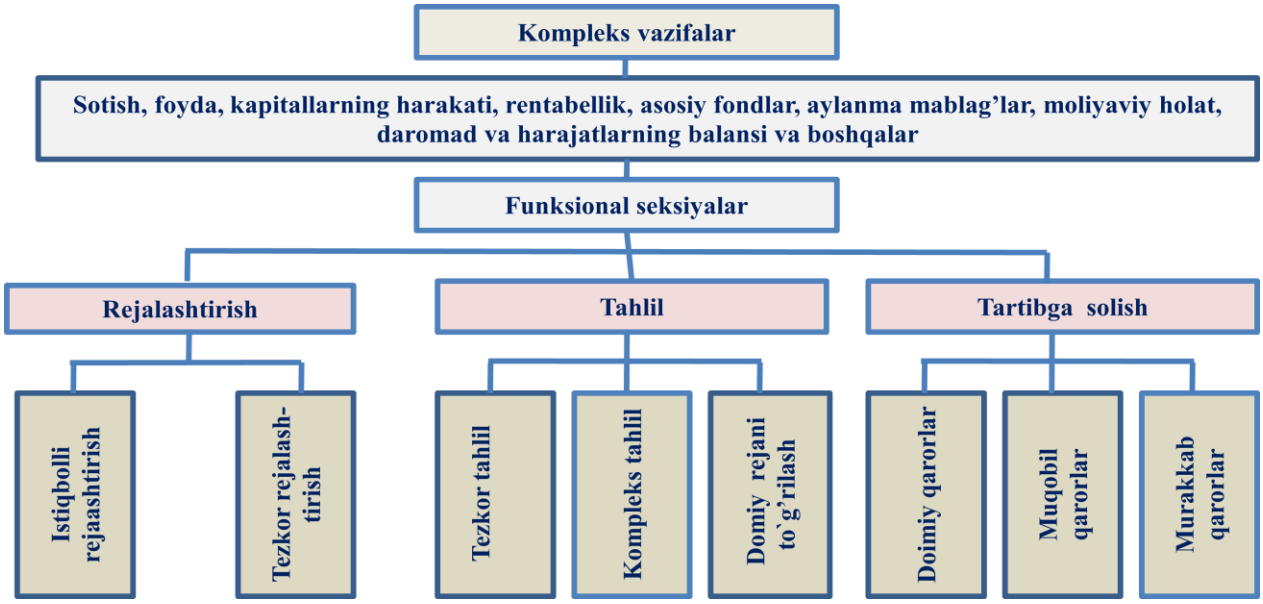
rag‘batlantirishish va boshqarish tizimidagi kamchiliklar bo‘lib, boshqaruvning amaldagi holati korxonalar o‘zlarining moliyaviy resurslarini yashirishga, rejani bajarish imkoniyatiga ega bo‘lish va tegishli moddiy mukofotlarni olish uchun tashabbusni ushlab turishga harakat qilganlar” [3] . Muallifning bu fikrida iqtisodiyotni samarali boshqarishning asosiy dastagi sifatida moliyaning muhim rol o‘ynashi ta’kidlanadi. Moliyaviy boshqaruvning zamonaviy tizimi hisoblangan moliyaviy menejmentning asosiy maqsadi iqtisodiy subyektlar o‘rtasida o‘zaro ijtimoiy adolatlilik tamoyillari asosida iqtisodiy manfaatlarning taqsimotiga erishish hisoblanadi.

Moliyaviy menejmentning muhim uslubiy asosi sifatida uni tashkil qilishning umumiy tamoyillarini aniqlab olish hisoblanadi. Bu o‘z navbatida moliyaviy menedjmentning harakat faoliyatini aniqlab olish uchun, uni amal qilishini umumiy mezonlarini aniqlab olish uchun zarur hisoblanadi. Shuni ta’kidlash muhimki, moliyaviy menejment subyektlarning ichki doirasida emas, balki doimiy ravishda byudjet, byudjetdan tashqari fondlar, banklar va boshqa kreditorlar, moliya kredit muassalalari, institusional investorlarning o‘zaro munosabatlarida ham aks etadi.

Ayrim hollarda, moliyaviy menejment, rejalashtirish, rag‘batlantirish, alohida elementlarning o‘zaro muvofiqligi, variativligi, maqsadli yo‘naltirilganligi kabilarni o‘z ichiga oluvchi boshqaruvni tashkil qilishning umumiy tamoyillari bilan ham birining ta’sir doirasida bo‘ladi. Albatta biz ta’kidlaganimizdek, moliyaviy menejment tizimining shakllanishi xo‘jalik subyektlarining iqtisodiy mustaqilligi ya’ni tadbirkorlik faoliyatining keng imkoniyatlarini shakllanishi bilan belgilanadi. Bunda, byudjet bilan o‘zaro soliqli munosabatlar tizimining shakllanishi, subyektlar asosiy va aylanma mablag‘larni shakllantirishda kredit va investision usullarning shakllanishi, bozor mexanizmlari asosida ularning iqtisodiy faoliyatidagi turli xatarlar bo‘yicha masuliyat, foydani taqsimlash imkoniyatini subyektlarning ixtiyoriga o‘tishi va boshqa omillar hisoblanadi. Shuning uchun ham moliyaviy menejment

[3] Бирман А.М. «Опережая время».- М.: Наука, 1990. стр-19.

konsepsiyasini o‘rganishning asosi tadbirkorlik faoliyati hisoblanadi deb ta’kidlashimiz mumkin.



1.1-rasm. Moliyaviy menejmentning tarkibi

Moliyaviy menejment subyektlarning moliyaviy faoliyatida moliyaviy resurslardan foydalanish va ularning samarali yo‘nalishlarini tanlab olishni o‘z ichiga olib, bu jarayon tahlil, rejalashtirish, boshqaruv, moliyaviy qarorlarning qabul qilish jarayoni bilan bog‘liqdir. Buni yuqoridagi (1.1-rasm) orqali ko‘rib o‘tishimiz mumkin. Shunday qilib, moliyaviy menejment - moliyaviy resurslarni harakatlanish jarayonida korxonada va xo‘jalik yurituvchi subyektlari o‘rtasida yuzaga keladigan moliyaviy jarayonlar va munosabatlarni boshqarish tizimidir.

Moliyaviy menejment sohasida yutuqqa erishish ko‘p jihatdan moliyaviy bo‘lim xizmatchilariga bog‘liq bo‘lib, ulardan tashabbus, noananaviy yechimlar, o‘tkaziladigan operasiyalarni keng ko‘lamliligini, oqlangan tavakkalchilikni va ishchanlikni, qabul qilinadigan moliyaviy qarorlarni optimal bo‘lishini talab qiladi. O‘zbekiston Respublikasi tashkilotlari, korxonalari tashqi muhitini o‘rganish (tadibrkorlik faoliyatining tashkiliy-huquqiy asoslari, tovarlar, xizmatlar, moliyaviy bozorlar, baholarni shakllantirish tizimlari, buxgalteriya hisobi tizimlari) va ularning asosiy faoliyat sohalarini o‘rganish tahlili (marketing tadqiqotlari, moliyaviy menejment, ishlab chiqarish, sotish jarayonlari, buxgalteriya hisobi va personallarni boshqarish) shuni ko‘rsatadiki, ba’zi korxonalar imkoniyat darajasida bunday tashqi muhit o‘zgarishlari

natijasidagi noananaviy yangi muammolarni ananaviy usullar vositasida o‘ziga xos faoliyat sohalarini moslashtirishga harakat qiladilar. Shuning uchun zamonaviy shart sharoitlarda ayrim korxonalar oldida asosiy vazifa sifatida tashqi muhit o‘zgarishlariga o‘z faoliyat sohalarini tezlik bilan moslashtira olish va vujudga kelgan muammolarni osonlik bilan o‘z foydasi hisobiga hal etish masalasi yuzaga keladi. Xuddi shuningdek, har qanday korxonaning asosiy faoliyat sohalaridan biri moliyaviy menejment hisoblanadi. Moliyaviy menejment – korxonalarda moliyaviy manbalarni boshqarish hisoblanadi. Moliyaviy menejmentning faoliyat turi sifatida 2 ta yirik sohani ko‘rish mumkin:

- korxona rahbariyati tomonidan qarorlar asosida moliyaviy resurslar va kapitallarni boshqarishni o‘z ichiga oluvchi ichki xo‘jalik faoliyati;
- korxona va boshqa xo‘jalik subyektlari o‘rtasidagi moliyaviy munosabatlarni o‘rnatish jarayonidagi amalga oshiriladigan moliyaviy resurslar va kapitallarni boshqarishning tashqi jarayoni.

Moliyaviy menejment – korxonalar boshqaruvining umumiy maqsadlariga erishishga yo‘naltirish uchun amal qiladigan tizimdir. Rossiyalik iqtisodchi L.Pavlovaning ta’kidlashicha, “Moliyaviy menejment bir tomondan aniq qonuniyatlar va ahamiyatga ega bo‘lgan boshqariluvchi tizim, ikkinchi tomondan esa – korxona umumiy boshqaruv tizimining bir qismi bo‘lgan boshqaruvchi tizimdir” deb ta’kidlaydi. Bunda boshqariladigan tizim hisoblanuvchi moliyaviy menejment sezilarli ravishda davlatning soliqlar, baho, ish haqi va boshqa dastaklari vositasidagi ta’sir etish sohasi nazarda tutiladi. Boshqariluvchi tizim sifatida esa moliyaviy menejment boshqaruv qarorlari oqimlarga ta’sir etuvchi boshqaruv obyekti hisoblanishini nazarda tutiladi. Albatta moliyaviy menejment davlatning eski moliya-kredit mexanizmi vositasidagi ma’muriy boshqaruv mexanizmini aks ettirmaydi, chunki moliyaviy menejment iqtisodiy erkinlikka asoslangan iqtisodiy tizim sharoitida faoliyat yurituvchi xo‘jalik subyektlari o‘zaro ichki manfaatlariga asoslangan holdagi boshqaruv tizimi eski boshqaruv tizimi kamchiliklarini bartaraf etish imkoniyatiga egadir. Masalan, iqtisodchi A.M.Birman “Keyingi 10 yillikning asosiy kamchiligi,

rejalashtirish, rag‘batlantirish va boshqarish tizimidagi kamchiliklar hisoblanib, boshqaruvning amaldagi holati korxonalar o‘zlarining zahiralarini yashirishga, rejani bajarish imkoniyatiga ega bo‘lish va tegishli moddiy mukofotlarni olish uchun tashabbusni ushlab turishga harakat qilganlar” deya fikr yuritgan. Muallifning bu fikrida iqtisodiyotni samarali boshqarishning asosiy dastagi sifatida moliya muhim rol o‘ynashi ta’kidlanadi.

Moliyaviy boshqaruvning zamonaviy tizimi hisoblangan moliyaviy menejmentning asosiy maqsadi iqtisodiy subyektlar o‘rtasida o‘zaro ijtimoiy adolatlilik tamoyillari asosida iqtisodiy manfaatlar taqsimotiga erishish hisoblanadi. Moliyaviy menejmentning muhim uslubiy asosi sifatida uni tashkil qilishning umumiy tamoyillarini aniqlab olish hisoblanadi. Bu o‘z navbatida moliyaviy menejment harakat faoliyatini aniqlab olish uchun, uni amal qilishini umumiy mezonlarini aniqlab olish uchun zarur hisoblanadi. Aytish joyizki, moliyaviy menejment korxonalar ichki doirasida emas, balki doimiy ravishda byudjet, byudjetdan tashqari fondlar, banklar va boshqa kreditorlar, moliya kredit muassalalari, institusional investorlarning o‘zaro munosabatlarida ham aks etadi. Ayrim hollarda, moliyaviy menejment rejalashtirish, rag‘batlantirish kabi alohida elementlarning o‘zaro muvofiqligi, maqsadli yo‘naltirilganligi kabilarni o‘z ichiga oluvchi boshqaruvni tashkil qilishning umumiy tamoyillari bilan ham bir ta’sir doirasida bo‘ladi.

Albatta biz ta’kidlaganimizdek, moliyaviy menejment tizimining shakllanishi xo‘jalik subyektlarining iqtisodiy mustaqilligi, ya’ni tadbirkorlik faoliyatining keng imkoniyatlarini shakllanishi bilan belgilanadi. Bunda, byudjet bilan o‘zaro soliqli munosabatlar tizimini shakllanishi, korxonalar asosiy va aylanma mablag‘larni shakllantirishda kredit va investision usullarning shakllanishi, bozor mexanizmlari asosida korxonalar iqtisodiy faoliyatidagi turli xatarlar bo‘yicha masuliyat, foydani taqsimlash imkoniyatini korxonalar ixtiyoriga o‘tishi va boshqa omillar hisoblanadi. Shuning uchun ham moliyaviy menejment konsepsiyasini o‘rganishning asosi- tadbirkorlik faoliyati hisoblanadi deb ta’kidlashimiz mumkin. Moliyaviy menejment bilan xo‘jalik yuritishga samarali ta’sir etuvchi moliyaviy jarayonlar o‘zaro

bog‘liq. Moliyaviy menejment korxonalar moliyaviy faoliyatida moliyaviy resurslardan foydalanish va samarali yo‘llarini tanlab olishni o‘z ichiga olib, bu jarayon tahlil, rejalashtirish, boshqaruv, moliyaviy qaror qabul qilish jarayoni bilan bog‘liqdir.

“Moliyaviy menejment” fani asosiy mutaxassislik fanlaridan biri bo‘lib, ushbu fan “Korporativ moliya”, “Moliyaviy va boshqaruv tahlili”, “Moliyaviy nazorat” kabi iqtisodiy fanlar bilan o‘zaro bog‘liqdir. “Moliyaviy menejment” fanini puxta o‘rganish uchun yuqorida keltirilgan fanlarlar bilan bir qatorda “Moliya”, “Soliqlar va soliqqa tortish”, “Investisiya va innovatsiyalar”, “Menejment va marketing asoslari” kabi fanlardan ko‘nikmalari mavjud bo‘lishi talab etiladi.

1.4. Moliyaviy menejmentning boshqaruv subyektlari

Moliyaviy menejmentda boshqaruv subyektlari moliyaviy munosabatlarning ishtirokchilaridir. Bular eng avvalo, mulkdorlar, investorlar, kreditorlar hamda moliyaviy vositachilardir. Shuningdek, moliyaviy boshqaruv subyektlariga davlat boshqaruv organlari, moliya va soliq organlari, tijorat banklari, sug‘urta kompaniyalari va boshqalar kiradi. Boshqarishning asosiy subyekti – mulkdordir. Mulkdor ko‘p hollarda mulkni boshqarishni moliyaviy menejerga topshiradi. Biznes qilish uchun korporatsiya cheksiz real aktivlarga ehtiyoj sezadi. Ulardan ko‘pchiligi, masalan, mashina, zavod va ofis binolari material aksiyalar sirasiga kiradi; boshqalari - texnologiyalar, savdo belgilari va patentlar – nomaterial aktivlardir.

Lekin ularning har qandayi uchun pul to‘lash kerak. Kerakli pullarni olish uchun korporasiya real aktivlarga va ular tomonidan yaratilayotgan pul oqimlariga da’vo qilish huquqini beruvchi guvohnomalar sotadi. Ushbu guvhnomalar moliya aktivlari yoki ko‘pikli qog‘ozlar deb ataladi. Aytaylik, bankka kredit so‘rab murojaat qilar ekan kompaniya uning o‘rniga bankka qarzni foizlari bilan qaytarish to‘g‘risida tilxat beradi. Shu yo‘l bilan bank pullarni moliya aktivlariga aylantiradi. Moliya aktivlariga nafaqat bank ssudalari, balki aksiyalar, obligasiyalar va qimmatli qog‘ozlarning boshqa ko‘plab turlari kiradi.

Moliya menejeri – korxona va moliya bozori (yoki kapital bozorlari) orasidagi vositachi hisoblanib, bu bozorda sarmoyadorlar firma tomonidan sotivga chiqariladigan moliya aktivlarini sotib oladilar[4]. Moliya menejerining roli quyida keltirilgan rasmda ko‘rsatilgan bo‘lib, unda moliya oqimlarining sarmoyadorlardan firmaga va qaytib sarmoyadorlarga borishi sxematik tarzda ko‘rsatilgan. Pul oqimi firma moliyaviy resurslarini jalb qilish maqsadida qimmatli qog‘ozlar chiqargan paytda paydo bo‘ladi. Pullar firma faoliyatida foydalaniladigan real aktivlarni sotib olish uchun ishlatiladi.

Keyinchalik, agar firma muvaffaqiyatli harakat qilsa, real aktivlar birlamchi sarmoyalarni qoplash uchun zarur bo‘lganidan ko‘p pul mablag‘lari oqimini olib keladi. Va nihoyat, pul mablag‘lari yoki qayta sarmoya qilinadi, yoki birlamchi emissiyadagi qimmatli qog‘ozlarni sotib olgan sarmoyadorlarga qaytariladi. Yirik korporasiyaning moliya menejeri bo‘lib ishlayotgan kishi “jahon fuqarosi” bo‘lishi lozim. Chunki u nafaqat qanday aktivlarga pul tikish kerakligi, balki bu aktivlarni qayerda joylashtirish lozimligini ham hal qiladi. Misol sifatida Nestle kompaniyasini olaylik. Bu – Shveysariya firmasi, ammo Shveysariyaning o‘zida unga tegishli ishlab chiqarishlarning juda oz qismi joylashgan. Kompaniyaning taxminan 520 ishlab chiqarish korxonalari dunyoning 82 mamlakatida joylashgan. Bundan kelib chiqadiki, Nestle menejerlari aktivlar qiymatini turli milliy valyutalar, foiz stavka darajalari, inflyasiya suratlari, soliq tizimlariga ega bo‘lgan davlatlarda qanday aniqlash kerakligini bilishlari kerak.

Pul topiladigan moliya bozorlari ham xalqaro bozorlar hisoblanadi. Yirik korporasiyalarning aksiyadorlari dunyoning istalgan joyida bo‘lishlari mumkin. Aksiyalar kuniga yigirma to‘rt soat davomida Nyu-York, London, Tokio va boshqa moliya markazlarida savdoda bo‘ladi. Obligasiya va bank ssudalari milliy chegaralarni osonlik bilan kesib o‘tadi. Pulga muhtoj bo‘lgan korporasiyani hech nima va hech kim faqat mahalliy bankdan pul olishga hech kim majbur qila olmaydi. Pul mablag‘larini kuniga idora qilish ishlab chiqarish yoki sotuvni bir necha

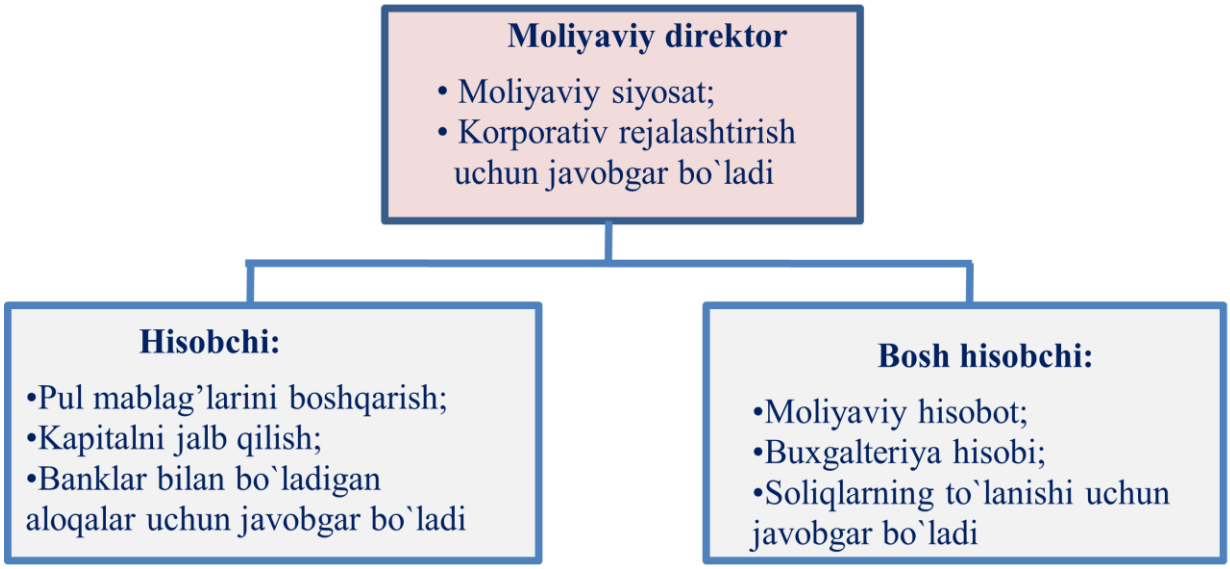
[4] Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Franklin Allen. Principles of Corporate Finance, 10th ed. The McGraw-Hill, 2011. p 6.

mamlakatlarda olib boradigan firmalar uchun oson ish emas. Masalan, bir soniyaga 82 mamlakatdagi pul tushumlari va to‘lovlarni kuniga kuzatib boradigan Nestle moliya menejerlariga qancha qiyinligini tasavvur qilib ko‘ring.

Biz moliya menejeri deganda, muhim sarmoya qarorlari va moliyalashtirish to‘g‘risidagi qarorlar uchun javobgarlikni bo‘yniga oladigan har qanday kishini tushunamiz. Lekin faqat o‘ta kichik firmalarda bir kishi ushbu kitobda muhokama qilinayotgan barcha yechimlar uchun javob bera olishi mumkin. Qoidaga ko‘ra, bunday yechimlar uchun javobgarlik bir kishi zimmasida emas. O‘z-o‘zidan ma’lumki, oliy rahbariyat har doim moliya qarorlarini qabul qilishda ishtirok etadi. Lekin qarorga yangi ishlab chiqarish uchun binoni loyihalashtirayotgan injener ham aloqador: chunki loyihalashtirish firma qanday real aktivlarga egalik qilishini belgilab beradi. Marketing bo‘yicha menejer ham yirik reklama kampaniyasini olib berayotganida muhim sarmoya qarorini qabul qiladi: gap shundaki, reklama kampaniyasi nomoddiy aktivlarga sarmoya kiritish bo‘lib, ular kelajakdaga sotuv va foydalar hisobiga oqlanishi kutiladi. Shunday bo‘lsada, faqat moliya masalalariga ixtisoslashgan menejerlar ham bor. Ularning roli umumlashtirilgan tarzda 1.2-rasmda keltirilgan. G‘aznachining vazifasi – pul mablag‘larining joriy oqimlari, yangi kapitallar jalb qilish, banklar, aksiyadorlar va firma qimmatbaho qog‘ozlariga ega bo‘lgan boshqa sarmoyadorlar bilan aloqalarni tutib turishdan iborat.

Qoidaga ko‘ra, uncha katta bo‘lmagan shirkatlarda g‘aznachi moliya masalalariga ham javob beradi. Ammo yirik korporasiyalar shtatda yana firma moliya hisoboti, ichki hisob-kitoblar va soliqlarni to‘lash uchun javob beradigan bosh buxgalter (nazoratchi buxgalter) shtatiga ham ega. Ko‘rganingizdek, g‘aznachi va bosh buxgalterning vazifalari bir-biridan farq qiladi: g‘aznachining asosiy vazifasi – kompaniya uchun kapital topish va uni boshqarish, bosh buxgalter esa eng avvalo naqd pullardan samarali foydalanishni ta’minlashi kerak.

Bundan tashqari, yirik firmalarning ko‘pchiligida moliyaviy direktor lavozimi ham bor bo‘lib, u ham g‘aznachi, ham bosh buxgalter ustidan nazorat qiladi. Moliyaviy direktor asosan moliyaviy siyosatni



1.2-rasm. Faqat moliya masalalariga ixtisoslashgan menejerlar[5]

shakllantirish va amalga oshirish, shuningdek, korporativ rejalashtirish bilan shug‘ullanadi. Qoidaga ko‘ra, moliyaviy direktorining umumiy ma’muriy vazifalari faqat moliya sohasini o‘z ichiga olmasdan, balki ko‘pincha u direktorlar kengashi tarkibiga ham kiradi. Bosh buxgalter yoki moliya direktori byudjet jarayonini (kapital kiritmalarni rejalashtirish jarayonlari) tashkil qilish va uni nazorat qilish uchun javob beradi.

Shu bilan birga yirik kapital mablag‘larni talab qiluvchi loyihalar yangi mahsulotlar ishlab chiqarish, ishlab chiqarish va marketing bilan shunchalik yaqindan bog‘liqki, bular bilan shug‘ullanuvchi menejerlar istasa-istamasa, bunday loyihalarni rejalashtirish va tahlil qilish jarayonlariga qo‘shiladi. Agar korporasiya shtatida korporativ rejalashtirishga ixtisoslashgan hodimlar ham bo‘lsa ular ham tabiiy ravishda kapital xarajatlar byudjetini tuzishda ishtirok etadi.

Ko‘plab moliya masalalarining o‘ta muhimligini hisobga olgan holda ular direktorlar kengashi e’tiboriga, uning ma’qullashini olish

[5] James C.Van Horn, John M.Wachowicz, Jr. Fundamentals of Financial Management, 13 th ed. FT: Prentice Hall, 2009. p 9.

uchun taqdim qilinadi. Masalan, faqat direktorlar kengashi dividendlar to‘lash yoki qimmatli qog‘ozlarni emissiya qilish to‘g‘risidagi qarorni qabul qilish bo‘yicha qonuniy huquqqa ega. Ahamiyatiga ko‘ra mayda va o‘rta bo‘lgan sarmoya loyihalari haqidagi qarorlar qoidaga ko‘ra direktorlar kengashi tomonidan tegishli lavozimdagi mutaxassislarga topshiriladi, lekin yirik sarmoya dasturlari haqida qaror qabul qilish huquqi hech qachon boshqalarga berilmaydi.

Tayanch so‘z va iboralar

Moliya, menejment, moliyaviy menejment, moliyaviy menejer, moliyaviy direktor, moliyaviy boshqaruv

Nazorat uchun savollar

1. *Moliyaviy menejmentning boshqaruv subyektlari bo‘lib kimlar hisoblanadi?*
2. *Moliyaviy menejerning vazifalari, huquqlari va majburiyatlari nimalardan iborat?*
3. *Moliyaviy menejmentning iqtisodiy mohiyati*
4. *Moliyaviy menejmentni rivojlanishini o‘ziga xos xususiyatlari*

Test topshiriqlari

1. Qaysi bandda moliyaviy menejment obektlari keltirib o‘tilgan?

A. Moliyaviy resurslar va moliyaviy munosabatlar
B. Kompaniya bosqaruvchilari va moliyaviy aktivlar
C. Korxona ishchi kuchi va moddiy resurslar
D. Qimmatli qog‘ozlar va xodimlar

2. Moliyaviy menejment faniga bog‘liq bo‘lgan eng yaqin uchta fan keltirilgan javobni ko‘rsating.

A. Korporativ moliya, moliyaviy tahlil, moliyaviy nazorat
B. Buxgalteriya hisobi, soliqlar va soliqqa tortish, marketing asoslari
C. Qimmatli qog‘ozlar, pul kredit banklar, menejment
D. Xalqaro moliya munosabatlari, budjet hisobi, sug‘urta ishi

3. "Moliyaviy aktivlarni qiymatini baholash modeli" kim tomonidan va qachon yaratildi?

A. Dj.Wilyams 1938 – yil
B. S.Ross 1960 – yil
C. G.Markovitsa 1938 – yil
D. M. Miller 1949 – yil

4. Modilyani-Miller nazariyasining mohiyati to'g'ri keltirilgan javobni belgilang.

A. Xususiy va qarz kapitali o'rtasidagi nisbat korxona qiymatiga, kapital qiymatiga ham ta'sir ko'rsatmaydi
B.Xususiy va qarz kapitali o'rtasidagi nisbat korxona qiymatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi
C. Xususiy va qarz kapitali o'rtasidagi nisbat o'zaro teng bo'lishi kerak
D. Qarz kapitali bahosi korxona qiymatiga hech qanday ta'sir ko'rsatmaydi

5. Moliyaviy menejmentga berilgan qisqacha ta'rifni belgilang.

A.Moliyaviy menejment – korxona umumiy moliyaviy faoliyatini boshqaradi
B.Moliyaviy menejment – kompaniya ishlab chiqarish jarayonini boshqradi
C. Moliyaviy menejment – korporatsiya marketing faoliyatini boshqaradi
D. Moliyaviy menejment – xo'jalik yurituvchi subekt moliyaviy hisobotini tuzadi

6. Korxona moliyaviy resurslari qanday manbalar hisobiga shakllantiriladi?

A.Faqatgina o'z mablag'lari manbalari hisobiga
B.Faqat chetdan jalb qilingan mablag'lari hisobiga
C. O'z va jalb etilgan manbalar hisobiga
D. Kapital qo'yilmalar va devidendlar hisobiga

7. Korxona egasining agenti sifatida mulkdor manfaatlari uchun asosiy faoliyat yurituvchi shaxs?

A.Moliyaviy menejer
B.Yordamchi buxgalter

C. Moliyaviy ta’minotchi
D. Moliyaviy injener va buxgalter

8. Moliyaviy menejmentning dastlabki nazariyasi kim tomondan yaratilgan?
A. Dj. Wilyams
B. F. Modilyani
C. M. Miller
D. U. Sharp

9. *Korxonalarda moliyaviy munosabatni yuzaga kelishining asosiy jihatini qanday izohlaysiz?*
A. Asosan pul mablag‘larining subektlar o‘rtasidagi maqsadli harakati
B. Korxonada asosiy foydani taqsimlashdagi pul munosabatlari
C. Tadbirkorlarni takror ishlab chiqarishdagi pullik munosabatlar
D. Korxonada moliyaviy barqarorlikni oshirish

10. Fanda pul fondlarini tashkil etish, taqsimlash va foydalanish bilan bog‘liq iqtisodiy munosabatlarning o‘ziga xos sohasi qanday tushuncha bilan ataladi?
A. Moliya
B. Iqtisodiyot
C. Bank ishi
D. Sug‘urta va kredit

II BOB. MOLIYAVIY MENEJMENTNING KONSEPTUAL ASOSLARI

2.1. Moliyaviy menejmentning iqtisodiy mohiyati.
2.2. Moliyaviy menejmentning asosiy maqsad va vazifalari.
2.3. Moliyaviy menejmentning funksiya va tamoyillari.
2.4. Moliyaviy menejment konsepsiyalari.
2.5. Kapital tarkibi va dividend siyosat nazariyasi.

2.1. Moliyaviy menejmentning iqtisodiy mohiyati

Moliyaviy menejment umumiy boshqaruvning ajralmas qismidir. Bu biznes firmasidagi moliyaviy menejerlarning vazifalari bilan bog‘liq. Moliyaviy menejment atamasi Solamon tomonidan "Bu muhim iqtisodiy resurs, ya’ni kapital fondlardan samarali foydalanish bilan bog‘liq" deb ta’riflangan.

Iqtisodiy va ilmiy adabiyotlarda tadqiqotlar moliyaviy menejmentning mohiyati va roli to‘g‘risida yagona, umumiy qabul qilingan fikrni taqdim etmaydi, bu esa turli xil ta’riflarning mavjudligiga olib keladi. Moliyaviy menejment kompaniya boshqaruviga integratsiyalashgan boshqaruv jarayonlarining bir qismidir (Amoako, Marfo, Gyau, Asamoah, 2013). Moliyaviy menejment kompaniyaning maqsadiga erishish uchun moliyaviy resurslarni jalb qilish va ulardan samarali foydalanish bilan bog‘liq.

Moliyaviy menejment - bu samarali ishlash va ulardan samarali foydalanish uchun zarur bo‘lgan mablag‘larni olish uchun masul bo‘lgan biznesdagi operatsion faoliyat. Brealey moliyaviy menejmentni "mavjud mablag‘larni biznes maqsadlari nuqtai nazaridan uzoq muddatli afzalliklarga yo‘naltirish jarayoni" deb ta’riflaydi (Brealey, 2008). B.Hovard va M.Apton moliyaviy menejmentni "moliyaviy qarorlar qabul qilish sohasida umumiy boshqaruv tamoyillarini qo‘llash" deb hisoblashadi (Howard, Upton, 1953).

S.C.Kuchal tomonidan berilgan moliyaviy menejmentning eng mashhur va maqbul ta’rifi "Moliyaviy menejment mablag‘larni xarid qilish va ulardan biznesda samarali foydalanish bilan shug‘ullanadi".

Xovard va Apton: moliyaviy menejment "moliyaviy qarorlarni qabul qilish sohasida umumiy boshqaruv tamoyillarini qo‘llash sifatida ta’riflaydi.

Weston va Brigham: moliyaviy menejment "moliyaviy qarorlar qabul qilish, shaxsiy motivlar va korxona maqsadlarini uyg‘unlashtirish sohasi".

Joshep va Massi: "Moliyaviy menejment" - bu samarali faoliyat uchun zarur bo‘lgan mablag‘larni olish va ulardan samarali foydalanish uchun masul bo‘lgan biznesning tezkor faoliyati.

Ilmiy va iqtisodiy adabiyotlarni tadqiq qilish bozor va investitsiya iqtisodiyotidagi moliyaviy menejmentning mohiyati va roli haqidagi boshqa qarashlarni ham ochib berdi. Moliyaviy menejmentning paydo bo‘lgan roli, Stanchu (Stanciu, 2013) ta’kidlaganidek, moliyaviy xizmatlarning maxsus sanoatini shakllantirish (Lazonick, 2010) va kompaniya qiymatini boshqarish zarurati bilan bog‘liq. Yudjin Famaning ta’kidlashicha, kompaniya aktsiyalarining bozor qiymati uning kelajakdagi pul oqimini yaratish qobiliyatining o‘lchovi bo‘lib xizmat qiladi (Fama, 1970).

Shunday qilib, moliyaviy menejment asosan biznesdagi mablag‘larni samarali boshqarish bilan bog‘liq. Oddiy so‘zlar bilan aytganda, biznes firmalari tomonidan qo‘llaniladigan moliyaviy menejmentni korporativ moliya yoki biznes moliyasi deb atash mumkin.

Moliyaviy menejment umumiy boshqaruvning muhim qismlaridan biri bo‘lib, u xodimlar, marketing va ishlab chiqarish kabi turli funktsional bo‘limlar bilan bevosita bog‘liqdir. Moliyaviy menejment ko‘p qirrali yondashuvlar bilan keng maydonni qamrab oladi. Quyida moliyaviy menejmentning muhim sohalari keltirilgan.

1. **Moliyaviy menejment va iqtisod**. Mikro va makroiqtisodiyot kabi iqtisodiy tushunchalar moliyaviy boshqaruv yondashuvlari bilan bevosita qo‘llaniladi. Investitsion qarorlar, mikro va makro muhit omillari moliyaviy menejerning funktsiyalari bilan chambarchas bog‘liq. Moliyaviy menejment, shuningdek, pul qiymati chegirma omili, iqtisodiy buyurtmalar miqdori va boshqalar kabi iqtisodiy tenglamalardan foydalanadi. Moliyaviy iqtisodiyot rivojlanayotgan sohalardan biri

bo‘lib, moliyalashtirish va iqtisodiy sohalar uchun ulkan imkoniyatlar beradi.

2. Moliyaviy menejment va buxgalteriya. Buxgalteriya yozuvlari korxonaning moliyaviy ma’lumotlarini o‘z ichiga oladi. Shunday qilib, biz moliyaviy menejment va buxgalteriya hisobi o‘rtasidagi munosabatlarni osongina tushunishimiz mumkin. Qadimgi davrlarda moliyaviy menejment ham, buxgalteriya hisobi ham bir xil intizom sifatida ko‘rib chiqilib, keyin u menejment hisobi sifatida birlashtirildi, chunki bu qism menejerga qaror qabul qilishda moliyalashtirish uchun juda foydali. Ammo hozirgi moliyaviy menejment va buxgalteriya intizomi alohida va o‘zaro bog‘liqdir.

3. Moliyaviy menejment yoki matematika. Moliyaviy menejmentning zamonaviy yondashuvlarida ko‘plab matematik va statistik vositalar va usullar qo‘llaniladi. Ular ekonometriya deb ham ataladi. Moliyaviy menejment sohasida matematik va statistik vositalar va usullar sifatida iqtisodiy buyurtma miqdori, diskont omili, pulning vaqt qiymati, pulning hozirgi qiymati, kapital qiymati, kapital tuzilishi nazariyalari, dividendlar nazariyalari, nisbatlar tahlili va aylanma mablag‘lar tahlili qo‘llaniladi.

4. Moliyaviy menejment va ishlab chiqarishni boshqarish. Ishlab chiqarishni boshqarish - bu biznes konsernining operatsion qismi bo‘lib, u pulni daromadga ko‘paytirishga yordam beradi. Konsernning foydasi ishlab chiqarish samaradorligiga bog‘liq. Ishlab chiqarish samaradorligi moliyaga muhtoj, chunki ishlab chiqarish bo‘limiga xom ashyo, texnika, ish haqi, operatsion xarajatlar va boshqalar kerak. Bu xarajatlar moliya bo‘limi tomonidan qaror qabul qilinadi va hisoblab chiqiladi va moliya menejeri ishlab chiqarish bo‘limiga tegishli moliyani ajratadi. Moliyaviy menejer ishlab chiqarish faoliyatining har bir jarayoni uchun zarur bo‘lgan operatsion jarayon va moliyadan xabardor bo‘lishi kerak.

5. Moliyaviy menejment va marketing. Ishlab chiqarilgan mahsulotlar bozorda innovatsion va zamonaviy yondashuvlar bilan sotilmoqda. Buning uchun marketing bo‘limi o‘z talablarini qondirish uchun moliyaga muhtoj. Moliyaviy menejer yoki moliya bo‘limi

marketing bo‘limiga tegishli moliyani ajratish uchun javobgardir. Demak, marketing va moliyaviy menejment o‘zaro bir-biriga bog‘liqdir.

6. Moliyaviy menejment va inson resurslari. Moliyaviy menejment, shuningdek, menejmentning barcha funktsional sohalarini kadrlar bilan ta’minlaydigan kadrlar bo‘limi bilan bog‘liq. Moliyaviy menejer har bir bo‘limning ishchi kuchiga bo‘lgan ehtiyojini sinchkovlik bilan baholashi va moliyani kadrlar bo‘limiga ish haqi, mukofotlar, komissiyalar, pensiyalar va boshqa pul mablag‘lari sifatida kadrlar bo‘limiga ajratishi kerak. Demak, moliyaviy menejment inson resurslarini boshqarish bilan bevosita bog‘liqdir.

Samarali xaridlar va moliyadan samarali foydalanish biznes konserni tomonidan moliyadan to‘g‘ri foydalanishga olib keladi. Bu moliyaviy menejerning muhim qismidir. Demak, moliyaviy menejer moliyaviy menejmentning asosiy maqsadlarini belgilashi kerak. Moliyaviy menejmentning maqsadlarini ikki qismga bo‘lish mumkin, masalan:

1. Foydani maksimallashtirish

2. Boylikni maksimal darajada oshirish.

Foydani maksimallashtirish. Har qanday iqtisodiy faoliyatning asosiy maqsadi foyda olishdir. Biznes konsern ham asosan foyda olish maqsadida faoliyat yuritadi. Foyda - bu konsernning biznes samaradorligini tushunish uchun o‘lchash usullari. Daromadni maksimallashtirish, shuningdek, konsern foydasini maksimal darajada oshirishga qaratilgan ananaviy va tor yondashuvdir. Foydani maksimallashtirish quyidagi muhim xususiyatlardan iborat.

1. Foydani maksimallashtirish, shuningdek, bir aktsiyaga to‘gri keladigan foydani maksimallashtirish deb ham ataladi. Bu foydani maksimal darajada oshirish uchun biznes faoliyatini maksimal darajada oshirish talab etiladi.

2. Biznes konsernining pirovard maqsadi foyda olishdir, shuning uchun u konserni rentabelligini oshirishning barcha mumkin bo‘lgan yo‘llarini ko‘rib chiqadi.

3. Foyda - biznes konsernining samaradorligini o‘lchash parametri. Shunday qilib, u biznes konsernining butun pozitsiyasini ko‘rsatadi.

4. Foydani maksimallashtirish maqsadlari biznes xavfini kamaytirishga yordam beradi.

Moliyaviy menejment yondashuvi moliyaning muhim qismini o‘z ichiga olgan turli sohalardagi moliyaviy menejment ko‘lamini o‘lchaydi. Moliyaviy menejment inqilobiy emas, balki evolyutsion tushunchadir. Moliyaviy menejmentning ta’rifi va ko‘lami bir davrdan ikkinchi davrga o‘zgartirildi va turli xil yangiliklar qo‘llanildi. Nazariy nuqtai nazardan, moliyaviy menejment yondashuvini ikki asosiy qismga bo‘lish mumkin. Ananaviy yondashuv moliyaviy menejmentning dastlabki bosqichi bo‘lib, u 1920-1950 yillar boshida amalga oshirilgan. Bu yondashuv o‘tmish tajribasi va ananaviy qabul qilingan usullarga asoslangan. Ananaviy yondashuvning asosiy qismi biznes konserni uchun mablag‘larni ko‘paytirishdir. Ananaviy yondashuv quyidagi muhim sohadan iborat:

- Kredit beruvchi organdan mablag‘larni taqsimlash;
- Turli moliyaviy vositalar orqali mablag‘larni tartibga solish;
- Turli xil mablag‘ manbalarini aniqlash.

Zamonaviy bosqich: Zamonaviy bosqich hali ham davom etmoqda. Moliyaviy menejmentning ko‘lami hozir juda kengaydi. Korxona uchun moliyaviy tahlilni o‘tkazish muhimdir. Ushbu tahlil qaror qabul qilishda yordam beradi. Ushbu bosqichda samarali bozorlar, kapital byudjeti, optsion bahosi, baholash modellari va moliyaviy menejmentning bir qancha muhim sohalarida ko‘plab nazariyalar ishlab chiqildi.

2.2. Moliyaviy menejmentning asosiy maqsadi va vazifalari

Moliyaviy menejmentning asosiy maqsadi hozirgi va kelajakda moliyaviy barqarorlikka ta’sir ko‘rsatadigan moliyaviy qarorlar bo‘yicha korxonalar yoki jismoniy shaxslarga rahbarlik qilishdir. Yaxshi yo‘l-yo‘riq berish uchun moliyaviy menejment bo‘yicha mutaxassislar mijozlarga maqsadlarga mos keladigan qarorlar qabul qilishda yordam berish uchun moliyaviy ma’lumotlarning ko‘plab shakllari bilan bir qatorda moliya va investitsiyalarni tahlil qiladilar. Moliyaviy menejment, shuningdek, mijozlarga moliyaviy barqarorlik va rentabellikni oshirishni

taklif qilishi mumkin, agar moliya qayerda, nima uchun va qanday taqsimlanishi va ishlatilishi bo‘yicha strategik reja mavjud bo‘lsa. Moliyaviy menejment bo‘yicha mutaxassislar mijozlarga maqsadlarga erishishda qanday yordam berishlari mijozning kompaniya yoki jismoniy shaxs ekanligiga bog‘liq bo‘ladi.

Moliyaviy menejment ta’riflarini baholashda mualliflar vazifa va funksiyalar nuqtai nazaridan ta’riflar berishga harakat qilishlari aniqlandi. Moliyaviy menejmentning yo‘nalishi va vazifalari, asosan, manfaatdor tomonlarning umidlari va moliyaviy menejmentning ustuvor yo‘nalishlaridan ta’sirlanadi.

Moliyaviy menejmentning maqsadi biznesning moliyaviy resurslari bilan bog‘liq taktik va strategik maqsadlarni o‘z ichiga oladi. Bank boshqaruvi tizimlariga kiritilgan o‘ziga xos rollardan ba’zilari buxgalteriya hisobi, kreditorlik va debitorlik qarzlari, investitsiya imkoniyatlari va tavakkalchilikni o‘z ichiga oladi.

Moliyaviy menejmentning maqsadi mulkdorlar va biznes rahbarlarining eng muhim vazifalaridan biridir. Ular o‘zlarining boshqaruv qarorlarining foyda, pul oqimi va kompaniyaning moliyaviy holatiga potentsial oqibatlarini hisobga olishlari kerak. Biznesning har bir jabhasining faoliyati kompaniyaning moliyaviy ko‘rsatkichlariga ta’sir qiladi va biznes egasi tomonidan baholanishi va nazorat qilinishi kerak.

Moliyaviy menejmentning asosiy maqsadi kapitalni ko‘paytirish orqali korxona qiymatini maksimal darajada oshirishdir. Batafsil maqsadlar: raqobatbardosh bozorda samarali faoliyat yuritish va mavqeini mustahkamlash; kompaniyaning vayron bo‘lishi va moliyaviy nochorlikning oldini olish; bozor yetakchiligiga erishish va raqobat muhitida samarali faoliyat yuritish; tashkilot narxining maksimal o‘sish suratlariga erishish; firma zahirasining barqaror o‘sish surati; foydaning maksimal o‘sishi; korxona xarajatlarini minimallashtirish; rentabellik va iqtisodiy samaradorlikni kafolatlaydi.

Moliyaviy menejmentning maqsadlari quyidagilardan iborat.

1. Tadbirkorlik faoliyatini to‘g‘ri yo‘lga qo‘yish uchun zarur mablag‘lar mavjudligiga ishonch hosil qiling.

2. Tashkilotning manfaatdor tomonlariga investitsiyalarning to‘g‘ri qaytarilishini ta’minlash.

3. Olingan mablag‘lardan samarali foydalanishni ta’minlash

4. Investorlarga xavfsiz investitsiya imkoniyatlarini yaratish.

Korxonalarning zamonaviy biznes sharoitida moliyaviy menejmentning vazifalari:

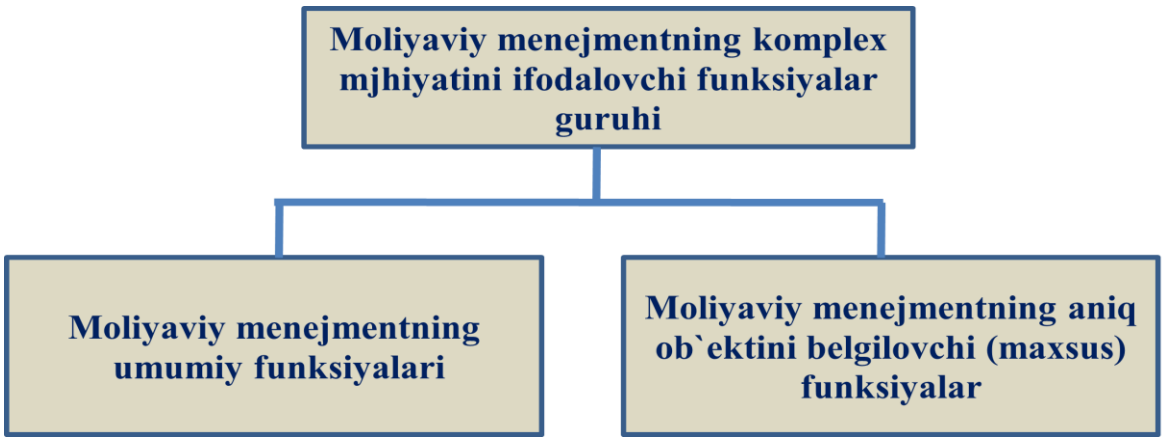
- tashkilotning joriy faoliyatini ta’minlash uchun zarur bo‘lgan moliyaviy resurslar hajmini va uni rivojlantirish yo‘nalishlarini shakllantirish;
- moliyaviy resurslardan eng samarali foydalanish;
- pul oqimi va xarajatlarini optimallashtirish;
- faoliyatning samarasiz sohalarini bartaraf etish;
- korxona foydasini maksimal darajada oshirish;
- moliyaviy xavf darajasini minimallashtirish;
- korxona qiymatini oshirish maqsadida resurslarni samarali boshqarish;
- korxona iqtisodiy salohiyatining barqaror o‘sish suratlarini ta’minlash;
- korxonaning kelgusi davrlar uchun potentsial moliyaviy imkoniyatlarini baholash;
- moliyaviy qarorlar samaradorligini baholash usullarini qo‘llash;
- bankrotlikdan qochish (inqirozga qarshi boshqaruv);
- samaradorlik ko‘rsatkichlarining tuzilgan tizimi asosida joriy moliyaviy barqarorlikni va maqsadli rentabellikni ta’minlash.

Moliyaviy menejmentning asosiy vazifasi faoliyatning taktik va strategik maqsadlariga erishishni ta’minlaydigan samarali moliyaviy boshqaruv tizimini yaratishdir. Muayyan korxonalarda moliyaviy boshqaruvni tashkil etish sanoatning tashkiliy-huquqiy holatiga mulkchilik shaklining bir qator omillariga va korxona hajmining texnologik xususiyatlariga bog‘liq. Moliyaviy menejmentning vazifalari kompaniyani rivojlantirishning qisqa muddatli va uzoq muddatli maqsadlari bilan qisqa muddatli va uzoq muddatli moliyaviy boshqaruvda qabul qilingan qarorlar o‘rtasidagi optimal muvozanatni topishni o‘z ichiga oladi.

Moliyaviy menejmentning barcha ko‘rib chiqilgan vazifalari bir-biri bilan chambarchas bog‘liq, garchi ularning ba’zilari ko‘p qirrali xususiyatga ega bo‘lsa ham (masalan, moliyaviy xavf darajasini minimallashtirish bilan birga foyda miqdorini maksimal darajada oshirishni ta’minlash, moliyaviy resurslarning yetarli miqdorini shakllantirishni ta’minlash) va uning rivojlanish jarayonida korxonaning doimiy moliyaviy balansi va boshqalar). Shu sababli, moliyaviy menejment jarayonida uning asosiy maqsadini eng samarali amalga oshirish uchun individual vazifalar o‘zaro optimallashtirilishi kerak.

2.3. Moliyaviy menejmentning funksiya va tamoyillari

Moliyaviy menejmentning maqsadi va asosiy vazifalarini belgilangan funksiyalarni amalga oshirish orqali bajaradi. Moliyaviy menejment funksiyalari korxona moliyasi funksiyalarini amalga oshirilishiga yo‘naltiriladi va moliyaviy faoliyatni boshqarishda o‘ziga xos alohida jihatlari bilan konkretlashtiriladi. Bu funksiyalar moliyaviy menejmentning kompleks mohiyatini ifodalovchi ikki guruhga ajratiladi (2.2-rasm).

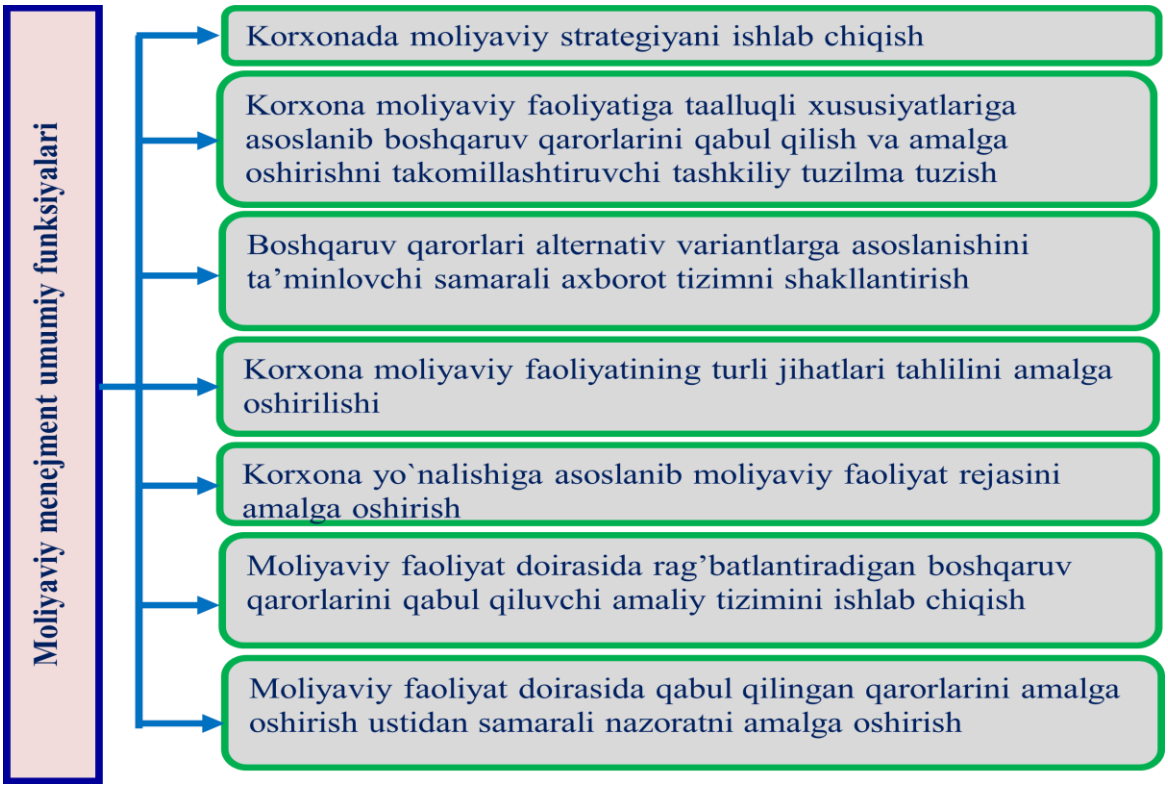


2.2-rasm. Moliyaviy menejmentning funksiyalari

Moliyaviy menejment umumiy funksiyalaridan asosiylari quyidagilar hisoblanadi (2.3 – rasmga qarang):

1. Korxonada moliyaviy strategiyani ishlab chiqish. Bu funksiyani amalga oshirish jarayonida korxona iqtisodiy rivojining umumiy

strategiyasi va moliya bozori konyukturasi prognozidan kelib chiqib, uzoq muddatga mo‘ljallangan maqsadlari va maqsad ko‘rsatkichlari tizimi shakllantiriladi; yaqin kelajakda hal qilinadigan katta masalalar belgilanadi va moliyaviy rivojlanishining muhim yo‘llari bo‘yicha korxona faoliyati siyosati ishlab chiqiladi.



2.3-rasm. Moliyaviy menejmentning umumiy funksiyalari

2. Korxona moliyaviy faoliyatiga taalluqli xususiyatlariga asoslanib boshqaruv qarorlarini qabul qilish va amalga oshirishni takomillashtiruvchi tashkiliy tuzilma tuzish. Bu funksiyani amalga oshirish jarayonida moliyaviy menejment bu tashkiliy tuzilmani korxona ishi va moliyaviy faoliyati o‘zgaruvchan sharoitiga doimiy moslashishini ta’minlashi kerak.

3. Boshqaruv qarorlari muqobil variantlarga asoslanishini ta’minlovchi samarali axborot tizimni shakllantirish. Bu funksiyani amalga oshirish jarayonida moliyaviy menejmentning axborot ehtiyojlarini miqdori va mazmuni aniqlangan; bu ehtiyojlarni qondiruvchi ichki va tashqi ma’lumotlar manbalari shakllangan; korxona

va moliyaviy bozor konyukturasi moliyaviy holatining doimiy monitoringi tashkil qilingan bo‘lishi kerak.

4. Korxona moliyaviy faoliyatining turli jihatlari tahlilini amalga oshirilishi. Bu funksiyani amalga oshirish jarayonida alohida moliyaviy operasiyalari; korxona alohida sho‘balari, filiallari va “masul markazlar” moliyaviy faoliyati natijalari; korxona moliyaviy faoliyati butun va alohida ajratilgan yo‘nalishlari umum natijalari ustidan ekspress va chuqur tahlil o‘tkaziladi.

5. Korxona yo‘nalishiga asoslanib moliyaviy faoliyat rejasini amalga oshirish. Bu funksiyani amalga oshirishda moliyaviy faoliyatning asosiy yo‘nalishi bo‘yicha, turli tuzilmali bo‘linmalari bo‘yicha va korxona maqsadi bo‘yicha joriy rejalar va operativ fondlar tizimini ishlab chiqish bilan bog‘liq. Asosan bunday rejalashtirishda korxona moliyaviy strategiyasi ishlab chiqiladi, rivojlanishning har bir bosqichini konkretlashtirish talab qilinadi.

6. Moliyaviy faoliyat doirasida rag‘batlantiradigan boshqaruv qarorlarini qabul qiluvchi amaliy tizimini ishlab chiqish. Bu funksiyani amalga oshirish jarayonida bosh menejerlarga va korxona alohida tuzilmaviy bo‘limlari menejerlariga o‘rnatilgan moliyaviy ko‘rsatkichlar, moliyaviy normativlar va rejali vazifalarni bajarganligi yoki bajarmaganligi uchun rag‘batlantirishlar va jarimalar tizimi shakllantiriladi.

7. Moliyaviy faoliyat doirasida qabul qilingan qarorlarini amalga oshirish ustidan samarali nazoratni amalga oshirish. Bu moliyaviy menejment funksiyasini amalga oshirish korxonada ichki nazorat tizimini tuzish, alohida xizmat va moliyaviy menejerlar nazorat javobgarliklarini taqsimlash, nazorat ko‘rsatkichlari va nazorat muddatlari tizimini belgilash, amalga oshiriladigan nazoratni operativ ta’sir ettirish bilan bog‘liq.

Moliyaviy menejmentning aniq obyektlarini belgilovchi ***asosiy funksiyalar*** quyidagilar hisoblanadi:

1. Aktivlarni boshqarish. Bu boshqaruv funksiyasi korxona operasion faoliyati nazarda tutilgan miqdorlardan kelib chiqib alohida ko‘rinishdagi aktivlarga bo‘lgan haqiqiy ehtiyojini va ularning butun summasini aniqlash, aktivlar tarkibini ulardan kompleks foydalanish

samarasi holatiga qarab takomillashtirish, alohida ko‘rinishdagi aktivlar likvidliligi va ularni aylanish sikli tezligini ta’minlash, ularni moliyalashtirishning samarali shakli va manbalarini tanlash hisoblanadi.

2. Investisiyalarni boshqarish. Bu boshqaruv funksiyasi korxona investision faoliyati muhim yo‘nalishlarini shakllantirish; alohida real loyihalar va moliyaviy instrumentlarning investitsion afzalliligini baholash hamda ulardan eng samaralisini tanlash; real investision dasturlar va moliyaviy investisiya portfellarini shakllantirish; eng samarali moliyaviy investisiya shaklini tanlash hisoblanadi.

3. Pul oqimlarini boshqarish. Bu boshqaruv funksiyasi korxona pul mablag‘larining kirim va chiqim oqimlarini shakllantiradi, ularni hajmi va muddatlari, vaqtinchalik bo‘sh pul mablag‘laridan samarali foydalanish bo‘yicha tasniflaydi.

4. Moliyaviy risklarni boshqarish. Bu funksiyani amalga oshirish jarayonida korxonaning xo‘jalik faoliyatiga xos bo‘lgan asosiy moliyaviy risklar aniqlanadi; bu risklar darajasi va bu bilan bog‘liq yo‘qotilishi mumkin bo‘lgan moliyaviy resurslar hajmi baholanadi, alohida moliyaviy risklar hamda ularni sug‘urtalash profilaktikasi va minimallashtirilishi bo‘yicha tizim shakllantiriladi.



2.4-rasm. Moliyaviy menejmentning aniq obyektlarini belgilovchi asosiy funksiyalari

5. Inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv. Bunday boshqaruv funksiyasi moliyaviy inqiroz alomatlariga o‘z vaqtida tashxis qo‘yish maqsadida korxona moliyaviy holatini doimiy monitoring qilish; korxonaning inqiroz holati masshtablarini va uni keltirib chiqaruvchi

omillarni aniqlash; korxonaning inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv ichki mexanizmlari foydalanadigan shakl va metodlarni, kerak bo‘lganda – tashqi sanatsiya (moliyaviy holatni yaxshilash bo‘yicha tadbirlar tizimi) yoki qayta tashkil qilish shakllarini belgilash hisoblanadi.

Moliyaviy menejment asosiy funksiyalari korxona maqsadiga erishishda katta hissa qo‘shadigan maxsus sohasi kabi qaraladi. Bu funksiyalardan har birini korxona moliyaviy boshqaruv obyektlari va uning moliyaviy faoliyat asosiy shakllari kabi spesifikasiyalarini hisobga olgan holda yanada maqsad yo‘nalishi tomon konkretlashtirish mumkin. Har bir korxonada bunday konkretlashtirishni amalga oshirlishi bilan moliyaviy faoliyat boshqaruvi ko‘p darajali funksional tizimi barpo etiladi.

Korxona moliyaviy faoliyatini samarali boshqarish moliyaviy menejmentning asosiy tamoyillarini amalga oshirishni ta’minlaydi. Bu tamoyillar umumiy menejmentning bir qismi bo‘lib, quyidagilar hisoblanadi:

1. Umumiy boshqaruv tizimida integrasiyalashuvi. Istalgan boshqaruv qarorlari korxona pul oqimlari shakllanishiga, uning jismoniy faoliyati natijalariga va korxona moliyaviy natijasiga o‘z ta’sirini ko‘rsatadi. Moliyani boshqarish bevosita ishlab chiqarish menejmenti, kadrlar va innovasion menejment va boshqa funksional ko‘rinishdagi menejmentlar bilan bevosita bog‘liqdir. Ammo ko‘pincha moliyaviy menejment maxsus masalalarni hal qilishi o‘z navbatida korxona faoliyatining ishlab chiqarish-savdo xarakteristikasi va parametrlariga bog‘liq.

2. Korxona rivojining strategik maqsadiga qaratilganlik. Moliyaviy faoliyat doirasidagi boshqaruv qarorlari loyihalari joriy davrda korxona faoliyatining bosh maqsadiga, rivojlanishining strategik yo‘nalishiga, xususiy moliyaviy resurslar rivojlanish ko‘rsatkichlariga va hokazolarga muvofiq bo‘lishi kerak.

3. Moliyaviy boshqaruv qarorlari tanlovi jarayoni optimalligi. Bu tamoyilni amalga oshirishda korxona moliyaviy resurslarini shakllantirish va foydalanish hamda pul oborotlarini tashkil qilish doirasida tayyorlanadigan har bir boshqaruv qarorlari moliyani

boshqarish bo‘yicha alternativ ta’sir qilish imkoniyatlarini hisobga olish kerakligi ko‘zda tutiladi. Mavjud bo‘lgan boshqaruv qarorlarining alternativ loyihalarini amalga oshirish uchun tanlash korxona mezon-o‘lchovlar tizimiga, moliyaviy strategiyasiga yoki aniq moliyaviy siyosatiga hamda aniq davr mobaynida korxona resurslari cheklanganligiga asoslangan bo‘lishi kerak.

4. Boshqaruv qarorlari shakllanishining kompleks xarakterligi. Korxona moliyaviy resurslarini shakllantirish va foydalanish hamda pul oborotlarini tashkil qilish doirasida tayyorlanadigan barcha boshqaruv qarorlari chambarchas shaklda o‘zaro bog‘liq va uning moliyaviy faoliyati natijalariga to‘g‘ridan-to‘g‘ri va bilvosita ta’sir etadi.

Tamoyillar bilan tashkil qilinadigan moliyaviy menejment korxona operasion faoliyatini yuqori suratlarda o‘sishida kerakli resurs potensialini shakllantirishiga, xususiy kapitalining doimiy o‘sishini ta’minlashga, tovar va moliya bozorlarida uning raqobat holatini oshishiga, strategik istiqbolida barqaror iqtisodiy rivojlanishni ta’minlashga yo‘l beradi.

2.4. Moliyaviy menejment konsepsiyalari

Moliyaviy menejmentning aksariyat nazariyalari, o‘rganilishi lozim bo‘lgan aniq bir konsepsiyalarga asoslanadi. Ularni tushunmaslik o‘rganilayotgan nazariyalarning mohiyatini anglashda qiyinchiliklar tug‘diradi. Xorijiy adabiyotlarda moliyaviy menejmentning asosiy konsepsiyalariga doir ko‘plab yondashuvlar bayon etilgan, masalan rus iqtisodchi olimi I.Ya.Lukasevichning fikriga ko‘ra moliyaviy menejmentning asosini tashkil etuvchi muhim nazariy konsepsiyalar quyidagilardan iborat[6]:

- pul oqimlari konsepsiyasi;
- pulning vaqtlar bo‘yicha qiymati kontseptsiyasi;
- risk va daromadlilik kontseptsiyasi;
- bozorlarning samaradorligi to‘g‘risidagi gipoteza;

[6] Лукасевич И.Я., Финансовый менеджмент: учебник / 2-изд. перераб. и доп., – М.: Эксмо, 2010. с. 13.

- portfel nazariyasi va aktivlar baxosini shakllanish nazariyasi;
- kapital tuzilishi (strukturasi) va dividend siyosati nazariyalari;
- agentlik munosabatlari nazariyasi.

Mazkur model va konsepsiyalar korxonalarda moliyaviy menejmentni samarali tashkillashtirish va yuritishda muhim ahamiyat kasb etadi. Olim tomonidan keltirilgan konsepsiyalar, aksionerlik jamiyatlarida moliyaviy menejment mexanizmining barcha bosqichlarini (elementlarini) o‘z ichiga qamrab oladi. Ta’kidlash lozimki, bugungi kunda mamlakatimizda aksionerlik jamiyatlarida moliyaviy menejment tizimini takomillashtirish xususan, risk va daromadlilik konsepsiyasining amaliy elementlarini joriy etish borasida samarali ishlar amalga oshirilib kelinmoqda. “Aksiyadorlik jamiyatlarida zamonaviy korporativ boshqaruv uslublarini joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmonini amaliyotga keng tatbiq qilinishi yuqoridagi jumlalarimizning tasdig‘idir. Mazkur Farmonda mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan aksionerlik jamiyatlarida boshqaruv tizimini xalqaro standartlariga moslashtirish borasidagi quyidagi asosiy jihatlar qamrab olingan:

- eski bo‘linmalar va lavozimlarni tugatish, zamonaviy xalqaro standartlar va bozor iqtisodiyoti talablariga mos yangi bo‘linma va lavozimlarni joriy etishni inobatga olgan holda, aksiyadorlik jamiyatlarini boshqarish tuzilmasini tubdan qayta tashkil etish;

- yetakchi xorijiy ta’lim muassasalari bilan hamkorlik asosida boshqaruv xodimlarini tayyorlash va ularning kasb darajasini oshirish, shuningdek, aksiyadorlik jamiyatlarida rahbarlik lavozimlariga chet ellik yuqori malakali menejerlarni jalb qilish[7].

Moliyaviy menejment tizimida risk va daromadlilik konsepsiyasi asosiy konsepsiyalardan biri sanalab, o‘ziga xos murakkab tuzilishga ega sanaladi. Mazkur konsepsiyaning nazariy asoslari ilk marta 1921 yilda amerikalik iqtisodchi olim Frank Nayt (Frank H.Knight) tomonidan “Risk, noaniqlik va foyda” (“Risk, Uncertainty and Profit”) asarida tadqiq etilgan[8]. Keyinchalik risk va daromadlilik darajasi o‘rtasidagi

[7] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 24 апрелдаги “Акциядорлик жамиятларида замонавий корпоратив бошқарув услубларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” ПФ-4720 сонли фармони.

[8] Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – 2-е изд., перераб. и доп., – Москва: Проспект, 2011. с. 252.

bog‘liqlik konsepsiyasi boshqa olimlar tomonidan takomillashtirib borildi. Konsepsiyaning mohiyati shundan iboratki, biznesdan olinadigan har qanday daromad hajmi va bir vaqtda yuzaga keladigan risk darajasi o‘rtasida to‘g‘ri proporsionallik mavjud, ya’ni kutilayotgan daromad hajmi qanchalik ko‘p bo‘lsa risk darajasi mos ravishda shunchalik yuqori bo‘ladi yoki aksincha. Ko‘plab moliyaviy aktivlarni baholash modellari (investisiya kiritishning moliyaviy instrumentlari) va portfel nazariyasi tizimidagi investision tahlil metodikasi mazkur konsepsiyaga asoslanadi.

Risk va daromadlilik konsepsiyasida, “risk” va “daromadlilik” tushunchalari o‘ziga xos ravishda talqin etilib, boshqa iqtisodiy fanlar tomonidan mazkur tushunchalarga berilgan tariflar bilan ayrim o‘xshashlik jihatlari mavjud. Moliyaviy menejmentning nazariy asoslari va amaliy jihatlarini yoritishga bag‘ishlangan ko‘plab adabiyotlar mualliflari amerikalik iqtisodchi olimlar Jeyms Van Xorn (Jamec C.Van Horne) va Jon Vaxovichlar (John M.Vachowicz) risk va daromadlilik tushunchalarini quyidagicha izohlaydilar.

Biror-bir davr uchun (masalan bir yil) investisiyadan olinadigan daromadlilik – investisiya obyektiga egalik qilish huquqini realizasiya qilish natijasida olinadigan daromadga qo‘shamiz investisiya obyekti bozor bahosining o‘zgarishi, hamda mazkur obyektning dastlabki narxiga bo‘lish orqali aniqlanadi[9]. Iqtisodchi olimlar tomonidan, risk va daromadlilik tushunchalariga tarif berishda nazariy yondashuvlardan chekingan holda, asosan kompaniyalar amaliyotida hisoblash usullariga yondashgan holda tariflar keltirilgan. Masalan, biz 100 so‘m bo‘lgan qimmatli qog‘ozni sotib oldik, ushbu investisiya obyekti bizga 7 so‘m dividend shaklida daromad keltirib bir yildan so‘ng uning narxi 106 so‘mga o‘zgaradi. Ushbu vaziyatda daromadlilik (7s+6s)/100s=13% ni tashkil etadi. Bunday holda, investorda ikkita daromad manbai mavjud bo‘lib bular, qimmatli qog‘ozlar uchun to‘lanadigan va uning bahosini o‘sishidan (yoki kamayishi) olinadigan daromad hisoblanadi.

[9] Jamec C.Van Horne, John M.Vachowicz JR. Fundamentals of financial management. Eleventh edition. Prentice Hall, Inc., 2001 p. 141.

Moliyaviy menejmentda daromadlilik deyilganda, ma’lum bir obyektga kiritilgan investisiyadan va uning bozor bahosini o‘zgarishidan olinadigan daromad tushunilib, mazkur ko‘rsatkich odatda investisiya obyektining dastlabki narxiga nisbatan foizda ifodalanadi. Oddiy aksiyalar uchun ma’lum bir davr mobaynida (t davrda) egalik qilishdan olinadigan daromadlilik quyidagicha aniqlanadi:

$$\mathbf{R} = \frac{\mathbf{D_t} + (\mathbf{P_t} - \mathbf{P_{(t-1)}})}{\mathbf{P_{t-1}}} \ , \qquad (2.1)$$

bu yerda:

R - kutilayotgan (haqiqiy) daromadlilik;

D_t – t davr oxirida to‘lab beriladigan dividendlar;

P_t – egalik qilish davri oxirida aksiyaning baxosi;

P_{t-1} – t-1 davr boshida aksiyaning bahosi.

Ta’kidlash kerakki, mazkur formula ma’lum bir davr oralig‘ida aksiyaning real daromadliligini aniqlash bilan bir qatorda kelgusi davr uchun ham ushbu ko‘rsatkichni hisoblash (aksiyaning kursi va to‘lanadigan dividendlar miqdorini aniqlash asosida) imkonini beradi. Formulaning qavslar ichida keltirilgan qismi (elementlari) ushbu davrda moliyaviy resurslarning ortishi yoki kamayishini anglatadi.

Moliyaviy menejment oldiga qo‘yilgan maqsadga erishish nuqtai nazaridan, risk ma’lum bir sohaga yo‘naltirilgan sarmoyadan kutilayotgan natijalarni (daromadlarni) real erishilgan natijalardan og‘ishi sifatida izohlanadi. Agar investisiyaning qaytishi me’yoriy taqsimotga amal qilsa, bunda risk uning standart og‘ishi bo‘yicha vakolatlanishi mumkin.

Bu jarayonni matematik formula orqali quyidagicha ifodalashimiz mumkin[10]:

$$\mathbf{Risk} = \sqrt{\frac{\mathbf{1}}{\mathbf{T-1}} \sum_{\mathbf{i=1}}^{\mathbf{r}} (\mathbf{R_t} - \bar{\mathbf{R}})^{\mathbf{2}}} \qquad (2.2)$$

R_t - t davr mobaynida investisiyaning qaytishi (1 yildan T yilgacha);

R - investisiyaning o‘rtacha qaytishi.

[10] L.Fung Financial management. Stewart House, 2012 p. 38.

Ushbu formulani mazmunini yanada kengroq tushunish uchun quyidagi shartli misoldan foydalanamiz. Misoldagi ma’lumotlar xorijiy manbalardan olinib muallif tomonidan maqola maqsadiga moslashtirilgan. Quyidagi ko‘rsatkichlar bo‘yicha investisiya loyihasi mavjud bo‘lib, mazkur investisiyaning riski qanday bo‘ladi degan savolga javob beramiz (1-misol).

Yillar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Daromadlilik (% da)	10	-2	0	5	7

Investisiyaning oxirgi besh yildagi o‘rtacha daromadliligi 4 % ni tashkil etadi, ya’ni (T=5, R(1)=10%, R(2)=-2%, R(3)=0%, R(4)=5%, R(5)=7%). Demak, biz asosiy daromadlilikni 4% deb olib, masalani javobini quyidagicha aniqlaymiz.

$$\mathbf{Risk} = \sqrt{\frac{1}{5-1}(10-4)^2 + \frac{1}{5-1}(-2-4)^2 + \frac{1}{5-1}(0-4)^2 + \frac{1}{5-1}(5-4)^2 + \frac{1}{5-1}(7-4)^2}$$

natija: $\mathbf{Risk = 4,95}$

Yuqoridagi hisob-kitobga tayangan holda, ushbu investisiyaning jami yillik daromadliligini o‘rtacha miqdori 4% ni tashkil qilganligiga qaramasdan, o‘tgan davrdagi hech bir real daromadlilik kutilgan natijani ko‘rsatmagan. 1 yil 4 va 5 yillardagi daromadlilik miqdori kutilganidan yuqoriroq (ijobiy risk) va aksincha 2 va 3 yillardagi real daromadlilik miqdori pastroq (salbiy risk) bo‘lganligini ko‘rishimiz mumkin. Bu kabi tebranishlar, ya’ni o‘rtacha miqdordan (kutilgan natijadan) chetlanishlar *moliyaviy menejmentda riskning mohiyatini* ifolaydi. Iqtisodchi olimlar tomonidan keltirilgan tariflardan kelib chiqqan holda, fikrimizcha moliyaviy risk – bu tashqi muhitning noaniqliq sharoitida korxonalar tomonidan xo‘jalik-moliyaviy faoliyatini amalga oshirishda daromad va moliyaviy resurslarni yo‘qotilishi kabi salbiy oqibatlarni paydo bo‘lish ehtimolligidir. Agar investisiyaning daromadliligida me’yoriy taqsimlanish kuzatilsa hamda investor yuqori va quyi risklardan hech qanday imtiyozga ega bo‘lmasa, bunday jarayonda standart og‘ish – risk o‘lchovining haqiqiy o‘lchovi hisoblanadi.

Ta’kidlash lozimki, yuqorida amalga oshirilgan hisob-kitoblar orqali biz, moliyaviy menejmentda risk va daromadlilik konsepsiyasi va uning amaliy - nazariy masalalarini ayrim jihatlarini ko‘rib chiqishga muvaffaq bo‘ldik. Korxonalar moliyaviy jarayonini amalga oshirishida moliyaviy risklarni samarali baholash va uning daromadlilik darajalarini aniqlash murakkab tuzilishga ega bo‘lib, ko‘plab matematik formulalar va hisob-kitoblarini amalga oshirish muhim.

2.5. Kapital tarkibi va dividend siyosati nazariyasi

Kapital tadbirkorlik faoliyatining barcha turlarining asosiy qismi bo‘lib, ular biznesning hajmi va tabiati bilan belgilanadi. Kapitalni turli manbalar yordamida jalb qilish mumkin. Agar kompaniya kapitalni to‘g‘ri va yetarli darajada ushlab tursa, u yuqori foyda oladi va ular o‘z aksiyadorlariga ko‘proq dividendlar berishi mumkin.

Kapital tarkibi qimmatli qog‘ozlar turlarini va kapitallashuvni tashkil etuvchi mutanosib miqdorlarni bildiradi. Bu aksiyalar, imtiyozli aksiyalar, obligatsiyalar, uzoq muddatli kreditlar va taqsimlanmagan foyda kabi uzoq muddatli manbalarning turli xil manbalarining aralashmasidir. Kapital tuzilmasi atamasi o‘z kapitali, imtiyozli ustav kapitali va qarz kapitali kabi turli xil uzoq muddatli moliyalashtirish manbalari o‘rtasidagi munosabatni bildiradi. Kapitalning mos tuzilishini tanlash moliyaviy menejmentning muhim qaroridir, chunki u firma qiymati bilan chambarchas bog‘liq. Kapital tuzilmasi - bu, asosan, uzoq muddatli qarzlar va o‘z mablag‘lari bilan ifodalanadigan kompaniyaning doimiy moliyalashtirilishi.

Quyidagi ta’riflar kapital tuzilmalarining ma’nosi va maqsadini aniq boshlaydi. Gerestenbegning ta’rifiga ko‘ra, "Kompaniyaning kapital tarkibi uning kapitallashuvining tarkibini anglatadi va u barcha uzoq muddatli kapital resurslarini o‘z ichiga oladi". James C. Van Horne ta’rifiga ko‘ra, "Qarz, imtiyozli aksiya va oddiy aksiyadorlik kapitali bilan ifodalangan firmaning doimiy uzoq muddatli moliyalashtirish aralashmasi". Presana Chandraning ta’rifiga ko‘ra, "Firmaning moliyalashtirish tarkibi o‘z kapitali, imtiyozlar va qarzlardan iborat".

Kapital tuzilishi firmaning moliyaviy qarorining asosiy qismi bo‘lib, firma qiymatiga ta’sir qiladi va bu EBIT va aksiyalarning bozor qiymatining o‘zgarishiga olib keladi. Kapital tarkibi, kapital qiymati va firma qiymati o‘rtasida bog‘liqlik mavjud. Samarali kapital tuzilishining maqsadi firma qiymatini maksimal darajada oshirish va kapital qiymatini kamaytirishdir. Kapital tuzilishi, kapital qiymati va firma qiymati o‘rtasidagi bog‘liqlikni tushuntiruvchi ikkita asosiy nazariya mavjud.

Ananaviy yondashuv. Bu sof daromad yondashuvi va sof operatsion daromad yondashuvining aralashmasi. Shuning uchun u oraliq yondashuv deb ham ataladi. Ananaviy yondashuvga ko‘ra, qarz va o‘z kapitalining aralashmasi kapitalning umumiy qiymati tarkibida qarzning ma’lum darajasigacha kamaytirish orqali firma qiymatini oshirishi mumkin.

Taxminlar. Kapital tuzilishi nazariyalari yagona va qulay usulda tahlil qilish uchun ma’lum bir taxminga asoslanadi:

• Firma foydalanadigan faqat ikkita mablag‘ manbasi mavjud; qarz va aktsiyalar.

• Firma o‘z daromadining 100% ni dividend sifatida to‘laydi.

• Jami aktivlar berilgan va o‘zgarmaydi.

• Jami moliya doimiyligicha qolmoqda.

• Operatsion foyda (EBIT) o‘sishi kutilmaydi.

• Biznes tavakkalchiligi doimiyligicha qolmoqda.

• Firma abadiy hayotga ega.

• Investorlar o‘zini oqilona tutadi.

Korporativ moliya siyosati, xususan, dividend siyosati va kapital tuzilmasi bo‘yicha adabiyotlar ko‘p bo‘lib, Modigliani va Miller (1958) qo‘shgan hissalari davridan boshlangan g‘aroyib ananaga ega. Bu adabiyotning ikki jihati diqqatga sazovordir. Birinchidan, aksariyat hollarda dividend siyosati nazariyalari kapital tuzilishi nazariyalaridan farq qiladi, chunki adabiyotda dividend siyosati va kapital tuzilishi ikki xil tanlov sifatida ko‘rib chiqilgan, garchi ikkalasiga ham ta’sir qiluvchi umumiy omillar mavjudligiga ishonish uchun asoslar mavjud. Ikkinchidan, bu nazariyalarning empirik muvaffaqiyati eng yaxshi holatda aralashtirib yuborildi va bizga ko‘plab javobsiz savollar qoldirdi.

Bizning maqsadimiz dividend siyosati va kapital tuzilishining yangi va integratsiyalashgan nazariyasini taklif qilish, bu moliyaviy siyosat o‘zgaruvchilarini bir tanganing ikki tomoni sifatida ko‘rib chiqish va uning bashoratlarini empirik tarzda sinab ko‘rishdir. Ushbu nazariyaning asosiy jihati shundaki, kapital tuzilishi va dividend siyosati menejerlar va investorlar o‘rtasidagi nazorat taqsimotining uzluksizligining bir qismi sifatida birgalikda belgilanadi va shuning uchun ikkalasida ham ko‘ndalang kesimdagi o‘zgarishlar bir xil asosiy omillar tomonidan boshqariladi.

Dividend siyosatining ikkita asosiy nazariyasi signalizatsiya (masalan, Bhattacharya (1979), Jon va Uilyams (1985), Miller va Rok (1985) va Ofer va Thakor (1987) va erkin pul oqimi (masalan, Easterbrook (1984), Jensen (1986) va Lang va Litzenberger (1989)). Agar dividendlar boshqaruvning mulkiy ma’lumotlarini aktsiyadorlarga bildirsa, aktsiya bahosining g‘ayritabiiy ko‘tarilishi dividendlarning kutilmagan o‘sishiga hamroh bo‘lishi kerak. Agar dividendlar erkin pul oqimining samarasizligini kamaytirsa, dividendlarning ko‘payishi ortiqcha pul mablag‘larini kamaytirish orqali firma qiymatini oshiradi. Shunday qilib, ikkala nazariya ham dividendlarning kutilmagan o‘sishi ijobiy narx reaksiyalarini keltirib chiqarishi kerakligini taxmin qiladi, bu empirik ravishda tasdiqlangan.

Mavjud nazariyalar nima uchun ba’zi firmalar hech qachon dividendlar to‘lamasligini, boshqalari doimiy ravishda dividendlar to‘lamasligini, nega dividendlar to‘lanishi firmaning aksiyalari narxiga bog‘liq bo‘lib ko‘rinishini va nima uchun firmalar kapitali tuzilishi va dividendlar o‘rtasida bog‘liqlik mavjudligini tushuntirmaydi. Siyosat tanlovlari. Misol uchun, Cisco va Microsoft kabi kompaniyalar yaqin-yaqingacha yillar davomida hech qanday dividendlarsiz ishlagan. Xuddi shunday, General Electric, Anheuser-Busch va Coca-Cola kabi firmalar nisbatan yuqori o‘sish suratlarini saqlab qolish bilan birga dividendlar to‘lashning uzoq tarixiga ega.

General Electric, Anheuser-Busch va Coca-Cola ishlayotgan paytda Cisco va Microsoft hech qanday signalga ega emasligi yoki Anheuser-Busch va Coca-Cola menejerlari boshqaruvning ortiqcha naqd pul

iste’molini kamaytirish uchun dividendlar to‘lashi, Cisco va Microsoft esa, hech qanday ma’noga ega emasligi haqida bahslashish aql bovar qilmaydi. bunday tashvishlar yo‘q. Bundan tashqari, Beyker va Vurgler (2004) investorlar dividendlar to‘laydigan aksiyalarga ustama qo‘yganlarida menejerlar dividendlar to‘laydilar va investorlar dividend to‘lamaydigan aksiyalarni afzal ko‘rganlarida dividendlar to‘lamaydilar. Bu shuni ko‘rsatadiki, menejerlar dividendlar bo‘yicha qarorlarni o‘z firmalarining aksiyalari bahosiga bog‘lashmoqda. Firmalar o‘zlarining aksiyalari narxini qarz yoki aktsiyalarni chiqarishni muhim hal qiluvchi omil deb bilishadi, bu kapital tuzilishi va dividend siyosati tanlovi umumiy omillarga bog‘liqlik bilan bog‘liq bo‘lishi mumkinligini ko‘rsatadi.

Tayanch so‘z va iboralar

Boshqarish, takror ishlab chiqarish, strategik maqsad, taktik maqsad, risk, daromad

Nazorat uchun savollar

1. *Risk va daromadlilik konsepsiyasining asosiy mohiyati*
2. *Moliyaviy menejmentning asosiy funksiyalari*
3. *Dividend siyosatining o‘ziga xos jihatlari*
4. *Moliyaviy menejmentning kompleks vazifalari*
5. *Moliyaviy menejment tamoyillari*

Test topshiriqlari

1. ***Moliyaviy menejmentning funksiyalar guruhi to‘g‘ri ko‘rsatigan javobni ko‘rsating.***

A. *Umumiy va maxsus funksiyalar*
B. *To‘g‘ri va egri funksiyalar*
C. *Xarajat va daromad funksiyalar*
D. *Aktiv va passiv funksiyalar*

2. ***Moliyaviy menejmentning maxsus funksiyalari keltirilgan javobni belgilang?***

A. *Korxona aktivlarni, kapitalini, investitsiyalarni, pul oqimlarini, moliyaviy risklarni boshqarishdir*
B. *Korxona faoliyatini tashkil etish, moliyaviy tahlil, kreativlik va innovatsiya*
C. *Dividend siyosatini yuritish, tashqi moliyaviy nazoratni amalga oshirish, auditorlik tekshiruvidan o‘tkazish*
D. *Motivatsiya, risklarni baholash, ichki nazorat*

3. Moliyaviy menejmentning umumiy funksiyalari qaysi javobda barchasi to‘g‘ri ko‘rsatilgan?

A. *Moliyaviy qarorlar qabul qilish, moliyaviy rag‘batlantirish, moliyaviy tahlil, moliyaviy nazorat*
B. *Pul oqimlarini boshqarish, moliyaviy aktivlarni boshqarish, moliyaviy tahlil, moliyaviy nazorat*
C. *Moliyaviy qarorlar tayyorlash, moliyaviy jazolash, moliyaviy aktivlarni boshqarish, moliyaviy nazorat*
D. *Kapitalni boshqarish, aktivlarni boshqarish, moliyaviy tahlil, moliyaviy nazorat*

4. Moliyaviy menejmentning vazifalari qaysi javobda barchasi to‘g‘ri ko‘rsatilgan?

A. *Moliyaviy resurslarni shakllantirish, moliyaviy resurslarni taqsimlash, moliyaviy risklarni minimallashtrish*
B. *Korxonada risklarni, aktivlarni, xodimlarni va kapitalni boshqarish*
C. *Moliyaviy oqimlarini boshqarish, inqirozga qarshi jarayonni va sarmoyalarni boshqarish*
D. *Kapitalni boshqarish, aktivlarni boshqarish, moliyaviy tahlil, moliyaviy nazorat*

5. Korxona moliyaviy barqarorligini ta’minlash, bu - ...

A. *Moliyaviy menejmentning vazifasi*
B. *Moliyaviy menejmentning funksiyasi*
C. *Moliyaviy menejmentning konsepsiyasi*
D. *Moliyaviy menejmentning tamoyili*

6. Moliyaviy menejmentda rejalashtirish, tashkil etish, tahlil, motivatsiya qanday funksiyalar hisoblanadi?

A. Boshqaruv subektining funksiyalari
B. Boshqaruv obektining funksiyalari
C. Moliyaviy ta'minot funksiyalari
D. Moliyaviy nazorat funksiyalari

7. Moliyaviy menejmentning pul oqimlarini boshqarish funksiyasi quyidagilardan qaysilariga imkon beradi?

A. Korxonaning to'lovga layoqatliligi, likvidliligi va moliyaviy barqarorligini ta'minlab beradi
B. Korxona siyosiy risklarini kamaytirish, qo'shimcha kredit jalb qilish
C. Aksiyadorlar va kompaniya o'rtasidagi munosabatlarni samarali tashkil etish
D. Biznes jarayonlarini rejalashtirish, moliyaviy risklarni taqsimlash

8. Korxonalarda moliyaviy qarorlar qabul qilish, bu - ...

A. Moliyaviy menejmentning funksiyasi
B. Moliyaviy menejmentning vazifasi
C. Moliyaviy menejmentning konsepsiyasi
D. Moliyaviy menejmentning tamoyili

9. Korxonalarda moliyaviy rejalashtirish, bu - ...

A. Moliyaviy menejmentning funksiyasi
B. Moliyaviy menejmentning vazifasi
C. Moliyaviy menejmentning konsepsiyasi
D. Moliyaviy menejmentning tamoyili

10. Korxonalarda moliyaviy strategiya ishlab chiqish, bu - ...

A. Moliyaviy menejmentning funksiyasi
B. Moliyaviy menejmentning vazifasi
C. Moliyaviy menejmentning konsepsiyasi
D. Moliyaviy menejmentning tamoyili

III BOB. MOLIYAVIY MENEJMENTNI TASHKIL ETISH MEXANIZMI VA KORXONALARDA TASHKILIY XUSUSIYATLARI

3.1. Moliyaviy menejment xizmatlari mohiyati, ahamiyati va turlari.
3.2. Moliyaviy menejmentni tashkil etish bosqichlari.
3.3. Turli korxonalarda moliyaviy menejment xizmatlarini tashkil etishning o‘ziga xos xususiyatlari.
3.4. Korxonalarda moliyaviy faoliyatni tashkil etish mexanizmi.

3.1. Moliyaviy menejment xizmatlari mohiyati, ahamiyati va turlari

Ma’lumki, bugungi bozor iqtisodiyotining cheklangan resurslar sharoitida korxonalar faoliyatida moliyaviy resusrlardan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, inqirozga qarshi boshqaruv sharoitida moliyaviy resurslardan unumli foydalanishni talab etiladi. Ma’lumki, moliyaviy resurslardan samarali foydalanish moliyaviy menejmentning asosiy maqsadlaridan biridir. Korxonalarda moliyaviy menejment xizmati pul mablag‘laridan samarali foydalanish, pul mablag‘larining aylanuvchanligini oshirish, hamda vaqtinchalik bo‘sh qolgan pul resurslaridan oqilona foydalanishni asoslab beradi. Aks holatlarda korxonalar qiyin ahvolga tushib qolib, hattoki bankrot holatlariga ham tushib qolishi mumkin. Bu esa korxonalar uchun, davlat uchun ham salbiy holatlarni keltirib chiqaradi. Demak, korxonalarda bugungi kunda inqirozga qarshi boshqaruvda moliyaviy menejment xizmatini tashkil etish ularning bozorda o‘z o‘rinlarini mustahkamlashlariga xizmat qiladi.

Korxonalarda moliyaviy menejment xizmatlarini yuzaga keltirish, korxonalarda inqirozga qarshi boshqaruv, pul oqimlarini boshqarish, korxonalarning investision faoliyatini boshqarish kabi masalalar va kompaniyalar moliyaviy faoliyatini samarali ta’minlash bo‘yicha xorijiy mamlakatlar iqtisodchi olimlaridan Van Xorn V., Blank I., Bocharov V., Jonk M., Dolan E., Yergin D., Idrisov A., Kartishev S., Karaseva I., Kempbell R., Kempbell K., Lipsis I., Makkonell K., Milovidov V., Pavlova L., Petrosyan N.,Saviskaya D., Xavranek P., Fatxutdinov R., D.Shevchuk va boshqalarning asarlarida ko‘rib o‘tilgan. O‘zbekistonlik

iqtisodchi olimlardan A.Vaxobov, A.Ulmasov, B.Toshmurodova, K.Karimova, M.Sharifxujayev, N.Jumayev, N.Haydarov, R.Karlibayeva, T.Malikov, U.Burxonovlar, F.Hamidova, Sh.Abdullayeva va boshqa bir qator olimlar tomonidan o‘rganilgan.

Korxonalarda moliyaviy menejment xizmatlari bugungi kunda eng dolzarb masalardan biri bo‘lib hisoblanadi. U ayniqsa, korxonalarda inqirozga qarshi boshqaruv sharoitida diqqatga molikdir. Chunki moliyaiviy menejmentning eng asosiy boshqaruv obyektlaridan biri korxonalarda inqirozga qarshi boshqaruv hisoblanadi. Xorijiy mamlakatlarda korxonalarda moliyaviy menejment xizmatlarini tashkil etishga katta e’tibor qaratadi. Bundan tashqari moliyaviy menjment subyekti moliyaviy menejerlar zimmasida korxonaning eng masuliyatli vazifalari yuklatiladi. Shuning uchun ularda eng ko‘p daromad oluvchilardan biri moliyaviy menejerlar bo‘lib hisoblanadi.

Umuman olganda, moliyaviy menejment xizmati korxonalarda eng masuliyatli xizmatlardan biri bo‘lib hisoblanadi. Moliyaviy menejment xizmati korxonalar moliyasining samarali boshqarilishini o‘z zimmasiga oladi. Moliyaviy menejment mamlakatimizda endi rivojlanayotgan sohalardan biri bo‘lib hisoblanadi. Moliyaviy menejment xizmati korxona xususiy kapitalini maksimallashtirish uchun barcha choralarni amalga oshiradi. Shuningdek, moliyaviy menejment xizmati tadqiq etadigan asosiy boshqaruv obyektlaridan biri pul oqimlari bo‘lib, ularni samarali boshqarishda moliyaviy menejerlarning faoliyati muhim ahamiyat kasb etadi. Pul oqimlarini boshqarishda pul oqimlari holati, korxonalarda pul mablag‘lari mikdori, pul mablag‘lari yetarlilik holati, pul mablag‘lari aylanuvchanlik darajasi e’tiborga olinadi.

Korxonalarda moliyaviy menejment xizmatining asosiy boshqaruv obyektlaridan yana biri korxonaning investision faoliyati hisoblanadi. Korxonalarda investision faoliyat bilan shug‘ullanish asosan moliyaviy resurslarni diversifikasiya qilish davrida amalga oshiriladi. Agarda korxona o‘z ishlab chiqarish faoliyati bilan bir qatorda boshqa faoliyatlar bilan ham qisman shug‘ullansa, korxonalarning moliyaviy holatida moliyaviy yo‘qotishlar xavfi kamayadi. Bundan tashqari korxonalar asosiy faoliyatida pul mablag‘larini samarali boshqarish natijasida pul

mablag‘lari aylanuvchanligini oshiradi. Bu esa o‘z navbatida pul mablag‘larining ma’lum qismi bo‘shashiga olib keladi. Ishlab chiqarishdan vaqtinchalik bo‘shagan pul mablag‘larini ulardan yanada samarali foydalanish maqsadida investisiyaga yo‘naltirishi mumkin.

Korxonalarda moliyaviy menejment xizmatlari strategik va operativ menejment shaklida amalga oshiriladi. Korxonalarda ularning rivojlanish strategiyasini ishlab chiqishda strategik moliyaviy menejmentdan foydalaniladi. Strategik moliyaviy menejment oxir-oqibatda korxonalarning iqtisodiy o‘sishini ta’minlashga yo‘naltirilgan bo‘lib, investisiyalarni boshqarish jarayonini o‘zida namoyon etadi. Strategik moliyaviy menejment korxonaning strategik maqsadini amalga oshirish bilan bevosita bog‘liqdir. Strategik moliyaviy menejment avvalo quyidagilarni amalga oshirishga qaratilgan bo‘ladi:

- Kapital quyilmalar loyihasini moliyaviy baholash;
- Investision qarorlar qabul qilishning mezonlarini saralab olish;
- Moliyalashtirish manbalarini aniqlash va h.

Investision loyihalarni moliyalashtirish aynan strategik moliyaviy menejment jarayonida aniqlanadi. Bunda gorizontal va vertikal integrasiya tushunchalari bir-biridan farqlanadi. Strategik moliyaviy menejmentning o‘ziga xos xususiyatlari uning egiluvchanligi va moslashuvchanligi bilan belgilanadi. Ushbu xususiyatlari sababli korxonalarda o‘zgarishlarga zudlik bilan ta’sir ko‘rsatish, shunga mos ravishda korxona strategiyasiga o‘zgartirish kiritish va moliyalashtirishning samarasiz usullaridan voz kechish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Strategik moliyaviy menejment bilan bir qatorda, korxonalar faoliyatida operativ moliyaviy menejment ham uchraydi. Operativ moliyaviy menejment ishlab chiqarish jarayonini maqsadli moliyalashtirishga yo‘naltirilgan boshqaruv tizimini o‘zida namoyon etadi.

3.2. Moliyaviy menejmentni tashkil etish bosqichlari

Shaxsiy moliyaviy menejment - bu o‘rganish va tushunish kerak bo‘lgan jarayon. Xo‘sh, odamlar o‘z mablag‘larini to‘g‘ri boshqarishni qanday o‘rganishadi? Moliyamizni boshqarishni o‘rganishda men insoniy o‘sish jarayoniga o‘xshash bosqichlarni o‘rganamiz deb o‘ylayman. Moliyaviy menejmentning rivojlanish bosqichlari bizning rivojlanish bosqichlarimiz o‘sishi bilan o‘xshashdir. Ko‘pchilik yetuklik va yaxshiroq qaror qabul qilish orqali o‘rganiladi. Bu tabiiy ravishda sodir bo‘lmaydi, bu biz ta’lim, tajriba va yaxshi qaror qabul qilish ko‘nikmalarini orttirganimizda sodir bo‘ladi.

Moliyaviy boshqaruv bosqichlari sizning qarorlaringiz va harakatlaringiz asosida o‘zgarishi mumkin. Inson yetuk bosqichdan oldinga siljish o‘rniga orqaga qarab harakat qilishi mumkin. Ular buni o‘zlarining xatti-harakatlarini o‘zgartirish va moliyaviy hayotlariga ta’sir qiladigan ko‘plab turdagi tanlovlar orqali tezda amalga oshirishlari mumkin.

Keraksiz qarzlarni to‘plash, kerak bo‘lganidan ko‘proq mablag‘ sarflash, ular o‘rnatgan byudjetga rioya qilishni to‘xtatish, ilgari ega bo‘lmagan moliyaviy majburiyatlarni o‘z zimmalariga olish va hokazo. Men har oy moliyaviy taraqqiyotingizni sinchkovlik bilan ko‘rib chiqishni va moliyaviy ahvolingiz o‘zgara boshlaganini ko‘rsangiz, ustuvorliklaringizni qayta ko‘rib chiqishni tavsiya qilaman.

Hayot bizni doimo yangi qiyinchiliklar bilan qoldiradi. Biz o‘rganib, etuk bo‘lgach, biz ushbu qiyinchiliklarni engishning innovatsion usullarini topamiz. Ba’zida qiyinchilik bizni aybimizsiz moliyaviy jihatdan bir qadam orqaga qaytaradi. Ushbu vaziyatlarni qanday hal qilishni tanlashimiz ushbu bosqichlarda qayerda ekanligimizning o‘sishi va haqiqiy haqiqatini ko‘rsatadi. Agar siz orqaga qaytganingizni aniqlasangiz, yo‘lga qaytish uchun hali kech emas. O‘sish va kamolot kunlik tanlov jarayoni va ko‘p yillik uzluksiz o‘rganish natijasidir. Siz qo‘llashni o‘rgangan saboqlaringiz va kundalik qarorlaringiz kabi yetuksiz.

Shu nuqtai nazardan, zamonaviy moliya direktori o‘z bizneslari samaradorligini qanday baholash va ularga yetkazishni qayta ko‘rib

chiqishi va o‘z vaqtida, xavfsiz va tekshirilishi mumkin bo‘lgan ma’lumotlarni ishlab chiqaradigan tizim va jarayonlarni ishlab chiqishi kerak. Bundan tashqari, majburiyatlarni o‘lchash uchun zarur bo‘lgan aktuar jarayonlar hozirgi amaldagilardan sezilarli darajada farq qilishi mumkin. Tashkilotlar, shuningdek, to‘g‘ri taxminlarni o‘rnatish jarayonlari va mustahkam tajriba tekshiruvlariga muhtoj bo‘ladi. Tajriba shuni ko‘rsatadiki, bu jarayonlarni amalga oshirish oddiy emas va kuchli ma’lumotlarni boshqarish vakolatlari va modellarini, shuningdek, sinov va sharhlash va natijalarni tekshirish uchun yetarli vaqtni talab qiladi.

Biroq, moliyaviy direktorlar moliyaviy va me’yoriy hisobotlardagi ushbu o‘zgarishlarni hal qilishdan oldin, ular moliyaviy va tartibga soluvchi hisobotlar funksiyasining imkoniyatlarini aniq tushunishlari kerak. Buning uchun moliyaviy direktorlar tashkilotning hozirgi holatini quyidagi besh bosqichda baholashlari kerak:

1-bosqich: Moliyaviy natijalarni to‘g‘ri tayyorlash va ishlab chiqarish. Moliyaviy hisobot evolyutsiyasining dastlabki bosqichi texnik jarayondir. Bu eyrda tashkilot mavjud qoidalarda ko‘rsatilgan standartlarga muvofiq zarur ma’lumotlar va moliyaviy hisobotlarni to‘g‘ri ishlab chiqarishga qaratilgan. Natijalarni tahlil qilish moliya direktori xohlagan darajada ishonchli bo‘lmasligi mumkin va qaror qabul qilish uchun ma’lumotlardan qanday foydalanishni tushunishga emas, balki muvofiqlikni o‘rnatishga ko‘proq e’tibor qaratishi mumkin.

Standartlar bilan tanishish boshida juda muhimdir. Xususan, tashkilot zarar ko‘rgan biznesga maxsus metodologiya va asoslarni to‘g‘ri qo‘llash imkoniyatiga ega bo‘lishi kerak. Ushbu reglamentni amalga oshirish uchun nima ta’sir ko‘rsatganligi (adolatli qiymatlar) va hisoblashda nima talab qilinganligi (xavf chegaralari) haqida dastlabki tushunchani talab qildi.

2-bosqich: Nazorat va boshqaruv. Tashkilotning hisobot natijalariga ishonchni qozonish moliyaviy hisobot jarayonining keyingi bosqichidir. Bu bosqichda kuchli audit nazorati va yaxshi boshqaruv amaliyoti muhim ahamiyatga ega. Sarbanes-Oxley (SOX) kompaniyalarda buxgalteriya hisobi va audit amaliyotini yangi sertifikatlashtirish standartlari, audit qo‘mitasining kengaytirilgan roli va

boshqaruv kengashi uchun katta masuliyat bilan o‘zgartirdi. Natijada, moliyaviy direktorga nazorat va boshqaruvning bajarilishini ta’minlash va xavflarni bartaraf etish uchun katta bosim mavjud.

Boshqaruv bosqichidagi tashkilotlar hisobot natijalarini ishlab chiqish jarayoni uchun mustahkam nazoratni amalga oshiradilar. Bu ko‘pincha hisoblashning ko‘plab elementlarini ishlab chiqarish muhitiga ko‘chirishni, qo‘lda aralashuvni minimallashtirishni o‘z ichiga oladi. Bundan tashqari, ushbu darajadagi kompaniyalar odatda yanada samarali hisobot berish uchun jarayonni soddalashtiradi. Boshqaruv bosqichidagi kompaniyalar moliyaviy ma’lumotni texnik bosqichdagiga qaraganda tezroq va ishonchli ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo‘lib, moliyaviy ma’lumotlarning foydaliligini oshiradi.

3-bosqich: Tahlil. Kompaniyalar kerakli moliyaviy ko‘rsatkichlarni tez va samarali ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo‘lgach, tahlil asosiy masalaga aylanadi. Samaradorlikni tahlil qilish va baholash hisobot berish jarayonining asosiy bosqichidir, chunki u menejmentga, masalan, mahsulot yoki biznes yo‘nalishining rentabelligini tushunishga imkon beradi. Nisbatlar va prognozlar o‘tgan ish faoliyatini baholash, taqqoslanadigan narsalarni yaratish, prognozlarni taqdim etish va ishlash ko‘rsatkichlarini belgilash uchun juda muhimdir. Nega natijalar avvalgidek paydo bo‘lmoqda? Oxirgi hisobot davrida nima sodir bo‘ldi? Ushbu tahlil darajasi hisobot funksiyasi sifatida qiymat qo‘shishning keyingi bosqichidir.

4-bosqich: Prognozlash va byudjetlashtirish. Byudjetlashtirish va prognozlash rejalashtirish va har qanday tashkilotning umumiy muvaffaqiyati uchun juda muhimdir. Biroq, bugungi kunda moliyaviy direktorlar uchun byudjetlashtirish, ularning balansidagi ba’zi muhim tarkibiy qismlarning murakkabligini hisobga olgan holda, yanada murakkabroq. Agar kompaniya ushbu elementlarni samarali loyihalashtira olsa, u moliyaviy rejalashtirish va byudjetlashtirish funktsiyalari sifatini sezilarli darajada yaxshilaydi.

Bu ko‘plab kompaniyalar kurashadigan yoki taxminlarga tayanadigan sohadir. Bu, qisman, hisoblash quvvati va xodimlar resurslari uchun raqobat ustuvorliklari bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin.

Texnologik talablarni qondirish uchun korxona resurslarini rejalashtirish kabi tizimlar mavjud. Biroq, bu tizimlar juda moslashuvchan emas, chunki ular ma’lum bir funksiyani bajarish uchun ma’lum vaqt oralig‘ida joylashtirilgan. Shuning uchun moliyaviy direktor moliyaviy hisobot jarayoniga yanada moslashuvchan yondashuvni taqdim etishi uchun kuchli xizmat ko‘rsatuvchi provayder hamkorligi zarur.

Ushbu darajada ishlaydigan kompaniyalar keyinchalik stsenariy rejalashtirish kabi qiymatga asoslangan tadbirlar uchun bir nechta prognozlarni ishlab chiqarish uchun korporativ resurslarni rejalashtirish tizimlaridan foydalanishlari mumkin. Haqiqiy prognozlarni ishlab chiqarish qobiliyati, shuningdek, aktuar nazorat siklidan kengroq foydalanish imkonini beradi. Bu strategik ahamiyatga ega bo‘lgan moliyaviy ma’lumotlarni ishlab chiqishda muhim qadamdir.

5-bosqich: Harakatlantiuvchi qaror. Barcha kompaniyalarning har bir moliya funksiyasining yakuniy maqsadi jarayonning yakuniy bosqichiga erishish uchun o‘z vaqtida ma’lumot berish - biznes qarorlarini qabul qilishdir.

Shu sababli, moliyaviy direktorlar uchun vazifa moliya funksiyasi yangi talablar ostida amalga oshirilishini ta’minlashdir.

3.3. Turli korxonalarda moliyaviy menejment xizmatlarini tashkil etishning o‘ziga xos xususiyatlari

Moliyaviy boshqaruv umumiy boshqaruvning ajralmas qismidir va moliya menejeri biznes tashkilotida markaziy o‘rinni egallaydi. Moliyaviy menejment biznesni boshqarishda muhim rol o‘ynaganligi sababli, moliyaviy menejment siyosati, uning tartiblari va ta’sirini mukammal bilish va tushunish biznes tashkilotining muvaffaqiyatida juda muhimdir. Moliya menejeri moliyani to‘g‘ri sotib olish, taqsimlash va harakatlantirish orqali tashkiliy samaradorlikni ta’minlashi kerak. U o‘z vaqtida mablag‘ bilan ta’minlash orqali operatsion samaradorlikni ta’minlashi kerak, aks holda tashkilot o‘zining yaxshi irodasini va tegishli sohadagi mavqeini yo‘qotadi va asta-sekin uning yopilishiga olib keladi. Professional moliyaviy menejmentning yetishmasligi biznes

tashkilotining yopilishiga olib keladigan asosiy sabablardan biridir. Hisoblar sohasidagi ilg‘or tushunchalarni chuqur tushunish, qonun hujjatlariga muvofiqlik, moliyaviy faoliyat biznes tashkilotini moliyaviy jihatdan xavfsiz saqlash va globallashuv davridagi muammolarga javob berish uchun o‘sishi, tomoq raqobatini kesish uchun zarurdir. Moliyaviy menejment mahsulot assortimentini rivojlantirish va kengaytirishni rejalashtiradigan biznes tashkilotlari uchun ham juda muhimdir. Yaxshi moliya menejeri - bu yaxshi rejalashtiruvchi, tashkilotchi, direktor va mablag‘larning kirib kelishi va chiqishini nazorat qiluvchi. Moliyaviy menejmentning yakuniy maqsadi tashkilotning foydasi va boyligini oshirish orqali tashkilot qiymatini maksimal darajada oshirishdir. Moliyaviy menejment asosan uchta muhim qarorni o‘z ichiga oladi: moliyaviy qaror, investitsiya qarori va dividend to‘g‘risidagi qaror.

Moliyaviy menejment firmaning moliyaviy resurslarini rejalashtirish, tashkil etish, boshqarish va nazorat qilishni anglatadi. U korxona mablag‘larini xarid qilish va joylashtirish kabi tadbirlarni o‘z ichiga oladi. Bu loyihaning moliyaviy resurslariga umumiy boshqaruv tamoyillari va usullarini qo‘llashni anglatadi va loyiha daromadining qiymatini baholaydi. Moliyaviy boshqaruv texnikasi firmaga kelajakdagi pul oqimlarini aniq kuzatishga yordam beradi va biznes maqsadlariga erishishga yordam beradi. Boshqaruv moliyasi - bu boshqaruv hisobi va korporativ moliyadan qarashlar va g‘oyalarni oladigan fanlararo yondashuv.

Moliyaviy menejment - bu boshqaruv moliyasi, korporativ moliya va IT xizmatlari uchun moliyaviy menejmentni o‘z ichiga olgan iqtisodiyot sohasi. Boshqaruv moliyasi - bu moliya texnikasi va usullarining boshqaruv ahamiyati bilan bog‘liq bo‘lgan moliya sohasi. Korporativ moliya biznes korxonalari tomonidan qabul qilinadigan moliyaviy qarorlar va bunday qarorlarni qabul qilishda foydalaniladigan tahlillar bilan shug‘ullanadi. IT xizmatlari uchun moliyaviy boshqaruv IT aktivlari va resurslarini moliyaviy boshqarish bilan shug‘ullanadi. Moliyaviy menejmentning muhim vazifalari biznes uchun boylik yaratish, daromad olish va investitsiyalardan yetarli daromad olishdir.

Kichik va mikro firmalar kelajakdagi iqtisodiy rivojlanish va zamonaviy bilimga asoslangan iqtisodiyotning uzluksiz evolyutsiyasi uchun muhim ahamiyatga ega. Kichik va mikrofirmalarning muvaffaqiyatli rivojlanishi va omon qolishining muhim kaliti moliyaviy menejmentning roli bo‘lib, u Angliya Banki tomonidan kichik firmalar moliyasi bo‘yicha yillik hisobotlarida e’tirof etilgan.

Internet asri kelguniga qadar odamlarning hayoti unchalik qulay emas edi, axborot tarqatish ham sekin edi. Korxona rivojlanishining barcha jihatlari, ayniqsa, korporativ moliyaviy boshqaruv innovatsiyasi va Internet, moliyaviy boshqaruv innovatsiyasi kontekstida internetdan ajralmasdir. Maqsad axborotga asoslangan to‘liq avtomatlashtirilgan moliyaviy boshqaruv platformasini yaratishdir, ammo moliyaviy boshqaruvning ishonchli axborot tizimini yaratish uzoq muddatli va murakkab jarayon bo‘lib, kompaniyaning barcha darajalari va bo‘linmalarining yaqin hamkorligini talab qiladi, bu esa korporativ boshqaruvni talab qiladi. Qatlamlar yuqori baholanadi va kompaniyaning turli bo‘limlarining hamkorligini talab qiladi. Agar biror bir bo‘limda muammolar bo‘lsa, unda butun tizim to‘liq bo‘lmaydi. Korxonaning moliyaviy boshqaruv ma’lumotlarini qurish, shuningdek, ko‘plab professional buxgalteriya xodimlarining hamkorligini talab qiladi. Moliyaviy menejmentning axborot platformasini qurish bilan shug‘ullanadigan moliyaviy xodimlar nafaqat moliyaviy menejment bo‘yicha professional bilimga ega bo‘lishi kerak, balki yaxshi muloqot qilish qobiliyatiga ega bo‘lishi va turli bo‘limlar bilan ishlash qobiliyatiga ega bo‘lishi kerak.

Hammamizga ma’lumki, Moliyaviy menejment har qanday tashkilotning kapital fondidan samarali foydalanish uchun barcha ilg‘or usullarni taqdim etadi. Aksiyadorlik jamiyatida barcha kapital bir shaxsga tegishli emas. U aksiyalarni sotib olgan va pullarini kompaniyaga investitsiya qilgan ko‘plab aksiyadorlardan olinadi. Hamma o‘z aksiyalarining qiymatini oshirishni xohlaydi. Hamma kompaniyaga qo‘ygan kapitalidan eng yuqori daromad olishni xohlaydi. Bu qanday bo‘ladi? Bularning barchasi moliyaviy menejmentdan samarali foydalanish orqali osonlik bilan amalga oshirilishi mumkin. Biz

moliyaviy menejmentni aksiyadorlik jamiyatida qo‘llash mumkin bo‘lgan quyidagi fikrlarni tushuntiramiz.

1. Jamg‘armani kam tavakkal, arzon va kompaniya ustidan nazoratni buzmasdan oling. Moliyaviy menejmentdan kam tavakkalchilikda, arzon narxlarda va kompaniya ustidan nazoratni yo‘qotmasdan mablag‘ olish uchun osongina foydalanish mumkin. Buning uchun moliya menejeri kompaniyaning eng yaxshi kapital tuzilmasini optimallashtirish orqali rejalashtiradi. Ikkinchidan, moliya menejeri hozirgi vaziyatda kapitalning qaysi manbasi arzon bo‘lishini aniqlash uchun kapital qiymatini o‘lchaydi. Riskni kamaytirish uchun moliya menejeri leveraj texnikasidan foydalanishi kerak.

2. Jamg‘armadan aqlli va aqlli moliya menejeri kabi foydalaning. Agar siz moliyaviy menejmentni o‘rgangan bo‘lsangiz va undan foydalanmoqchi bo‘lsangiz. Kapital fondingizdan samarali foydalanishni o‘rganishingiz kerak. Bitta kompaniya o‘zining barcha pullarini bitta loyihaga investitsiya qiladi va bir yil ichida barcha kapital fondi nolga teng ekanligini aniqlaydi. Shunday qilib, endi aksiyadorlar faqat yig‘lashlari mumkin. Ammo, siz juda aqlli va aqlli moliya menejerisiz va moliyaviy menejerning uyidasiz. Siz kapital fondingizni behuda sarflamaysiz. Siz investitsiya qarorlarini kapital byudjetlashtirish asosida qabul qilasiz. Kapitalni byudjetlashtirish orqali siz qaysi investitsiya loyihasida hozirgi vaqtda eng yuqori daromad olishingizni topasiz.

3. Aylanma mablag‘lardan to‘g‘ri foydalanish uchun moliyaviy menejmentni qo‘llash. Nafaqat o‘z kapitali yoki qarz, balki moliyaviy menejment aylanma mablag‘ingizdan to‘g‘ri foydalanishga yordam beradi. Aylanma mablag‘larning isrof qilinishini to‘xtatish uchun siz optimal aylanma mablag‘ni osongina hisoblashingiz mumkin. Aylanma kapitalga investitsiyalaringizdan samarali foydalanishingiz mumkin. Siz aqldan ozgan odamga o‘xshab yiqilishning o‘rniga, hozirgi vaqtda pul muammosi tufayli ishni buzishdan oldin aylanma mablag‘ingizni oldindan bashorat qilasiz.

3.4. Korxonalarda moliyaviy faoliyatni tashkil etish mexanizmi

Korxonada moliyaviy faoliyatni tashkil etish - bu reproduktiv ehtiyojlarni qondirish va barcha moliyaviy majburiyatlarni bajarish uchun korxonani moliyaviy resurslar bilan ta’minlashga qaratilgan faoliyat. Korxonada moliyaviy faoliyatni tashkil etishning predmeti quyidagilardir:

1) korxona va sheriklar, moliya institutlari va davlat o‘rtasidagi munosabatlarning oqilona tizimini qurish bilan bog‘liq moliyaviy munosabatlar;

2) moliyaviy oqimlar, ya’ni korxonaning moliyaviy barqarorligi uchun ularning yetarliligi, o‘z vaqtida va muvozanatliligini ta’minlash.

Korxonada moliyaviy faoliyatni tashkil etishning asosiy yo‘nalishlari:

− moliyaviy rejalashtirish;

− operativ va boshqaruv ishlari;

− nazorat va tahliliy ishlar.

Moliyaviy rejalashtirish - bu korxonaning moliyaviy resurslarga bo‘lgan ehtiyojini asoslash va uni qoplash manbalari bilan muvozanatlash jarayoni. Uning asosiy maqsadi ishlab chiqilgan ishlab chiqarish-iqtisodiy dasturlarni o‘z vaqtida va to‘liq moliyaviy ta’minlash va korxona foydasini optimallashtirishdir. Korxonaning moliya sohasidagi operativ va boshqaruv ishlari uning moliyaviy munosabatlari va moliyaviy oqimlarining miqdoriy va sifat xususiyatlarini doimiy nazorat qilish bilan bog‘liq. Ushbu ishning asosiy maqsadi har qanday moliyaviy va xo‘jalik bitimining bajarilishiga maqsadli ta’sir ko‘rsatish va korxonaning ishbilarmonlik obro‘sini saqlashdir.

Ushbu maqsadga erishishga quyidagi vazifalarni taqsimlash yordam beradi:

− byudjetga va budjetdan tashqari jamg‘armalarga o‘z vaqtida to‘lanishini ta’minlash;

− marketing va biznes qarorlarini asoslash uchun bozor sharoitlarini o‘rganish;

− joriy moliyaviy ehtiyojlarni kamaytirish uchun aylanma mablag‘lar aylanmasini tezlashtirishni ta’minlash;

− mablag‘lar aylanishining uzluksizligini ta’minlash uchun tovar-moddiy zaxiralarning maqbul hajmlarini yaratish va saqlash;

− to‘lov intizomini ta’minlash maqsadida korxonaning debitor va kreditorlik qarzlarini boshqarish;

- ularning sarflanishidan olingan mablag‘lar, korxonaning moliyaviy holati to‘g‘risidagi ma’lumotlarni yig‘ish, ya’ni to‘g‘ri boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun obektiv axborot bazasini tayyorlash.

Nazorat-tahlil ishlari har bir moliyaviy-xo‘jalik operatsiyasining iqtisodiy samaradorligi, rentabelligi va maqsadga muvofiqligiga xolis baho berishga qaratilgan. Har qanday moliyaviy-xo‘jalik muomalasi qonuniylik, amaldagi qonunchilikka rioya qilish, iqtisodiy maqsadga muvofiqlik nuqtai nazaridan o‘rganilishi va nazorat qilinishi kerak. Korxonalarda moliyaviy ishlarning barcha turlari moliya xizmatiga yuklangan.

Korxonaning moliyaviy xizmati - bu korxona faoliyatini tashkil etish tizimida muayyan funksiyalarni bajaradigan mustaqil tarkibiy bo‘linma. Uning faoliyati optimal moliyaviy siyosatni ishlab chiqish va amalga oshirishga qaratilgan. Moliyaviy xizmatning funksiyalari:

− moliyaviy rejalashtirish;

− moliyaviy tahlil;

− moliyaviy nazorat;

- moliyaviy menejment.

Korxonaning ko‘lamiga, tashkiliy-huquqiy shakliga, moliyaviy munosabatlar doirasiga, moliyaviy oqimlarning hajmiga va faoliyat turiga qarab, moliyaviy xizmat turli shakllanishlar bilan ifodalanishi mumkin.

Tayanch so‘z va iboralar

Strategik moliyaviy menejment, joriy moliyaviy menejment, operativ moliyaviy menejment, moliyaviy rejalashtirish, operativ boshqarish, moliyaviy nazorat.

Nazorat uchun savollar

1. *Korxona moliyaviy resurslari qanday manbalar hisobiga shakllantiriladi?*
2. *Korxonalarda moliyaviy menejment tizimini tashkil qilishning qanday usullari mavjud?*
3. *Moliyaviy menejment xizmatlarini amalga oshiruvchi bo‘limlarning xodimlari, maqsad va vazifalari, huquq va majburiyatlari*
4. *Kichik korxonalarda moliyaviy menejment xizmatlarini tashkil etishning xususiyatlari nimalardan iborat?*
5. *Turli mulk shaklidagi korxonalarda moliyaviy faoliyatni tashkil etish mexanizmi.*

Test topshiriqlari

1. Moliyaviy menejmentda moliyaviy uslublar – bu…

A. Korxonada moliyaviy munosabatlarni amalga oshirish uslubi va ishlab chiqarish jarayoni bilan o‘zaro bog‘liqligi
B. Moliyaviy aloqalarini amalga oshirish holati
C. Korxonalar moliyasini boshqarish jarayonidir
D. Ishlab chiqarish vositalari va uskunalari

2. Moliyaviy mexanizm sohalari soni keltirilgan javobni ko‘rsating?

A. 2 sohaga
B. 3 sohaga
C. 5 sohaga
D. 4 sohaga

3. Moliyaviy menejmentning qanday ta’minot tizimlari mavjud?

A. uslubiy, informatsion, texnik, dasturiy, taxliliy, tashkiliy, huquqiy, va bashorat
B. texnik, dasturiy, uslubiy, information, siyosiy va ilmiy-nazariy
C. nazariy va amaliy, texnik-dasturiy
D. tashkiliy-huquqiy va ilmiy-nazariy

4. Xalqaro darajada korxonalar moliyaviy tizimining o‘ziga xos yo‘nalishlariga ko‘ra javobgarlik markazlari turlari?

A. daromadlar markazi, foyda markazi, investitsiyalar markazi va xarajatlar markazi
B. daromadlar markazi, investitsiyalar markazi va marketing xizmati
C. innovatsiyalar markazi, foyda markazi va xarajatlar markazi
D. ishlab chiqarish, investitsiyalar va moliyaviy markaz

5. Milliy va xalqaro amaliyotda korxonalarda moliyaviy menejment tizimini tashkil qilishning qanday usullari mavjud?

A. Ierarxik va funktsional
B. Funktsional, gorizontal, tashkiliy
C. Ierarxik, tashkiliy
D. Faqat funktsional

6. Korxonada moliyaviy boshqaruvning axborot ta’minot tizimi qanday manbalar hisobidan shakllantirilgan?

A. Moliya bozori konyunkturasini asoslovchi va korxonaning moliyaviy va boshqaruv tahlili ko‘rsatkichlari va boshqalar
B. Davlatning mikro-makroiqtisodiy rivojlanish ko‘rsatkichlari va boshqalar
C. Milliy korxonalar moliyaviy tahlil ko‘rsatkichlari, iqtisodiyot tarmoqlarini rivojlanish yo‘nalishlari
D. Makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar, korxonaning moliyaviy istiqbolli ko‘rsatkichlari

7. Foydani, aksiyaning bozor kursini va biznes qiymatini maksimallashtirish, aksiyaga to‘g‘ri keladigan foyda va dividend darajasini oshirish, korxonai raqobatbardoshligi va moliyaviy barqarorligini oshirish maqsadida korxona pul resurslari, moliyaviy resurslarni shakllantirish, taqsimlash va ulardan samarali ishlatish

holatini boshqarish qaysi soha faoliyat yo‘nalishi hisoblanadi?

A. moliyaviy menejment
B. marketing
C. innovatsiya
D. autsorsing

8. Moliyaviy boshqaruv tizimini tashkillashtirish asosan qaysi yo‘nalishlariga bog‘liq holda farqlanishi mumkin?

A. Korxona moliyaviy faoliyatining ko‘lami va xajmi, rivojlanish jarayonining bosqichlari va boshqalar
B. Mexnat samaradorligi, innovatsion menejmentni tashkil etilganligi va boshqalar
C. Korxonada ish yuritishning tashkiliy shakllari, ishlab chiqarish jarayoning davomiyligi
D. Moliyaviy faoliyatning umumiyligi, ishlab chiqarish jarayonining samaradorligi

9. Korxonalar rivojlanish siklining nechta bosqichi mavjud?

A. 4 bosqich
B. 3 bosqich
C. 6 bosqich
D. 2 bosqich

IV BOB. MOLIYAVIY MENEJMENTNING MATEMATIK ASOSLARI

4.1. Moliyaviy menejmentning matematik asoslari.
4.2. Foiz stavkalarining turlari
4.3. Diskont stavkasi uning o‘ziga xos xususiyatlari. Annuitetlar va ularning o‘ziga xos xususiyatlari.
4.4. Fisher formulasi va uning o‘ziga xos xususiyati.

4.1. Moliyaviy menejmentning matematik asoslari

Moliyaviy menejmentning matematik asoslari deganda eng avvalo pulning vaqtinchalik qiymati va foizli hisob-kitoblar tushuniladi. Pulning vaqtinchalik qiymati deganda “So‘mning bugungi qiymati kelajakdagi qiymatidan yuqori bo‘ladi” degan fikr tushuniladi. Ushbu fikr bir qator quyidagi omillar bilan belgilanadi:

- shaxs ixtiyoridagi pul mablag‘lari nafaqat iste’mol uchun, balki uni ko‘paytirish maqsadida ham foydalanilishi ham mumkin. Bunda istiqbolda qo‘lga kiritish imkoni bo‘lgan bu pul mablag‘i bugun qo‘shimcha daromadga ega bo‘la olmaydi hamda qaytarib ololmaslik riskiga ega bo‘ladi;

- inflyasion iqtisodiyot sharoitida pul obyektiv ravishda qadrsizlanish xususiyatiga ega bo‘ladi va xarid qobiliyatini yo‘qotadi. Bu esa inflyasiya sharoitida bugungi pul mablag‘iga ertangi xuddi shu pul mablag‘iga nisbatan ko‘proq mahsulot harid qilish mumkin bo‘ladi.

Biznes-rejani amalga oshirish uchun pul mablag‘lari kiritishni amalga oshirish turli vaqt oralig‘ida pul mablag‘lari oqimi bilan uzviy aloqador bo‘lgan moliyaviy natijalarni amalga oshirishni talab qiladi. Bunday baholash konsepsiyasi shunga asoslanadiki, pul qiymati vaqt o‘tishi bilan pul bozoridagi foyda normasini hisobga olgan holda o‘zgarib boradi, bu norma sifatida odatda ssuda foizi normasi qabul qilinadi. Mazkur holatda foiz deganda pul bozorida puldan foydalanish natijasida olinuvchi daromad miqdori tushuniladi. Investisiyalash uzoq muddatli jarayon ekanligini hisobga olgan holda, investisiya kiritilgan paytdagi pul qiymatini uni bo‘lajak foyda, amortizasiya ajratmalari va boshqa shaklda qaytib kelish paytidagi qiymati bilan taqqoslanadi.

Investisiya kiritish va pul mablag‘larini qaytib olish paytidagi pul qiymatini taqqoslashda ikkita asosiy tushuncha – pulning hozirgi qiymati va kelajakdagi qiymatidan foydalanish qabul qilingan.

Pulning kelajakdagi qiymati hozirgi paytda investisiya qilingan pul mablag‘larining belgilangan vaqt o‘tgandan so‘ng ma’lum bir foiz stavkasini hisobga olgan holda aylanishi lozim bo‘lgan miqdorini ifodalaydi. Pulning kelajakdagi qiymatini aniqlash ushbu qiymatning o‘sish sikli bilan aloqador bo‘lishi, pulning boshlang‘ich miqdoriga foiz summasini (foiz to‘lovlarini) qo‘shib borish yo‘li bilan bosqichma-bosqich kattalashtirishni aks ettiradi. Bu summa foiz stavkasi bo‘yicha hisoblanadi. Investisiya hisob-kitoblarida bu stavka nafaqat pul mablag‘lari qiymatini o‘stirish vositasi sifatida, balki yanada keng ma’noda – investisiya operasiyalarining daromadlilik darajasini o‘lchash uchun ham foydalaniladi.

Pulning hozirgi qiymati kelajakda kelib tushadigan pul mablag‘larining belgilangan foiz stavkasini («diskont stavkasi») hisobga olgan holda hozirgi davrga keltirilgan miqdorini ifodalaydi. Pulning hozirgi qiymatini aniqlash bu qiymatning diskontlashuvi bilan bog‘liqlikda bo‘lishi, pul mablag‘larining belgilangan yakuniy hajmida o‘sishiga teskari operasiyani ifodalaydi. Bu holda foiz (diskont) miqdori pul mablag‘larining yakuniy miqdoridan (kelajakdagi qiymatdan) chiqarib tashlanadi.

Bunday holat ma’lum bir vaqt o‘tgandan so‘ng oldindan belgilangan summani olish uchun bugungi kunda qancha mablag‘ investisiya qilish kerakligini aniqlash zarur bo‘lgan hollarda vujudga keladi.

4.2. Foiz stavkalarining turlari

Qarz olish qiymati foiz deb ataladi. Shuning uchun, siz kredit olganingizda, dastlabki miqdorga qo‘shimcha ravishda qaytarib beradigan pul foizdir. Siz bankka pul qo‘yganingizda, ushbu hisobdagi pulni saqlashingiz uchun bank sizga to‘laydigan summa ham foiz deb ataladi. Buning sababi shundaki, bank sizdan samarali pul qarz oladi. Foiz stavkasi odatda dastlabki summaning foizi sifatida belgilanadi.

Foizlar asosan qarz oluvchiga aktivdan foydalanganlik uchun to‘lanadigan to‘lovdir. Qarzga olingan aktivlarga pul mablag‘lari, iste’mol tovarlari, transport vositalari va mulk kiradi. Shu sababli, foiz stavkasini "pul qiymati" deb hisoblash mumkin - yuqori foiz stavkalari bir xil miqdordagi pulni qarzga olishni qimmatroq qiladi.

Pul mablag‘larini investisiyalash bilan bog‘liq moliyaviy-iqtisodiy hisob-kitoblarni amalga oshirishda qiymatning o‘sish va diskontlashuv jarayonlari oddiy hamda murakkab foizlar bo‘yicha amalga oshirilishi mumkin. Oddiy foizlar odatda qisqa muddatli investisiyalashda, murakkab foiz esa asosan uzoq muddatli investisiyalashda qo‘llaniladi.

Oddiy foiz deb pul mablag‘larini investisiyalash shartlari bilan belgilangan to‘lov davri (chorak, oy va hokazo) yakunida qo‘yilmaning boshlang‘ich (hozirgi) qiymatiga hisoblanuvchi summani anglatadi.

Qo‘yilmaning o‘sish jarayonida oddiy foiz summasini hisoblashda quyidagi formuladan foydalaniladi:

$$\mathbf{J = P \times n \times i,} \qquad (4.1)$$

bu yerda:

J – investisiyalashning belgilangan davri uchun foiz summasi;

P – boshlang‘ich qo‘yilma (investisiya) summasi;

n – investisiyalash muddati (har bir foiz to‘lovi amalga oshiriluvchi davrlar soni);

i - foiz stavkasi (o‘nli kasr bilan ifodalanadi).

Misol. Quyidagi shartlarga ko‘ra bir yil uchun oddiy foiz summasini aniqlash kerak bo‘lsin: boshlang‘ich qo‘yilma miqdori - 1000 so‘m; har chorak to‘lanuvchi foiz stavkasi - 20%. Bu kabi ko‘rsatkichlarni formulaga qo‘ysak, keltirilgan natijani ko‘rish mumkin:

$$\mathbf{J=1000 \times 4 \times 0,2=800\ so‘m.}$$

Bu holda qo‘yilmaning kelajakdagi qiymati (S) hisoblangan foiz summasini inobatga olgan holda quyidagi formulaga asosan aniqlanadi:

$$\mathbf{S = P + J = P\ (\ l + ni)} \qquad (4.2)$$

Bizning misolda qo‘yilmaning kelajakdagi qiymati 1800 so‘mga teng bo‘ladi (1000+800).

(1+ni) ko‘paytiruvchi oddiy foizlarni o‘stirish koeffisiyenti deb ataladi. Uning qiymati doimo birdan katta bo‘lishi lozim.

Pul mablag‘larini diskontlash siklida oddiy foiz natijasini (ya’ni diskont summasini) hisoblashda quyidagi formula qo‘llaniladi:

$$\mathbf{D = S - S \times \frac{1}{1+n_i}}, \qquad \textbf{(4.3)}$$

bu yerda:

D – investisiyalashda belgilangan davr uchun diskont summasi (oddiy foizlar bo‘yicha);

S – sinov shartlari bilan asoslanuvchi yakuniy qo‘yilma miqdori;

n – investisiya muddati (foiz to‘lovlari nazarda tutiluvchi davrlar sonida);

i – foydalaniluvchi diskont stavkasi, o‘nli kasr shaklida ifodalanadi.

Misol. Quyidagi shartlarga ko‘ra 1 yil uchun oddiy foiz bo‘yicha diskontni aniqlash kerak bo‘lsin: yakuniy summa 1000 so‘m; diskont stavkasi har chorak uchun 20%. Ushbu ko‘rsatkichlarni formulaga qo‘ysak, quyidagi natijaga ega bo‘lamiz.

D=1000-1000 x (1/(1+4 x 0.2)= 444 so‘m.

Bu holda pul mablag‘lari qiymati (P) hisoblangan diskont summasini inobatga olgan holda quyidagi formula bo‘yicha topiladi:

P = S – D = S × (1 / (1+ni))

Bizning misolda 1 yildan so‘ng 1000 so‘m olish uchun kerak bo‘lgan investisiyalarning hozirgi qiymati 556 so‘mga teng (1000-444).

Ikkala holatda ham qo‘llanuvchi (1/(1+ni)) ko‘paytiruvchi diskont koeffisiyenti deb ataladi, uning qiymati har doim 1 dan kichik bo‘lishi shart.

Murakkab foiz deb, investisiyalash natijasida har bir davr bo‘yicha hisoblangan foiz summasi har safar to‘lanmasdan, asosiy qo‘yilma miqdoriga qo‘shib borilgan hamda keyingi to‘lov paytida o‘zi ham foyda keltirgan hollarda shakllanuvchi daromad summasiga aytiladi.

Uning miqdorini hisoblashda quyidagi formuladan foydalaniladi:

S_s=P×(1+i)n

Mos ravishda foiz summasi (J_c) bu holatda quyidagi formula bo‘yicha topiladi:

$J_s=S_s – P$

Misol. Quyidagi shartlarga ko‘ra qo‘yilmaning kelajakdagi qiymati va murakkab foiz summasini hisoblash zarur: qo‘yilmaning boshlang‘ich qiymati - 1000 so‘m. Foiz stavkasi har chorak uchun 20%; investisiyalash muddati – bir yil. Bu ko‘rsatkichlarni keltirilgan formulaga qo‘ysak, quyidagiga ega bo‘lamiz:

S_s =1000 x (1+0,2)4=2074 so‘m; Js =2074-1000=1074 so‘m.

Murakkab foizlar bo‘yicha (R_s) diskontlash jarayonida pul mablag‘lari hozirgi qiymatini hisoblashda quyidagi formula qo‘llanadi:

$P_s=S/(1+i)n.$

Mos ravishda diskont summasi (D_s) bu holatda quyidagi formula bo‘yicha topiladi:

$D_s = S - P_s.$

Misol. Quyidagi shartlarga ko‘ra bir yil uchun pul mablag‘lari haqiqiy qiymati va murakkab foiz bo‘yicha diskontni topish kerak bo‘lsin: pul mablag‘larining kelajakdagi qiymati -1000 so‘m; murakkab foiz bo‘yicha foydalaniladigan diskont stavkasi har chorak uchun 20%. Bu ko‘rsatkichlarni keltirib o‘tilgan formulaga qo‘ysak, quyidagiga ega bo‘lamiz:

P_s=1000/(1+0,2)4 = 482so‘m, D_s = 1000 – 482 = 518 so‘m.

(1+i)n va 1/(1+i)n ko‘paytiruvchilar mos ravishda o‘sish ko‘paytiruvchisi va murakkab foizlarni diskontlash ko‘paytiruvchisi deb ataladi. Matematik usullar bilan aniqlangan o‘sish va murakkab foizlarni diskontlash ko‘paytiruvchilarini hisobga olgan holda maxsus jadvallar ishlab chiqilgan bo‘lib, ular yordamida belgilangan foiz stavkalari va to‘lov davri soni bilan pul mablag‘larining hozirgi yoki kelajakdagi qiymatini aniqlash oson bo‘ladi.

Demak, yuqorida biz pul oqimi harakati asosida foizlarni hisoblashning turlicha sxemalaridan foydalanish mumkinligini ko‘rib o‘tdik, ya’ni:

1. Oddiy foiz sxemasi. Oddiy foizlar kreditning asosiy summasiga yoki jamg‘arma hisob varag‘idagi birinchi depozitga asoslanadi. Oddiy foizlar qo‘shilmaydi, ya’ni kreditor faqat asosiy qarz miqdori bo‘yicha foizlarni to‘laydi va qarz oluvchi hech qachon ilgari to‘plangan foizlar bo‘yicha ko‘proq foiz to‘lamaydi.

2. Murakkab foiz sxemasi. Murakkab foizlar - bu omonat yoki investitsiya hisob varag‘idagi qoldiq bo‘yicha olgan foizlaringiz qayta investitsiya qilinib, sizga ko‘proq qiziqish uyg‘otadi. Murakkab foizlar bilan siz faqat asosiy qarzingiz bo‘yicha foiz ishlamaysiz. Hatto sizning qiziqishingiz ham foiz keltiradi. Murakkab foizlar - bu siz olingan foizlarni asosiy balansingizga qo‘shsangiz, bu sizga ko‘proq foizlarni olib, daromadingizni oshiradi. Foizlar har xil vaqt oralig‘ida qo‘shilishi yoki asosiy qarzga qo‘shilishi mumkin. Masalan, foizlar har yili, oylik, kunlik yoki hatto doimiy ravishda oshirilishi mumkin. Foiz qanchalik tez-tez oshib borsa, asosiy qarzingiz shunchalik tez o‘sib boradi.

Murakkab foizlarni hisoblashda siz bir nechta asosiy omillarni tushunishingiz kerak. Yakuniy mahsulotda ularning har biri o‘z rolini o‘ynaydi va ba’zi o‘zgaruvchilar sizning daromadingizga keskin ta’sir qilishi mumkin. Murakkab foizlarni tushunishda ishtirok etadigan beshta asosiy o‘zgaruvchilar:

1. **Qiziqish.** Bu siz oladigan yoki undiriladigan foiz stavkasi. Foiz stavkasi qanchalik yuqori bo‘lsa, shuncha ko‘p pul topasiz yoki qarzingiz shuncha ko‘p bo‘ladi.

2. **Boshlovchi direktor**. Qancha puldan boshlayapsiz? Qanchalik qarz oldingiz? Vaqt o‘tishi bilan birikma qo‘shilsa-da, siz qo‘ygan yoki olgan qarz dastlabki miqdorga nisbatan qanchalik asoslanadi.

3. **Kompozitsiyaning chastotasi**. Foizning kunlik, oylik yoki yillik o‘sish surati balansning qanchalik tez o‘sishini belgilaydi. Kredit olayotganda yoki omonat hisobini ochayotganda, foizlar qanchalik tez-tez bo‘lishini tushunganingizga ishonch hosil qiling.

4. **Davomiyligi**. Hisobingizga ega bo‘lishni yoki kreditni to‘lashni qancha vaqt kutasiz? Omonat hisob varag‘ida pulni qancha uzoq qoldirsangiz yoki qarzni qancha uzoq ushlab tursangiz, u shunchalik uzoq davom etadi va shunchalik ko‘p pul topasiz yoki qarz olasiz.

5. **Depozit va yechib olish**. Hisobingizga muntazam ravishda depozit qo‘yishni kutyapsizmi? Kredit to‘lovlarini qanchalik tez-tez amalga oshirasiz? Sizning asosiy qarzingizni to‘plash yoki qarzingizni to‘lash tezligi uzoq muddatda katta farq qiladi.

Shunday qilib, foiz stavkalari ko‘pgina kreditlash yoki qarz olish operatsiyalariga qo‘llaniladi. Jismoniy shaxslar uy sotib olish, loyihalarni moliyalashtirish, biznesni boshlash yoki moliyalashtirish yoki kollejda o‘qish uchun to‘lash uchun pul qarz oladi. Korxonalar kapital loyihalarni moliyalashtirish va yer, binolar va mexanizmlar kabi asosiy va uzoq muddatli aktivlarni sotib olish orqali o‘z faoliyatini kengaytirish uchun kredit oladi. Qarzga olingan pul oldindan belgilangan muddatda bir martalik yoki davriy bo‘lib to‘lanadi.

Kreditlar uchun foiz stavkasi kredit summasi bo‘lgan asosiy qarzga qo‘llaniladi. Foiz stavkasi - qarz oluvchi uchun qarzning narxi va qarz beruvchi uchun daromad darajasi. To‘lanishi kerak bo‘lgan pul, odatda, qarzga olingan summadan ko‘proq bo‘ladi, chunki qarz beruvchilar kredit davrida puldan foydalanishni yo‘qotish uchun kompensatsiya talab qiladilar. Qarz beruvchi o‘sha davrda kredit berish o‘rniga mablag‘ni investitsiyalashi mumkin edi, bu esa aktivdan daromad keltiradi. To‘lovning umumiy summasi va dastlabki kredit o‘rtasidagi farq undirilgan foizlardir. Qarz oluvchi kreditor tomonidan past riskli deb hisoblanganda, qarz oluvchidan odatda past foiz stavkasi olinadi. Agar qarz oluvchi yuqori xavf deb hisoblansa, undan olinadigan foiz stavkasi yuqori bo‘ladi, bu esa kreditning yuqori narxiga olib keladi. Risk odatda kreditor potentsial qarz oluvchining kredit baliga qaraganida baholanadi, shuning uchun siz eng yaxshi kreditlarga ega bo‘lishni istasangiz, eng zo‘r ballga ega bo‘lish muhimdir.

4.3. Diskont stavkasi uning o‘ziga xos xususiyatlari. Annuitetlar va ularning o‘ziga xos xususiyatlari

Diskontlashtirish aksariyat holda loyiha tahlilida investisiya va turli majburiyatlarni baholashda keng qo‘llaniladi.

Diskontlashtirish deganda investisiya yoki pul oqimlarining kelgusidagi qiymatining bugungi joriy bahoda ifodalanishi tushuniladi.

Agar mulkdor ortiqcha mulkini investisiyaga qo‘ymoqchi bo‘lsa, uning biror mo‘ljali bo‘lishi mumkin. Masalan u 10 yildan keyin 2,0 mln. so‘m pulga ega bo‘lishi kerak. Bunga 10 % dvidend rejalashtirilsa u bugun qancha mablag‘ qo‘yishi kerak? Aynan ana shu savolga pul oqimlarini diskontlashtirish orqali javob topish mumkin. Bu uchun qo‘yilgan investisiyaning joriy qiymatini aniqlash lozim. Bu ko‘rsatkichni aniqlash lozim. Bu ko‘rsatkichni aniqlashda keltirib o‘tilgan formuladan foydalanish maqsadga muvofiqdir:

$$\mathbf{Ijq} = \mathbf{Inbq} \times \frac{\mathbf{1}}{(\mathbf{1}+\mathbf{Z})^{\mathbf{n}}}$$

Bunda:

Ijq - investisiyaning joriy qiymati;

Inbq - investisiyaning boshlang‘ich qiymati;

Z - belgilangan foiz stavkasining koeffisentdagi miqdori;

n - davr (yillar) soni

Ushbu formulaga yuqoridagi misolda keltirilgan ma’lumotlarni qo‘llab yechadigan bo‘lsak quyidagi natijaga erishgan bo‘lamiz:

$$\mathbf{2000,0} \times \frac{\mathbf{1}}{(\mathbf{1}+\mathbf{0,1})^{\mathbf{10}}} = \mathbf{2000,0} \times \mathbf{0,3855} = \mathbf{771,0}\ \text{минг сўм}$$

Ushbu hisob-kitobdan ko‘rinib turibdiki, mulkdor o‘n yildan keyin 2,0 mln. so‘mga ega bo‘lish uchun 10 % lik foyda stavkasi bilan bugungi kunda 771,0 ming so‘mlik investisiya qo‘ysa bas ekan.

Diskontlash usuli pul mablag‘larining qiymati belgilangan davrda bir xil emasligi, ya’ni bugungi bir dollar bir yildan keyingi bir dollarga teng emasligi sababli yuzaga kelgan.

Loyiha tahlilida pul oqimlarini diskontlashtirish uchun diskontlashtirish koeffisiyentidan foydalaniladi.

Diskontlashtirish koeffisiyenti deganda investisiya yoki pul oqimlari bir so‘mlik qiymatining ma’lum muddatdan keyin foiz stavkasini inobatga olgan holdagi miqdori tushuniladi.

Diskontlashtirish koeffisiyentining ikki turi mavjud. Birinchisi, investisiya yoki pul oqimlarining joriy qiymatini aniqlash uchun qo‘llanilsa, ikkinchisi ularning kelgusi qiymatini aniqlashda qo‘llaniladi.

Diskontlashtirish koeffisiyentning joriy qiymatini ifodalovchi miqdori 1 bilan 0 o‘rtasida bo‘ladi. Mazkur koeffisiyentning joriy qiymatini (Kdjq) aniqlash uchun o‘zidan oldingi koeffisiyent miqdorini foiz stavkasining koeffisiyentdagi ifodasiga bo‘lish kifoya. Buni aniqlashda mana bu formuladan foydalanish tavsiya qilinadi:

$$Kdjq = S : (1 + Z)^n$$

Bunda, S - loyihaning 1 so‘mlik o‘tgan davrdagi joriy qiymati;

Z – dividend stavkasi;

n - yillar soni.

Ushbu formulaga asosan mazkur loyihaning 1 so‘mlik joriy qiymatini 15 % lik dvidend stavkasi bilan 7 yilga aniqlab olish talab qilinsa quyidagi jadval tuziladi (4.1-jadval):

4.1 - jadval

Investisiya loyihasining (pul oqimlarining) 1 so‘mlik joriy qiymatini (diskontlashtirish koeffisiyenti miqdorini) aniqlash hisob-kitobi

Yillar	Hisoblash usullar (Z = 15 %)	Investisiyaning 1 so‘mlik joriy qiymati (diskontlashtirish koeffisiyenti)
1	1 : 1,15	0,870
2	0,870 : 1,15	0,756
3	0,756 : 1,15	0,657
4	0,657 : 1,15	0,572
5	0,572 : 1,15	0,497
6	0,497 : 1,15	0,433
7	0,433 : 1,15	0,377

Diskontlashtirish koeffisiyentining kelgusi qiymatini (Kdjq) aniqlash uchun o‘zidan oldingi foiz stavkasining koeffisiyentdagi

miqdorini joriy yildagi foiz stavkasining koeffisiyentdagi miqdoriga ko‘paytiriladi. Bu uchun quyidagi formuladan foydalanish tavsiya qilinadi:

$$\mathbf{Kdkq = R \times (1 + Z)n}$$

Bunda R - Loyihaning bir so‘mlik o‘tgan davrdagi kelgusi qiymati.

Ushbu formula asosida 7 yilga mo‘ljallangan investisiya yoki pul oqimlarining 15 % stavka bilan kelajakdagi qiymatini hisoblash uchun quyida keltirilgan jadvalni tuzish tavsiya etiladi (4.2-jadval).

4.2-jadval

Investisiya loyihasining (pul oqimlarining) 1 dollar kelgusi qiymatini aniqlash hisob-kitobi

Yillar	Hisoblash usullar (Z = 15 %)	Investisiyaning 1 so‘mlik kelgusi qiymati
1	1,0000 x 1,15	1,1500
2	1,1500 x 1,15	1,3225
3	1,3225 x 1,15	1,5209
4	1,5209 x 1,15	1,7490
5	1,7490 x 1,15	2,0114
6	2,0114 x 1,15	2,3131
7	2,3131 x 1,15	2,6600

Annuitet ham pul oqimlari va investisiyalarni baholash va tahlil qilishda keng qo‘llaniladi.

Annuitet deganda investisiya yoki pul oqimlarining bugungi qiymati teng davrda (har oyda, charokda yoki yilda) teng miqdorda qo‘yilib yoki olinib borilsa ma’lum vaqtdan keyin belgilangan foiz stavkasi bilan qancha miqdorda bo‘lishi tushuniladi.

Boshqacha qilib aytganda, doimiy ravishda bir xil to‘lovlar yoki tushumlar sodir bo‘lib turadigan jarayonlarni hisobga olish uchun annuitetlardan foydalanish mumkin. Masalan, firma har oyi 10,0 ming so‘m suvdan foydalanganligi uchun to‘lab turishi ko‘zda tutilgan bo‘lishi mumkin. Yoki mazkur firmaga uskunani ijaraga olganligi uchun har oyi

20,0 ming so‘mdan ijara haqi to‘lab turishi lozim. Shu bir xil vaqtda bir xil miqdorda to‘lanadigan so‘mma annuitet so‘mmasi deb aytiladi. Annuitetlar mohiyati jihatidan oddiy va qoplanadigan turlarga bo‘linadi. Oddiy annuitet davr oxirida to‘lanadi, qoplanadigan annuitet esa davr boshida to‘lanadi. Oddiy annuitetning ham ikki xil joriy qiymat va kelgusi qiymatini aniqlash usullari mavjud.

Oddiy annuitetning joriy qiymati deganda kelgusida amalga oshirilishi (to‘lanishi yoki olinishi) lozim bo‘lgan bir xil to‘lovlarning joriy qiymati tushuniladi.

Masalan, “Jamshid” firmasi hokimiyat binosidan ofis uchun besh yilga ikkita xonani ijaraga oladi. Bir yillik ijara haqi 40,0 ming so‘m. Mazkur firma hokimiyatga har yili 40,0 ming so‘mdan ijara haqini to‘lab turish uchun shu yil qancha investisiya qo‘yish kerak degan savolga javob axtarmoqda. Investisiya bozorida yillik dvidend stavka 15 % ekanligi aniqlandi. Shu stavka bilan “Jamshid” firmasi besh yil muddatga qancha investisiya qo‘yishi kerak. Bu savolga javob topish uchun, eng avvalo, oddiy annuitet koeffisiyentini aniqlab olish lozim. Bu koeffisiyentni (**Koa**) aniqlash uchun diskontlashtirish koeffisiyentining joriy qiymatlari ketma-ket ravishda qo‘yiladi. Bu quyidagicha hisoblanadi:

$$\mathbf{Koa = Kd1 + Kdi}$$

Bunda:

Kd1 - diskontlashtirish koeffisiyentining ma’lum foiz stavkasi bilan birinchi yilgi qiymati;

Kdi - navbatdagi yillar uchun aniqlangan diskontlashtirish koeffisiyentining miqdori;

i - ma’lum (i) yilga to‘g‘ri keladigan diskontlashtirish koeffisiyenti (i = 1,n);

n - investisiya qo‘yilgan yillar soni.

Masalan, yuqorida diskontlashtirish koeffisiyenti keltirilgan. Bu 7 yilga mo‘ljallangan 15 foizlik investisiyaga to‘g‘ri keladi. Ushbu koeffisiyentlardan foydalanib joriy annuitet koeffisiyentlarini aniqlash mumkin (4.3-jadval). Ushbu annuitet koeffisiyentlaridan foydalanib oddiy annuitetning joriy qiymatini aniqlash mumkin. «Jamshid»

firmasining hokimiyatga besh yil davomida har yiliga 40,0 ming so‘mdan ijara haqi to‘lab turishi uchun 15 % lik dvidend stavkasi bilan bu yil qancha investisiya qo‘yish lozimligi aniqlanadi. Bu uchun quyidagi hisob-kitob amalga oshiriladi:

4.3- jadval

Oddiy annuitet koeffisiyentini aniqlash hisob-kitobi

Yillar	Diskontlashtirish koeffisiyenti	Hisoblash usuli	Annuitet koeffisiyenti
1	0,870	0,870	0,870
2	0,756	0,870 + 0,756	1,626
3	0,657	1,626 + 0,657	2,283
4	0,572	2,283 - 0,572	2,855
5	0,497	2,855 + 0,497	3,352
6	0,433	3,352 + 0,433	3,785
7	0,377	3,785 + 0,377	4,162

Ushbu usul bilan aniqlangan annuitetlar koeffisiyentlarining miqdori keltirilgan.

Ajq = As x Koa

Bunda Ajq - annuitetning joriy qiymati;

As - annuitet summasi;

Koa - oddiy annuitet koeffisiyenti.

“Jamshid” firmasi hokimiyatga 2 ta xonadon foydalangarligi tufayli har yili 40,0 ming so‘mdan to‘lab turishi uchun 15 % lik dividend stavkasi bilan bu yil 134,1 ming so‘m investisiya qo‘yishi lozim ekan:

40,0 x 3,352 = 134,1 ming so‘m

Mazkur hisob-kitobdan shunday xulosa chiqarish mumkinki, “Jamshid” firmasi har yili 40,0 ming so‘m ijara haqi to‘lab turishi uchun bu yil 15 % lik stavka bilan 134,1 ming so‘m investisiya qo‘yish kifoya ekan. Agar shu firma investisiyaga pul qo‘ymasa shu besh yil mobaynida 200,0 ming so‘m (40,0 x 5) mablag‘ to‘lashi kerak edi. U investisiya qo‘yish evaziga 65,9 ming so‘m (200,0 - 134,1) foyda qildi. Bu yerda 40,0 ming so‘m oddiy annuitet so‘mmasi, 3,352 raqam oddiy

annuitetning joriy qiymatini aniqlovchi koeffisiyent, 134,1 ming so‘m asosiy so‘mma yoki investisiyaning boshlang‘ich qo‘yilishi lozim bo‘lgan qiymati. Ta’kidlanganidek, oddiy annuitet yil oxirida to‘lansa, qoplanadigan annuitet esa davr boshida to‘lanadi. Agar oldingi “Jamshid” firmasining misoliga murojaat qiladigan bo‘lsak, u hokimiyatga besh yil davomida 40,0 ming so‘mdan ijara haqi to‘lashga to‘g‘ri keladi. Qoplanadigan annuitet usuli qo‘llanilsa qo‘yiladigan investisiya 4 yilga hisoblanadi. Chunki yil boshida to‘lansa beshinchi yil uchun to‘rtinchi yilning oxirida to‘lash kifoya. U holda hisob-kitob va annuitet miqdori biroz o‘zgaradi. Bu esa quyidagi formuladan foydalanishni taqozo qiladi:

$$\mathbf{Ajq = As\ x\ (Koa_i + 1)}$$

Agar o‘tgan misolimizdagi ma’lumotlardan foydalanadigan bo‘lsak, ushbu formula ma’lumotlari quyidagicha bo‘ladi:

$$Ajq = 40,0 \text{ x } (2,855 + 1) = 154,2 \text{ ming so‘m}$$

Ushbu so‘mma shuni ko‘rsatadiki, «Jamshid» firmasi hokimiyatga ijara haqini qoplanadigan annuitet usuli bilan to‘laydigan bo‘lsa shu yilda 154,2 ming so‘m 15 % lik stavka bilan investisiya qo‘yishi lozim ekan. Bu holda firmaning foydasi 45,8 ming so‘mni (200,0 - 154,2) tashkil qiladi. Chunki bu holatda 40,0 ming so‘m yil boshida to‘lanib ketildi. Bu uchun bir yillik dvidend stavkasi hisoblanadi. Shu va shu kabi omillar natijada oddiy annuitet usuliga nisbatan 20,1 ming so‘m (154,2 - 134,1) ko‘p investisiya qo‘yish lozim bo‘ladi.

Annuitetning kelgusi qiymati. Oddiy annuitetning joriy qiymati bilan birga kelgusi qiymati ham aniqlanadi. Oddiy annuitetning kelgusi qiymati deganda bugungi kundan boshlab to belgilangan vaqtgacha vaqtlar oralig‘ida bir xil to‘lovni amalga oshirganda ma’lum foiz stavkasi bilan qancha miqdorga ega bo‘lishi tushuniladi. Boshqacha qilib aytganda oddiy annuitetning kelgusi qiymati puldorning tegishli stavkada bir xildan investisiya qo‘yib borsa ma’lum davrdan keyin uning miqdori qancha bo‘lishini ko‘rsatadi. Masalan, “Jamshid” firmasi har yili 50,0 ming so‘mdan besh yil davomida 15 % lik stavka bilan investisiya

qo‘yishga qaror qildi. Uni shu besh yildan keyingi investisiyaning umumiy miqdori, ya’ni kelgusi qiymati (Akq) qiziqtiradi. Uni topish uchun quyidagi formuladan foydalanish tavsiya qilinadi:

Akq = As x Kak;

Eng avvalo, oddiy annuitetning kelgusi qiymatini aniqlaydigan koeffisiyentni (Kak) topish lozim. Bu uchun diskontlashtirish koeffisiyentining kelgusi qiymati ketma-ket ravishda qo‘shiladi. Bu holat quyidagi fomuladan foydalaniladi:

Kak = 1 + Kkqi

Bunda, Kkq - kelgusi qiymat koeffisiyenti;
i - davrlarning tartib raqami (i = 1,n);
n - davrlarning umumiy soni.

Annuitetning kelgusi qiymatini topish uchun pul oqimlarining kelgusi qiymati keltirilgan ma’lumotlardan foydalaniladi. Unda dvidend stavkasi 12 % (4.4-jadval).

4.4-jadval

Annuitetning kelgusi qiymatini aniqlash hisob-kitobi

Yillar	Kelgusi qiymat koeffisiyentlari	Hisoblash usuli	Annuitetning kelgusi qiymatni aniqlaydigan koeffisiyenti
1	1,0000	1,0000	1,0000
2	1,1200	1,0000 + 1,1200	2,1200
3	1,2544	2,1200 + 1,2544	3,3744
4	1,5735	3,3744 + 1,5735	4,9479
5	1,7623	4,9479 + 1,7623	6,7102
6	1,9738	6,7102+1,9738	8,6840
7	2,2106	8,6840 + 2,2106	10,8946
8	2,4759	10,8946 +2,4759	13,3705
9	2,7730	13,3705 +2,7730	16,1435
10	3,1058	16,1435+3,1058	19,2493

Ushbu jadvaldagi ma’lumotlarga asosan «Jamshid» firmasining ma’lumotlarini qo‘llab yechilsa, besh yildan keyin quyidagi natijaga ega bo‘lish mumkin (Z = 12 %):

Akq = 50,0 x 6,7102 = 335,5 ming so‘m

Bu ma’lumotlardan xulosa shulki, agar “Jamshid” firmasi besh yil davomida har yili 50 ming so‘mdan investisiya qo‘yib borsa, besh yildan keyin 12 % lik stavka bilan uning puli 335,5 ming so‘mga yetadi. Agar uni investisiyaga qo‘ymasdan har yili 50,0 ming so‘mdan to‘plab borganda edi, uning mablag‘i shu besh yilda atigi 250,0 ming so‘mni (50 x 5) tashkil qilgan bo‘lar edi. U o‘z mablag‘ini investisiyaga qo‘yib shu besh yil mobaynida 85,5 ming so‘m (335,5 - 250,0) foyda qilibdi.

Shunday qilib, mablag‘ni investisiyaga qo‘yish uni oddiy saqlashdan ko‘ra ancha samarali ekanligiga guvoh bo‘ldik.

Oddiy annuitetning kelgusi qiymati qoplanadigan annuitet usuli bilan ham baholanadi. U holda vaziyat bir muncha o‘zgaradi.

Qoplanadigan annuitet koeffisiyenti birga kamaytirib olinadi, chunki to‘lov yil boshida amalga oshiriladi. U holda qoplanadigan annuitetning kelgusi qiymati (Qakq) quyidagicha aniqlanadi:

$$Qakq = As \times (Kka_i - 1) ;$$

Qoplanadigan annuitet deganda asosiy summaga qoplanadigan annuitet koeffisiyentining birga kamaytirilgan miqdori bilan hisoblangan asosiy summaning kelgusi qiymati tushuniladi. Bizning misolimizda *Qakq* ning miqdori quyidagicha bo‘ladi:

Qakq = 50 x (6,7102 - 1) = 285,5 ming so‘m.

Bu holda ham mulkdor o‘z mablag‘ini investisiyaga qo‘yganligi tufayli 35,5 ming so‘m (285,5 - 250,0) foyda qilgan. Umumiy xulosa shundan iboratki, mulkdor agar ortiqcha mulkka ega bo‘lsa uni saqlab o‘tirmasdan “ishlatish”i lozim ekan. U holda “pul yana pul topadi”. Investisiyaning maqsadi va mohiyatiga qarab uni baholashning turli usullaridan foydalanish mumkin ekan.

4.4. Fisher formulasi va uning o‘ziga xos xususiyati

XX asrning boshlarida pulning miqdoriy nazariyasi iqtisodiy nazariya sohasida yetakchilik qilgan va takror ishlab chiqarishning neoklassik nazariyasida asosiy rol o‘ynagan. Ilmiy doiralarda qog‘oz

pullar aylanishini ta’riflovchi pulning zamonaviy miqdoriy nazariyasiga A. Marshall, I. Fisher, G. Kassel va B. Xansenlarning ishlarida asos solingan deb hisoblanadi. Zamonaviy iqtisodiy nazariyada pulning miqdoriy nazariyasi xususida ikkita bir-biriga muvofiq keluvchi varianti mavjud bo‘lib birinchi varianti tranzaksion yo‘nalish, ikkinchisi kembridj yo‘nalishi.

Tranzaksion yo‘nalish XX asr boshlarida Irving Fisher tomonidan taklif etilgan va XX asrning ikkinchi yarimida Milton Fridmen tomonidan rivojlantirilgan. Ushbu usul asosida almashuv tenglamasi yoki Fisher formulasi yotib, u quyidagicha ifodalangan:

$$MV = PQ ,$$

bu yerda:

M – pul massasi,

V – pulning aylanish tezligi,

P – baho,

Q – ishlab chiqarish hajmi.

Pulning tovar tabiatini inkor etish I.Fisher nazariyasining uslubiy asosini tashkil etgan. U muomaladagi naqd pullar, pulning aylanish tezligi, baholarning o‘rtacha tortilgan darajasi, tovarlar miqdori, bank depozitlari va depozit-chek aylanish tezligi orqali aniqlanadigan pulning harid quvvatini tan olgan.

I.Fisher qisqa muddatli davrlar uchun ishlab chiqarish hajmi (Q) va pul aylanishi tezligi (V) barqarorligi tufayli, pul massasi (M) va baholar (P) o‘rtasida to‘g‘ri proporsional bog‘liqlik mavjud deb hisoblagan. Kembridj yo‘nalishi namoyondalari A.Marshall, A.Pigu, D.Robertson, D.Patinkin va boshqalar pulning miqdoriy nazariyasini rivojlantirishda pulning aylanish tezligiga emas, balki uning xo‘jalik yurituvchi subyektlarida to‘planishiga ko‘proq e’tibor berishgan. Ushbu yo‘nalishning bosh tamoyili quyidagi formulada ifodalangan M=kPQ, bu yerda k - xo‘jalik yurituvchi subyekt ishtirokchilari pul ko‘rinishida saqlaydigan yillik daromadning bir qismi. Miqdoriy ko‘rinishda k=1/V ga teng.

k - koeffisiyentni nominal pul miqdori (M) ning daromadlar (P·Y) dagi ulushini ko‘rsatadi.

Kembrij tenglamasi turli darajada daromadli bo‘lgan turlicha moliyaviy aktivlar mavjudligini va daromadni ularning qaysi biri ko‘rinishida saqlashni tanlash imkoniyati mavjudligini ko‘zda tutadi. Pulga real talab quyidagi ko‘rinishda hisoblanadi: (M/R) D = kY.

Bu yerda: M/R – “real pul qoldig‘i”, “pul mablag‘larining real zahirasi” deb nomlanadi.

Tranzaksion va kembridj yo‘nalishi qarashlaridagi asosiy farq shundan iboratki, I.Fisher asosiy e’tiborni texnologik omillarga, ya’ni pul aylanishi tezligini institusional omillar aylanishi davridagi o‘zgarmas holatiga bog‘lagan bo‘lsa, kembridj maktabi esa iste’molchilar tanlovini bayon etgan. Shunga qaramay, ikkala maktab namoyondalari ham muomaladagi pul miqdorining o‘zgarishi baholarning o‘zgarishiga olib keluvchi sabab, uning oqibati emas, degan xulosaga kelgan. 1920-1940 yillarda pulning miqdoriy nazariyasi o‘rniga keynschilarning davlat moliyasi, puli va pul-kreditni boshqarish nazariyasi egalladi. Dj.M.Keyns nazariyasi 1929-1933 yillarda bo‘lib o‘tgan buyuk depressiya deb nomlanuvchi inqirozdan chiqib ketish uchun yaratilgan nazariya bo‘lib, u 1940-1970 yillarda fanda yetakchilik qildi.

Amerikalik iqtisodchi olim Irving Fisherning fikriga ko‘ra, tovarlar bozorga kirgunga qadar o‘zining haqiqiy narxiga ega emas. Tovar bozorga kirgandan so‘ng pul massasining miqdoriga qarab uning bozor narxi shakllanadi.

Binobarin muomaladagi pul massasi tovar narxini belgilaydi. Pulning miqdoriylik nazariyasi yagona konsepsiyani ifodalamaydi. Asosiy g‘oya atrofida iqtisodchilarning turli-tuman fikrlari mavjud bo‘lib, u har bir iqtisodchining o‘z qarashi, nuqtai nazari, qo‘ygan maqsadi iqtisodiy tahlili bilan bog‘liq. Miqdoriylik nazariyasining kembridj variantida bu kamchiliklar qisman hisobga olingan. Agar I.Fisher asosiy diqqatni tovar shartnomalari, bitimlariga, muomaladagi pul harakatiga qaratgan bo‘lsa, kembridj maktabi puldan daromad topish tarzida foydalanishdagi qonuniyatlarni aniqlashga qaratgan. Bunda asosiy diqqat xo‘jalik subyektlarining naqd pul (ya’ni absolyut likvidlik) shaklida saqlanayotgan pul mablag‘lariga, ya’ni kassa qoldig‘iga qaratilgan.

Tayanch so‘z va iboralar

Pul mablag‘larining joriy va kelgusi qiymati, foiz stavkalari, diskont stavkasi, annuitetlar, inflyasiya.

Nazorat uchun savollar

1. *Foiz stavkalarining turlari*
2. *Moliyaviy menejmentning matematik asoslari deganda nima tushunasiz?*
3. *Pul resurslarining davr bo‘yicha qiymati konsepsiyasining mohiyati?*
4. *Pul mablag‘larining joriy qiymati nimada namoyon bo‘ladi?*
5. *Annuitetlar va ularning o‘ziga xos xususiyatlari.*

Test topshiriqlari

1. Amaliyotda bir xil foiz stavkalardan foydalanib pul mablag‘larining bir xil davr oralig‘idagi tushumi nima deyiladi?

A. Annuitet
B. Alonj
C. Byurgshaft
D. Anderrayting

2. Diskontlash deganda nimani tushunasiz?

A. Kelajakda biror bir belgilangan summani olish uchun joylashtirish talab etiladigan pul mablag‘i miqdorini aniqlash
B. Oddiy foizni hisoblash orqali dastlabki summaning ortib borish jarayoni
C. Oddiy foiz stavkalari bo‘yicha mablag‘lar o‘sib borishini anglatadi
D. Murakkab foiz stavkalari bo‘yicha mablag‘lar o‘sib borishini anglatadi

3. Foiz hisoblash natijasida dastlabki summaning ortib borish jarayoni nima deb ataladi?

A. O‘sib borish yoki kelgusi qiymat
B. Diskontlash

C. Joriy qiymat
D. Foiz stavkasi

4. Biznesning oltin qoidasi hisoblangan fikr to‘g‘ri keltirilgan javobni belgilang.

A. Bugun olingan pul mablag‘i ertaga olinadigan pul mablag‘iga nisbatan qadrliroq
B. Ertaga olinadigan pul mablag‘i bugun olingan pul mablag‘iga nisbatan qadrliroq
C. Pul topish oson, sarflash undanda oson
D. Xarajatlarni amalga oshirishda inflyatsiyani hisobga olish kerak

5. $\boldsymbol{FV = PV(1 + r \times \frac{t}{V})}$ ***formulasi qanday holatlarda qo‘llaniladi?***

A. Amaliyot muddati aniq kunlarda belgilangan hollarda kelgusi qiymatni aniqlashda
B. Amaliyot muddati bir yildan ziyod holatlarda kelgusi qiymatni aniqlashda
C. Oddiy foiz stavkasi bo‘yicha mablag‘lar kelgusi qiymatini aniqlashda
D. Kelgusi va joriy qiymat aniq bo‘lgan holatda amaliyot muddati va foiz stavkasini aniqlashda

V BOB. KORXONALARDA MOLIYAVIY QAROR QABUL QILISH ASOSLARI

5.1. Moliyaviy strategiyani belgilash orqali moliyaviy qarorlar qabul qilishni tashkil etish.
5.2. Korporativ tuzilmalarda moliyaviy qarorlar qabul qilishning dominant sohalari tavsifi.
5.3. Korporativ tuzilmalarda moliyaviy strategiya ishlab chiqish va amalga oshirish bosqichlarining ozaro ketma-ketligi.
5.4. Moliyaviy qarorlar qabul qilishda strategik moliyaviy tahlil va uning asosiy yo‘nalishlari.
5.5. Korxona moliyaviy strategiyasi tamoyillari. Korxona moliyaviy faoliyatining strategik maqsadlari va ularning shakllanishi.

5.1. Moliyaviy strategiyani belgilash orqali moliyaviy qarorlar qabul qilishni tashkil etish

Moliyaviy qarorlarni qabul qilishning asosiy jihatlari moliyalashtirish, investitsiyalar, dividendlar va aylanma mablag‘larni boshqarish bilan bog‘liq. Qaror qabul qilish tashkilotning maqsadlariga erishish uchun mavjud resurslardan foydalanishga yordam beradi, agar minimal moliyaviy samaradorlik darajasiga erishilmasa, korxonaning vaqt o‘tishi bilan omon qolishi mumkin emas. Shuning uchun moliyaviy menejment asosan moliyaviy qarorlarni qabul qilish uchun kontseptual va analitik asosni ta’minlaydi.

Moliyaviy qarorlar turlarini quyidagicha tasniflash mumkin:

1. Uzoq muddatli moliyaviy qarorlar
2. Qisqa muddatli moliyaviy qarorlar.

To‘rtta asosiy moliyaviy qarorlar mavjud:-

1. Kapitalni byudjetlashtirish yoki uzoq muddatli investitsiya qarori
2. Kapital tarkibi yoki moliyalashtirish qarori
3. Dividend qarori
4. Aylanma mablag‘larni boshqarish qarori.

Har bir kompaniya uchta asosiy moliyaviy qarorni qabul qilishi kerak, ular:

1. Investitsion qaror. Kompaniyaning mablag‘larini turli aktivlarga qanday investitsiya qilish bilan bog‘liq bo‘lgan moliyaviy

qaror investitsiya qarori deb nomlanadi. Investitsion qaror uzoq muddatli yoki qisqa muddatli bo‘lishi mumkin. Uzoq muddatli investitsiya qarori katta miqdordagi uzoq muddatli investitsiyalarni o‘z ichiga olgan va katta xarajatlardan tashqari qaytarib bo‘lmaydigan kapital byudjeti qarorlari deb ataladi. Qisqa muddatli investitsiya qarorlari aylanma mablag‘lar to‘g‘risidagi qarorlar deb ataladi, ular korxonaning kundalik faoliyatiga ta’sir qiladi. U pul mablag‘lari, inventarizatsiya va debitorlik qarzlari darajasi to‘g‘risidagi qarorlarni o‘z ichiga oladi. Kapitalni byudjetlashtirishning noto‘g‘ri qarori odatda biznesning moliyaviy ahvoliga jiddiy zarar yetkazishi mumkin. Aylanma mablag‘larning noto‘g‘ri qarori biznesning likvidligi va rentabelligiga ta’sir qiladi.

Investitsion qarorlarga ta’sir etuvchi omillar quyidagilardan iborat:

1. Kapitalni byudjetlashtirish qarorlari:

A. ***Loyihaning pul oqimlari*** - eng yaxshi taklifni tanlash uchun investitsiya taklifining amal qilish muddati davomida naqd pul tushumlari va to‘lovlar seriyasini ko‘rib chiqish va tahlil qilish kerak.

B. ***Daromad darajasi*** - eng yaxshi taklifni tanlash uchun har bir taklifdan kutilayotgan daromad va ular bilan bog‘liq xavfni hisobga olish kerak.

C. ***Investitsiya mezonlari*** - turli investitsiya takliflari kapitalni byudjetlashtirish usullari asosida baholanadi. Bu investitsiyalar miqdori, foiz stavkasi, pul oqimlari, daromadlilik darajasi va boshqalar bo‘yicha hisob-kitoblarni o‘z ichiga oladi. Loyihalarni baholashda qaysi usuldan foydalanishni ko‘rib chiqish kerak.

2. Moliyaviy qaror. Aksiya ulushlari, imtiyozli aktsiyalar, obligatsiyalar, bank kreditlari va boshqalar kabi uzoq muddatli mablag‘lar manbalaridan jalb qilinadigan moliya miqdori bilan bog‘liq moliyaviy qaror. Moliyaviy qaror deb ataladi. Boshqacha qilib aytganda, bu kompaniyaning "kapital tuzilishi" to‘g‘risidagi qaror.

Moliyaviy Risk: Vaqti-vaqti bilan foizlarni to‘lash va "qarz olingan mablag‘lar" bo‘yicha kapitalni qaytarish xavfi moliyaviy risk deb ataladi.

Moliyaviy qarorga ta’sir qiluvchi omillar:

xarajat – turli manbalardan mablag‘larni jalb qilish narxi har xil. Xususiy kapitalning qiymati qarzlar narxidan yuqori. Eng arzon manbani ehtiyotkorlik bilan tanlash kerak;

risk – turli manbalar bilan bog‘liq xavf har xil. Egasining fondiga nisbatan ko‘proq tavakkal qarzga olingan mablag‘lar bilan bog‘liq, chunki unga foizlar to‘lanadi, shuningdek, belgilangan vaqtdan keyin yoki uning amal qilish muddati tugashi bilan qaytariladi;

flotatsiya xarajati – qimmatli qog‘ozlarni chiqarish bilan bog‘liq xarajatlar, masalan, broker komissiyasi, anderrayter to‘lovlari, prospekt bo‘yicha xarajatlar va boshqalar. Flotatsiya qiymati deb ataladi. Flotatsiya narxi qanchalik baland bo‘lsa, moliya manbai kamroq jozibador bo‘ladi;

biznesning pul oqimlari pozitsiyasi – agar kompaniyaning pul oqimlari holati etarlicha yaxshi bo‘lsa, u qarz mablag‘laridan osongina foydalanishi mumkin;

nazorat masalalari – agar mavjud aksiyadorlar biznesni to‘liq nazorat qilishni xohlasalar, qarz mablag‘lari hisobidan moliyalashtirilishi mumkin, ammo ular biznes ustidan nazoratni suyultirishga tayyor bo‘lganda, mablag‘larni jalb qilish uchun aksiyalardan foydalanish mumkin;

kapital bozorlarining holati - Bu davrda aksiyalarni chiqarish orqali moliyani osongina jalb qilish mumkin, ammo tushkunlik davrida qarz orqali moliyalashtirish oson;

3. Dividend to‘g‘risida qaror. Kompaniya tomonidan olingan foydaning qancha qismini aksiyadorlar o‘rtasida taqsimlash (dividend) va qanchasini kelajakdagi kutilmagan holatlar uchun (taqsimlanmagan foyda) saqlab qolish kerakligi haqida qaror qabul qilish bilan bog‘liq moliyaviy qaror dividend to‘g‘risidagi qaror deb ataladi. Dividend deganda foydaning aksiyadorlarga taqsimlanadigan qismi tushuniladi. Dividendlar to‘g‘risidagi qaror aksiyadorlarning boyligini maksimal darajada oshirishning umumiy maqsadini hisobga olgan holda qabul qilinishi kerak.

Dividend to‘g‘risidagi qarorga ta’sir qiluvchi omillar:

daromad – yuqori va barqaror daromadga ega bo‘lgan kompaniya dividendlarning yuqori stavkasini e’lon qilishi mumkin, chunki dividendlar joriy va o‘tmishdagi daromadlardan to‘lanadi;

dividendlarning barqarorligi – kompaniyalar odatda barqaror dividend siyosatiga amal qiladilar. Agar daromad kichik ulushga o‘zgargan yoki daromadning ko‘payishi vaqtinchalik xarakterga ega bo‘lsa, aksiya bo‘yicha dividend o‘zgartirilmaydi;

o‘sish istiqbollari – agar kompaniyaning yaqin kelajakda o‘sish istiqbollari mavjud bo‘lsa, u o‘z daromadlarini saqlab qoladi va shuning uchun hech qanday yoki kamroq dividend e’lon qilinmaydi;

pul oqimlari pozitsiyalari – dividendlar naqd pul oqimini o‘z ichiga oladi va shuning uchun dividendlarni e’lon qilish uchun adekvat pul mablag‘larining mavjudligi birinchi navbatdagi talab hisoblanadi;

aksiyadorlarning afzalligi – dividend to‘g‘risida qaror qabul qilishda aksiyadorlarning afzalligi ham hisobga olinadi. Agar aksiyadorlar dividend olishni xohlasalar, kompaniya buni e’lon qilishi mumkin. Bunday holda, dividend miqdori aksiyadorlarning kutish darajasiga bog‘liq;

soliq siyosati – kompaniya o‘zi e’lon qilgan dividendlar bo‘yicha soliq to‘lashi shart. Agar dividendlar bo‘yicha soliq yuqori bo‘lsa, kompaniya dividendlar orqali kamroq to‘lashni afzal ko‘radi, soliq stavkalari pastroq bo‘lsa, kompaniya tomonidan ko‘proq dividendlar e’lon qilinishi mumkin;

strategik moliyaviy menejment nafaqat kompaniyaning moliyasini boshqarishni, balki ularni muvaffaqiyatga erishish niyatida boshqarishni, ya’ni kompaniyaning uzoq muddatli maqsad va vazifalariga erishish va vaqt o‘tishi bilan aktsiyadorlar qiymatini maksimal darajada oshirishni anglatadi.

Strategik moliyaviy menejment biznes uchun foyda yaratish va investitsiyalarning maqbul daromadini (ROI) ta’minlashdan iborat. Moliyaviy boshqaruv biznesning moliyaviy rejalari, moliyaviy nazoratni o‘rnatish va moliyaviy qarorlar qabul qilish orqali amalga oshiriladi.

Kompaniya o‘zini strategik boshqarishdan oldin, avvalo, o‘z maqsadlarini aniq belgilashi, mavjud va potentsial resurslarini aniqlashi va miqdorini aniqlashi, shuningdek, o‘z maqsadlariga erishish uchun moliyaviy va boshqa kapital resurslaridan foydalanishning aniq rejasini ishlab chiqishi kerak. Strategik menejment, shuningdek, kompaniyaning aktivlari va majburiyatlarini tushunish va to‘g‘ri nazorat qilish, taqsimlash va olishni o‘z ichiga oladi, shu jumladan xarajatlar, daromadlar, debitorlik va kreditorlik qarzlari, pul oqimi va rentabellik kabi operatsion moliyalashtirishning monitoringi.

Strategik moliyaviy menejment, bundan tashqari, kompaniyaning diqqat markazida bo‘lishi va uzoq muddatli maqsadlarga erishish uchun doimiy baholash, rejalashtirish va sozlashni o‘z ichiga oladi. Agar kompaniya strategik jihatdan boshqarayotgan bo‘lsa, u qisqa muddatli masalalarni o‘zining uzoq muddatli ko‘rinishini buzmaydigan usullar bilan hal qiladi.

"Strategik" atamasi qisqa muddatli joylashishni aniqlash bilan bog‘liq bo‘lgan "taktik" boshqaruv qarorlaridan farqli o‘laroq, uzoq muddatli muvaffaqiyatga qaratilgan moliyaviy boshqaruv amaliyotlarini anglatadi. Agar kompaniya taktik o‘rniga strategik bo‘lsa, u yakunda, ya’ni kelajakda natijalarga erishadi deb o‘ylagan narsaga asoslanib moliyaviy qarorlar qabul qiladi, bu esa ushbu natijalarni amalga oshirish uchun firma ba’zan hozirgi yo‘qotishlarga toqat qilishi kerakligini anglatadi.

Shunday qilib, samarali strategik moliyaviy menejmentning bir qismi kompaniyaning uzoq muddatli maqsadlariga yanada samarali erishish uchun qisqa muddatli maqsadlarni qurbon qilish yoki o‘zgartirishni o‘z ichiga olishi mumkin. Misol uchun, agar kompaniya o‘tgan yil uchun sof zarar ko‘rgan bo‘lsa, u holda u obektlarni yopish yoki xodimlarni qisqartirish orqali o‘z aktivlari bazasini kamaytirishni tanlashi mumkin va shu bilan uning operatsion xarajatlarini kamaytiradi. Bunday choralarni ko‘rish xarajatlarni yoki kompaniyaning qisqa muddatda moliyaviy holatiga salbiy ta’sir ko‘rsatadigan boshqa bir martalik moddalarni qayta qurishga olib kelishi mumkin, ammo bu

kompaniyani uzoq muddatda muvaffaqiyatga erishish uchun yaxshiroq joylashtiradi.

Ushbu qisqa muddatli va uzoq muddatli kelishuvlar ko‘pincha turli manfaatdor tomonlarni hisobga olgan holda amalga oshirilishi kerak. Masalan, ochiq kompaniyalarning aktsiyadorlari kompaniyaning uzoq muddatli sog‘lig‘i bir xil qarorlar bilan mustahkamlangan bo‘lsa ham, qisqa muddatda kompaniyaning aktsiyalari narxiga salbiy ta’sir ko‘rsatadigan qarorlar uchun boshqaruvni intizomga solishlari mumkin.

Kompaniya strategik moliyaviy boshqaruvni butun tashkiliy faoliyati davomida qo‘llaydi, bu firmaning moliyaviy resurslarini maksimal darajada oshirish va ulardan samarali foydalanishni ta’minlaydigan elementlarni loyihalashni o‘z ichiga oladi. Bu erda firma ijodiy bo‘lishi kerak, chunki strategik boshqaruvga yagona yondashuv yo‘q va har bir kompaniya o‘zining alohida ehtiyojlari va maqsadlarini aks ettiruvchi elementlarni ishlab chiqadi. Biroq, strategik moliyaviy menejmentning keng tarqalgan elementlaridan ba’zilari quyidagilarni o‘z ichiga olishi mumkin.

- Rejalashtirish;
- Maqsadlarni aniq belgilash;
- Mavjud va potentsial resurslarni aniqlash va miqdorini belgilash;
- Muayyan biznes-moliyaviy rejani yozish;
- Byudjetlashtirish;
- Kompaniyaning moliyaviy samaradorlik bilan ishlashiga yordam berish va chiqindilarni kamaytirish;
- Eng ko‘p operatsion xarajatlarni talab qiladigan yoki byudjet xarajatlaridan oshib ketadigan hududlarni aniqlash;
- Tashqi resurslardan foydalanmasdan operatsion xarajatlarni qoplash uchun etarli likvidlikni ta’minlash;
- Maqsadlarga yanada samarali erishish uchun firma daromadlarini sarmoya qilishi mumkin bo‘lgan sohalarni ochish;
- Riskni boshqarish va baholash;
- Investitsion qarorlarda noaniqlikni aniqlash, tahlil qilish va yumshatish;

- Moliyaviy ta’sir qilish potentsialini baholash; kapital xarajatlarni (CapEx) va ish joyidagi siyosatlarni ko‘rib chiqish;
- Standart og‘ish va xavf ostidagi qiymat (VaR) strategiyalari kabi risk ko‘rsatkichlarini qo‘llash;
- Davom etuvchi tartiblarni belgilash;
- Ma’lumotlarni to‘plash va tahlil qilish;
- Mos keluvchi moliyaviy qarorlar qabul qilish;
- Tafovutni kuzatib boring va tahlil qiling, ya’ni byudjet va haqiqiy natijalar o‘rtasidagi farq;
- Muammolarni aniqlash va tegishli tuzatish choralarini ko‘rish.

5.2. Korporativ tuzilmalarda moliyaviy qarorlar qabul qilishning dominant sohalari tavsifi

Korxona faoliyatiga bog‘liq moliyaviy strategiyani yaratish jarayoni ko‘p o‘lchovli tahlilni o‘tkazish, belgilangan uzoq muddatli maqsadlar asosida korxonaning istiqbolli strategik yo‘nalishlarini aniqlash zarurati va maqsadga muvofiqligi tufayli yuqori darajadagi murakkablik bilan belgilanadi. Korxonaning faoliyati, ichki va tashqi muhiti va salohiyatini diagnostika qilish, undan foydalanish darajasi va rivojlanish istiqbollari, raqobatbardoshlikni o‘rganish, uning rivojlanishini prognozlash va boshqalar.

Kompaniyalarda moliyaviy strategiyani shakllantirish va amalga oshirish mikro va makro darajada taraqqiyotni ta’minlashga imkon beradi. Korxonaning moliyaviy strategiyasini ishlab chiqish zamirida yangi boshqaruv yaxlitligi tamoyillari, ya’ni strategik boshqaruv tizimi yotadi. Korxona moliyaviy strategiyasini ishlab chiqish jarayonida strategik moliyaviy qarorlar tayyorlash va qabul qilishni ta’minlovchi asosiy tamoyillar tarkibi rasmda keltirilgan (5.2-rasm).

Umuman olganda, strategiyaning nazariy asoslari aniq belgilanmagan: bu maqsadlar tizimi, qoidalar to‘plami, reja, yo‘nalish. Yuqoridagilardan kelib chiqib, shunday xulosaga kelish mumkinki, strategiyaning asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat:

1. Maqsadga muvofiqlik.

2. Tizimli yondashuv.

3. Uzoq muddatli istiqbol.

Strategiyani ishlab chiqish dinamik, noaniq, har doim ham rasmiylashtirilmagan maqsadlar yig‘indisini, o‘zgaruvchan ichki va tashqi muhitning ta’sirini hisobga olish zarurati bilan bog‘liq.



5.2-rasm. Korxonalarning iqtisodiy rivojlanishini ta`minlashda molivaviy strategiyaning ahamiyati

Strategik moliyaviy boshqaruvning tadbirkorlik stili asosini moliyaviy faoliyatning barcha yo‘nalishlari va shakllari bo‘yicha samarali boshqaruv qarorlari ustida faol ishlash tashkil etadi. Moliyaviy menejmentning bu uslubi tashqi omillar o‘zgarishini hisobga olgan holda qo‘yilgan strategik maqsadlarga erishish uchun moliyaviy faoliyatni amalga oshirishning yo‘nalishlari, shakllari va uslublari doimiy transformasiyasi bilan bog‘liqdir.

Moliyaviy strategiyani moliyaviy resurslarni shakllantirish, taqsimlash (haqiqiy joylashuvi) va ulardan foydalanish orqali o‘z moliyaviy maqsadlariga erishish uchun tizimli faoliyatni tashkil etishning murakkab uzoq muddatli rejasi sifatida belgilash mumkin. U samarali boshqaruv va moliyaviy resurslarni har tomonlama faol boshqarish orqali kompaniya qiymatini maksimal darajada oshirishga qaratilgan.

Iqtisodchi olim Blank ta’kidlashicha, moliyaviy strategiyani ishlab chiqishda korxonada moliyaviy jarayonni rivojlantirishning dominant sohalari sifatida moliyaviy manbalarni shakllantirish strategiyasi, korxona moliyaviy manbalarni taqsimlash strategiyasi, korxona moliyaviy xavfsizligini ta’minlash strategiyasi, korxona moliyaviy holatini boshqarishning sifatni oshirish strategiyalarini ko‘rib chiqish maqsadga muvofiqdir (5.2-jadval).

5.2-jadval

Korxona istiqbolli moliyaviy rivojlanishining dominant sohalari tavsifi

№	**Korxona umumiy moliyaviy strategiyasi dominant soha(yo‘nalish)lari**	**Istiqbolli mo-liyaviy qarorlar ishlab chiqishning bosh vazifalari**	**Strategik moliyaviy muammolarni hal qilish doirasi**
1.	Korxona moliyaviy resurslarini shakllantirish strategiyasi	Korxona moliyaviy resurslarini uning strategik rivojlanish ehtiyojlariga mos ravishda shakllantirish	1. Korxona moliyaviy resurslarining ichki manbalar hisobidan shakllanish imkoniyatini o‘stirib borishni ta’minlash. 2. Korxonalar zarur “moliyaviy egiluvchanlik”ni ta’minlash.

		imkoniyatini yaratish	3. Korxona moliyaviy resurslari shakllanish manbalari tarkibini ular qiymat mezonlari bo‘yicha optimallashtirish
2.	Korxona moliyaviy resurslarini taqsimlash strategiyasi	Korxona moliyaviy resurslari taqsimlanishini ulardan foydalanish samaradorligi mezonlari bo‘yicha optimallashtirish	1. Korxona xo‘jalik faoliyatining ko‘rinishlari va asosiy yo‘nalishlari bo‘yicha moliyaviy resurslarining zarur mutanosiblikda taqsimlanishini ta’minlash. 2. Korxonaning strategik xo‘jalik birliklari bo‘yicha moliyaviy resurslarning zarur mutanosiblikda taqsimlanishini ta’minlash. 3. Korxonada moliyaviy resurslardan foydalanish jarayonida ularning yuqori samaradorlik qaytimini ta’minlash
3.	Korxona moliyaviy xavfsizligini ta’minlash strategiyasi	Korxonaning strategik rivojlanish jarayonida moliyaviy barqarorlikni ta’minlash	1. Korxonaning doimiy to‘lovga qobiliyatliligini ta’minlash. 2. Korxonaning yetarlicha moliyaviy barqarorligini ta’minlash. 3. Korxonada moliyaviy risklarning mumkin bo‘lgan salbiy oqibatlarini neytrallashtirish. 4. Inqirozli rivojlanish sharoitida korxonani moliyaviy sog‘lomlashti-rishning zarur chora-tadbirlarini amalga oshirish.
4.	Korxona moliyaviy faoliyatini boshqarishning sifatni oshirish strategiyasi	Strategik istiqbolda korxona moliyaviy faoliyatini boshqarishning sifatni oshirish shart-sharoitlari tizimini shakllantirish	1. Moliyaviy menejerlarning yuqori darajadagi kvalifikasiyasini ta’minlash. 2. Korxonani rivojlantirish bo‘yicha muqobil moliyaviy qarorlar ishlab chiqishning yetarlicha axborot bazalarini ta’minlash. 3. Moliyaviy faoliyatni boshqarishda zamonaviy texnik vositalaridan, moliyaviy texnologiyalar, instrumentlarni joriy etish va samarali foydalanish. 4. Moliyaviy faoliyatni boshqa-rishning samarali tashkiliy tuzilmalarini ishlab chiqish. 5. Moliyaviy menejerlarning yuqori

			darajadagi tashkiliy madaniyatini ta’minlash.

5.3. Korporativ tuzilmalarda moliyaviy strategiya ishlab chiqish va amalga oshirish bosqichlarining ozaro ketma-ketligi.

Strategik moliyaviy tahlil – bu ko‘rib chiqish tizimi bo‘lib, unda samaradorlik tahlil qilinadi, maqsadlar baholanadi va haqiqiy natijalar asosida prognoz va strategiyaga tuzatishlar kiritiladi. Muxtasar qilib aytganda, bu yerda raqamlar va qilayotgan harakatlar o‘rtasidagi nuqtalar bog‘lanadi. Bundan maqsad moliyaviy imkoniyatlardagi har qanday potentsial muammolar yoki imkoniyatlarni aniqlash va ijobiy o‘stirish uchun ularni strategik qadamlarga aylantirishdir.

Ba’zi hollarda, ushbu tahlil biznes modelni chuqurroq ko‘rib chiqish, raqobatchilar bilan taqqoslash va hatto turli xil prognoz stsenariylarini ham o‘z ichiga olishi mumkin. Biznes modelni tahlil qilish va uning natijalarini haqiqiy ko‘rsatgichlar bilan taqqoslash orqali moliyaviy qarorlar qabul qilish muhim jarayon hisoblanadi. Bunda Blankning quyidagi maslahatlari juda o‘rinli hiaoblanadi. «Sizning biznesingizning moliyaviy hisobotlarini ko‘rib chiqayotganda, siz ushbu uchta asosiy hisobotni tekshirishni xohlaysiz:

- moliyaviy natijalar yoki foyda va zararlar (shuningdek, daromadlar to‘g‘risidagi hisobot sifatida ham tanilgan) hisoboti;
- pul oqimi hisoboti;
- buxgalteriya balansi.

Har bir hisobot sizning biznesingiz haqida turli xil narsalarni aytib beradi. Birgalikda, ular sizga biznesingizning samaradorligi haqida bilmoqchi bo‘lgan deyarli hamma narsani taqdim etadi. Oxir-oqibat, siz ushbu bayonotlar bo‘yicha prognozlaringizni haqiqiy natijalaringiz asosida tezlashtirishingiz kerak.

Strategik moliyaviy tahlilni qanday o‘tkazish kerak? Moliyaviy hisobotingizning strategik tahlilini o‘tkazishda qo‘ymoqchi bo‘lgan beshta qadam.

1. O‘z prognozlaringizni oylik haqiqiy prognozlaringiz bilan solishtiring. Shunday qilib, agar siz o‘z biznesingizning moliyaviy holatini muntazam ravishda ko‘rib chiqsangiz, yaxshi boshlaysiz. Ammo moliyaviy tahlildan ko‘proq foyda olish uchun siz o‘zingizning haqiqiy ma’lumotlaringizni - biznesingiz qanday ko‘rsatganini - prognozingiz bilan taqqoslashni boshlashingiz kerak.

Ideal holda, rejangizni asosiy xodimlaringiz bilan har oylik uchrashuvda sodir bo‘ladigan voqealar bilan solishtiring. Siz o‘zingizning prognozingiz va buxgalteriya dasturidan olingan hisobotlarga ega bo‘lishni xohlaysiz, shunda ikkalasini taqqoslashingiz va yo‘lda ekanligingizni ko‘rishingiz mumkin.

2. Qaerda yo‘ldan chetda ekanligingizni yoki prognozlardan oshib ketganingizni aniqlang. Siz bashorat qilayotganda, siz aniq taxminlar qilasiz. Bu sizning ma’lum bir oydagi haqiqiy moliyaviy ko‘rsatkichlaringiz o‘zgarishini anglatadi. Siz odatda yo‘ldan ketasiz va kutilganidan ham yomonroq ishlaysiz. Yo‘lda va kutganlarga juda yaqin o‘tirish. Yoki prognozlaringizdan oshib, kutganingizdan oshib ketasiz.

Rejamni haqiqiy natijalarim bilan solishtirish men uchun nima qiladi? Agar siz o‘tmishda sodir bo‘lgan voqealarni ko‘rib chiqsangiz, biznesingizning o‘tgan oyida nima sodir bo‘lganligi haqida yaxshi tasavvurga ega bo‘lasiz. Ammo, agar haqiqiy natijalaringizni rejangiz bilan solishtirmasangiz, ishlashingiz yaxshi yoki yomonligini bilish qiyin. Savdo maqsadlaringizga erishganingizni qanday bilasiz? Xarajatlaringizni byudjetingiz doirasida ushlab turganingizni ayta olasizmi? Bankda qancha kerak bo‘lsa, shuncha naqd pul saqlaysizmi?

Bundan ham muhimi, agar siz o‘z biznesingizni rivojlantirish yoki katta sarmoya kiritish rejalaringiz bo‘lsa, pul sarflashning moliyaviy mantiqiy yoki yo‘qligini bilishni xohlaysiz. Hozir investitsiya qilish kerakmi yoki yaxshiroq vaqtni kutish kerakmi? Ikkinchi joyni ochish kerakmi yoki to‘xtatib turish kerakmi? Rejangizni ko‘rib chiqish va uni haqiqiy natijalaringiz bilan solishtirish orqali siz qachon kengaytirishga intilishingiz va qachon harakat qilishni nazorat qilishingiz kerakligini yaxshiroq tushunasiz. Xato qilish va biznesingizga noto‘g‘ri vaqtda

sarmoya kiritilishi biznesingizni cho‘ktirishi mumkin bo‘lgan pul oqimi inqirozini keltirib chiqarishi mumkin.

3. Daromad hisobotingizni ko‘rib chiqing (foyda va zararlar hisoboti). Daromad hisoboti sizning daromadingiz va xarajatlaringizni tasdiqlaydi. Ushbu bayonotni prognozingiz bilan taqqoslasangiz, sotishingiz maqsadlaringizga mos keladimi yoki yo‘qmi va xarajatlaringizni byudjetingizga mos ravishda ushlab turasizmi yoki yo‘qligini ko‘rasiz. Agar siz daromadlar to‘g‘risidagi hisobotda nima borligini yoki u yerda qanday ma’lumotlarni topishingizni bilmasangiz, ushbu qo‘llanmadan daromad va zarar yoki daromadlar to‘g‘risidagi hisobotni o‘qishni boshlang, bu sizni har bir qatorga yo‘naltirishga yordam beradi.

4. Pul mablag‘lari harakati to‘g‘risidagi hisobotni tahlil qiling. Naqd pul oqimi to‘g‘risidagi hisobot sizga naqd pul sizning biznesingizga qanday kirib kelganligini aniq aytib beradi. Ushbu bayonotni naqd pul oqimi prognozi bilan taqqoslash sizga bank balansingizni o‘zingiz rejalashtirgan tarzda o‘stirish yo‘lida ekanligingizni va ishlar siz kutgandek ketmasa, nima uchun yo‘ldan chiqib ketishingiz mumkinligini ko‘rsatadi.

5. Balansni ko‘rib chiqing. Sizning balansingiz sizning moliyaviy ahvolingiz haqida to‘liq ma’lumot beradi. Sizga qancha pul qarzingiz bor va qancha pul qarzingiz bor? Sizning biznesingiz qanday aktivlarga ega? Balans tahlili mijozlaringizdan to‘g‘ri stavkada pul yig‘ayotganingizni va rejalashtirilganidan ko‘proq qarz olayotganingizni tushunishga yordam beradi».

Buxgalteriya hisobi va moliyaviy tushunchalar yaxshi biznes qarorlarini qabul qilishning asosini tashkil qiladi, bu esa menejerlarga tashkilot maqsadlariga muvaffaqiyatli erishish imkonini beradi. Ushbu besh qismdan iborat seriya kundalik operatsion faoliyatni boshqarish, resurslarni taqsimlash va ish faoliyatini baholash uchun tashkilotning ichki moliyaviy ma’lumotlarini to‘g‘ri tushunish qanchalik muhimligini taqdim etadi. Ichki moliyaviy qarorlarni qabul qilishda ishonchingizni oshiradigan muhim bilimlarga ega bo‘ling. Bundan tashqari, barqarorlik istiqbolini saqlab qolishning afzalliklari ko‘rib chiqiladi.

Moliyaviy strategiyaning o‘ziga xos xususiyatlari uning quyidagi xususiyatlarini o‘z ichiga oladi:

- kompaniyaning strategik ierarxiyasida bo‘ysunuvchi va yordamchi xarakterga ega umumiy korporativ strategiyaga nisbatan piramida, shuning uchun uning maqsadlari va yo‘nalishlariga mos kelishi kerak;

- kompaniyaning barcha boshqa strategiyalarini qamrab oladi, moliyaviy yordam va ularni amalga oshirish uchun ta’minot yaratadi;

- strategik yo‘nalish;

- strategik moliyaviy axborotni tahlil qilish natijalariga asoslanadi;

- tizimli-situatsion yondashuv asosida shakllantiriladi va sozlanadi.

Kompaniyaning moliyaviy strategiyasining roli quyidagilardan iborat:

• barcha darajadagi strategiyalarni amalga oshirish va kompaniyaning faoliyatini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash: moliyaviy strategiya qurilish kompaniyasining faoliyati uchun yetarli miqdorda resurslarni topish uchun javobgardir;

• kompaniyaning resurs salohiyatidan samarali foydalanishni ta’minlash: moliyaviy resurslarni maksimal samarali mahsulot olish va korxona qiymatini maksimal darajada oshirish uchun boshqarish;

• kredit va investitsiya imkoniyatlarini amalga oshirishni ta’minlash;

• atrof-muhit omillarining o‘zgarishiga proaktiv munosabat;

• aktivlarni samarali boshqarish: kompaniya rivojlanishining strategik istiqbollarini hisobga olgan holda aktivlarning optimal hajmi va tuzilishini ta’minlash;

• moliyaviy risklarni boshqarish: kompaniyaning moliyaviy risklarini tahlil qilish va baholash; ularni yumshatish bo‘yicha o‘z vaqtida choralar ko‘rish;

• pul ko‘rsatkichlaridan foydalanish asosida korporativ kompaniya strategiyasini shakllantirish, amalga oshirish va natijalarini baholash uchun asos bo‘ladi.

Moliyaviy strategiyani moliyaviy resurslarni shakllantirish, taqsimlash (qayta taqsimlash) va ulardan foydalanish orqali o‘z

moliyaviy maqsadlariga erishish uchun tizimli faoliyatni tashkil etishning murakkab uzoq muddatli rejasi sifatida aniqlash mumkin. Uning rivojlanishi uzoq va murakkab jarayon bo‘lib, tashqi va ichki muhitning strategik moliyaviy tahlilini o‘z ichiga oladi; strategik moliyaviy maqsadlarni aniqlash; qiymatga asoslangan boshqaruv, buxgalteriya hisobi, aktivlarni boshqarish, pul oqimlarini boshqarish, kredit siyosati, investitsiya siyosati, moliyaviy risklarni boshqarish, dividend siyosati bo‘yicha quyidagi yo‘nalishlarda moliyaviy strategiyani ishlab chiqish; moliyaviy strategiyani amalga oshirish va monitoring qilish.

5.4. Moliyaviy qarorlar qabul qilishda strategik moliyaviy tahlil va uning asosiy yo‘nalishlari

Korxona moliyaviy faoliyati sohasida strategiyaning asosiy elementlarini ishlab chiqish strategik moliyaviy tahlil natijalariga asoslanadi. Strategik moliyaviy tahlil istiqboldagi davrda korxonani rivojlantirishning aniq xususiyatlari va mumkin bo‘lgan yo‘nalishlaridan kelib chiqqan holda korxona moliyaviy faoliyatini amalga oshirishning samaradorligiga ichki va tashqi omillar ta’sirini o‘rganish jarayonini o‘zida aks ettiradi. Strategik moliyaviy tahlilning yakuniy natijasi moliyaviy faoliyatning har bir strategik dominant sohalari kesimida moliyaviy rivojlanishning asoslarini va imkoniyatlarini ko‘p tomonlama va kompleks tavsiflaydigan korxona strategik pozitsiyasi modeli hisoblanadi.

Strategik tahlil o‘tkazish asoslari korxona xo‘jalik faoliyatiga alohida omillarning ta’siri va ularning ishlab turgan muhiti sharoitini o‘rganishdan tarkib topgan. Strategik moliyaviy tahlil yo‘nalishlari va obyektlari tarkibini hisobga olgan holda uning o‘rganish predmeti bo‘lib korxonaning ishlab turgan moliyaviy muhiti hisoblanadi. Korxonaning ishlab turgan moliyaviy muhiti deganda tashkilotga, uning moliyaviy faoliyati shakllari va natijalariga ta’sir etuvchi shart-sharoitlar va omillar tizimi tushuniladi. Moliyaviy faoliyatni amalga oshirish jarayonida alohida shart-sharoitlar va omillar ta’siri tavsifi bilan bog‘liqlikda, shuningdek ularni korxona tomonidan nazorat qilish imkoniyatlariga

ko‘ra uning ishlab turgan umumiy moliyaviy muhitning quyidagi alohida ko‘rinishlarni ajratib ko‘rsatish mumkin:

- bilvosita ta’sir etadigan tashqi moliyaviy muhit;
- bevosita ta’sir ko‘rsatuvchi tashqi moliyaviy muhit;
- ichki moliyaviy muhit.

Bilvosita ta’sir etadigan tashqi moliyaviy muhit uzoq muddatli davrda tashkilotga, korxonaning moliyaviy faoliyati shakllari va yo‘nalishlariga ta’sir etuvchi makro darajada yuzaga keluvchi shart-sharoitlar va omillar tizimi bilan tavsiflanadi. Korxonaning ular ustidan to‘g‘ridan-to‘g‘ri nazoratni amalga oshirish imkoni mavjud emas. Tashqi moliyaviy muhitning bunday ko‘rinishi aniq bir korxonaga nisbatan munosabat bo‘yicha namoyon bo‘lish individual xususiyatlari bilan tavsiflanmaydi. Bilvosita ta’sir etadigan tashqi moliyaviy muhit shart-sharoitlari shakllanishida davlat moliyaviy siyosati va korxonalar moliyaviy faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish muhim rol o‘ynaydi.

Bevosita ta’sir ko‘rsatuvchi tashqi moliyaviy muhit korxonaning kontragentlar bilan moliyaviy operasiyalar va bitimlar bo‘yicha moliyaviy munosabatlari jarayonida shakllanadigan, tashkilotga, uning moliyaviy faoliyat shakllari va natijalariga ta’sir etuvchi shart-sharoitlar va omillar tizimini tavsiflaydi. Bunda bevosita ta’sir ko‘rsatuvchi tashqi moliyaviy muhit bevosita kommunikativ (o‘zaro bog‘liq) aloqalar jarayoniga ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Bunday kontragentlar bilan moliyaviy faoliyat bo‘yicha samarali moliyaviy munosabatlarni amalga oshirish korxona uchun ijobiy bo‘lgan tegishli shart-sharoitlar va omillar tizimini boshqarish imkonini beradi.

Ichki moliyaviy muhit korxona rahbariyati va moliyaviy xizmat mutaxassislari bevosita nazorati ostida bo‘lgan korxonaning eng yaxshi natijalariga erishishi maqsadida moliyaviy faoliyat shakllari va ularni tashkil etishni tanlashda yuzaga keluvchi shart-sharoitlar va omillar tizimini tavsiflaydi. Ichki moliyaviy muhit korxonaning strategik davrda qo‘yilgan maqsad va vazifalariga erishish imkonini beruvchi moliyaviy imkoniyatlarni ham o‘z ichiga oladi. Strategik moliyaviy tahlilni amalga oshirish xususiyatlari nafaqat retrospektiv, shu bilan birga alohida

omillar va shart-sharoitlar mumkin bo‘lgan o‘zgarishlari ta’sirini hisobga olgan holda korxona moliyaviy imkoniyatlari istiqboldagi holatini ham ko‘rsatib beradi.

Bu strategik moliyaviy tahlil o‘tkazishning uslubiy apparat tomonidan tuzilgan maxsus metodlaridan foydalanish zaruriyatini ko‘rsatadi (bunday maxsus metodlar analitik tadqiqotning to‘ldirilgan va ananaviy metodlari bo‘lishi mumkin). Bu metodlarning har biri tuzilishini quyida ko‘rib chiqamiz. Strategik moliyaviy tahlil quyidagi ketma-ketlikda amalga oshiriladi:

1-bosqichda bilvosita ta’sir etadigan tashqi moliyaviy muhit tahlili o‘tkaziladi.

2-bosqichda bevosita ta’sir etadigan tashqi moliyaviy muhit tahlili o‘tkaziladi.

3-bosqichda ichki moliyaviy muhit tahlili o‘tkaziladi.

4-bosqichda korxonaning strategik moliyaviy holatini kompleks baholash amalga oshiriladi.

I. Bilvosita ta’sir etadigan tashqi moliyaviy muhit omillari tahlili SWOT-tahlil – strategik tahlil asosiy metodiga tayanadi. Bu metoddan foydalanish juda oddiy bo‘lib korxonaning strategik moliyaviy holatini uning asosiy tashqi jihatlarini tezkor baholash imkonini beradi. Bilvosita ta’sir etadigan tashqi moliyaviy muhit omillari tahlili jarayonida makrodarajada harakatga keltiriladigan tashqi ijobiy imkoniyatlar va korxonani moliyaviy rivojlantirish uchun to‘siqlar aniqlanadi. Bunda ijobiy imkoniyatlarga strategik moliyaviy rivojlanish jarayonida korxona bozor qiymatining o‘sishini ta’minlovchi imkoniyatlar; rivojlanishi uchun to‘siqlarga esa korxonaning o‘sish yo‘liga tegishli g‘ovlar kiradi.

Bilvosita ta’sir etadigan tashqi moliyaviy muhit bo‘yicha strategik moliyaviy tahlilda PEST-tahlil tizimida ko‘rib chiqiladigan omillarni guruhlash tamoyilidan foydalaniladi (PEST-tahlil tizimi faqat makrodarajadagi omillarni strategik tahlil qilishga qaratilgan). Bunday omillar guruhlari PEST qisqartma so‘zini tavsiflaydigan quyidagi to‘rtta turga bo‘linadi:

P – siyosiy-huquqiy muhit (political and legal environment);

E – iqtisodiy muhit (economic environment);

S – ijtimoiy-madaniy muhit (sociocultural environment);

T – texnologik muhit (technological environment).

PEST-tahlil tizimining korxona strategik rivojlanishida muhim rol o‘ynovchi omillar tarkibini ko‘rib chiqamiz. Siyosiy-huquqiy muhitda strategik istiqbolda moliyaviy faoliyat rivojlanishiga moliya bozorini, korxona moliyaviy faoliyatini, mamlakatdagi pul muomalasini davlat tomonidan tartibga solish shakllari va metodlari; alohida tarmoq va faoliyat sohalarini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash siyosati; yuqori malakali mutaxassislar tayyorlash bo‘yicha davlat siyosati; xorijiy investisiyalarni jalb qilish va himoyalash bo‘yicha siyosat; korxonalar bankrotligi va moliyaviy sog‘lomlashtirish jarayonlarini tartibga solishning huquqiy jihatlari; korxonalar moliyaviy hisobotlari standartlari ta’sir ko‘rsatadi.

Iqtisodiy muhitda korxona strategik moliyaviy rivojlantirishga iqtisodiy dinamika suratlari (yalpi ichki mahsulot va milliy daromad ko‘rsatkichlarining o‘zgarishi); foydalanilgan milliy daromadning iste’mol va jamg‘arma parametrlaridagi o‘zaro nisbati; inflyasiya suratlarida; yuridik va jismoniy shaxslarni soliqqa tortish tizimi; pul oboroti (muomalasi) tezligida; valyuta kurslari dinamikasi; Markaziy bank qayta moliyalash stavkasi dinamikasi eng sezilarli ta’sir ko‘rsatadi.

Ijtimoiy-madaniy muhitda korxona moliyaviy faoliyati rivojlanishiga mehnatga layoqatli aholining ta’lim va madaniyat darajasi; oliy ta’lim tizimida moliyaviy faoliyat sohasi bo‘yicha mutaxassislar tayyorlash darajasi; bozor islohotlarini amalga oshirishga aholining munosabati ta’sir ko‘rsatadi.

II. Bevosita ta’sir etuvchi tashqi moliyaviy muhit omillari tahlili ham SWOT-tahlil metodiga asoslanadi. Shuning uchun strategik moliyaviy tahlilni amalga oshirishning dastlabki shart-sharoitlari bir tomondan korxona bilan moliyaviy munosabatlarga kirishuvchi subyektlarni guruhlash, boshqa tomondan strategik davrda bunday munosabatlar samaradorligiga ta’sir etuvchi asosiy omillarni belgilash hisoblanadi.

O‘tkazilgan tadqiqot natijalari ko‘rsatishicha, strategik tahlil jarayonida bevosita ta’sir etuvchi tashqi moliyaviy muhit omillari tahlili

yaxlit holda olinganda korxona bilan moliyaviy munosabatlarga kirishuvchi subyektlar quyidagi oltita asosiy guruhga ajratiladi:

- xom ashyo, material va yarim tayyor mahsulotlar yetkazib beruvchilar;
- tayyor mahsulot sotib oluvchilar (xaridorlar);
- turli shakllarda kreditlar taqdim etgan kreditorlar;
- institusional va individual investorlar;
- sug‘urta kompaniyalari;
- moliyaviy vositachilar.

Shuni hisobga olish kerakki, moliyaviy muhitning bu ko‘rinishi omillarini iqtisodiy jihatdan baholashda PEST-tahlil tizimi bo‘yicha guruhlash amalga oshirilmaydi. Iqtisodiy omillar korxonaning yuqorida sanab o‘tilgan kontragentlar bilan moliyaviy munosabatlarini hisobga olgan holda individuallashtiriladi. Bevosita ta’sir etuvchi tashqi moliyaviy muhit alohida omillarini baholash jarayoni ko‘rib chiqilgan bilvosita ta’sir etuvchi tashqi moliyaviy muhit omillarini baholashga o‘xshash. Ko‘rib chiqilayotgan moliyaviy muhit alohida omillarini baholashda SWOT-tahlil natijalari zaruriy holatlarda strategik moliyaviy tahlilning portfelli tahlil (kontragentlar bilan alohida operasiyalar portfeli kesimida), ssenariy tahlili yoki ekspert tahlil metodlari baholash natijalari bilan to‘ldiriladi. Bevosita ta’sir etuvchi tashqi moliyaviy muhit muhim omillarini baholash natijalari bo‘yicha “imkoniyatlar va to‘siqlar matrisasi” tuziladi.

III. Ichki moliyaviy muhit omillari tahlili korxonaning moliyaviy imkoniyatlari hajmi bilan birga ulardan foydalanish samaradorligini ham tavsiflaydi. Korxona moliyaviy strategiyasini ishlab chiqish jarayonida ichki moliyaviy muhit omillarini o‘rganish ananaviy ravishda korxona moliyaviy faoliyatining kuchli va zaif tomonlarini ko‘rsatishga yo‘naltirilgan SWOT-tahlilga asoslanadi.

So‘nggi yillarda korxona moliyaviy faoliyatini tahlil qilishda kuchli va zaif tomonlarga bo‘lgan yondashuvning rivojlanishi korxona ichki muhiti omillarini tahlil qilishda foydalaniladigan SNW-tahlili yuzaga kelishiga sabab bo‘ldi. SNW qisqartma so‘zi tadqiqot omillari bo‘yicha korxonaning quyidagi holatlari tavsifini aks ettiradi:

S – kuchli tomoni (strenght position);

N – neytral tomoni (neutral position);

W – zaif tomoni (weakness position).

Korxona ichki muhiti alohida omillarini baholashdagi o‘rni bo‘yicha SWOT-tahlil va SNW-tahlil metodlarini o‘zaro solishtirish SNW-tahlil tizimi orqali baholash jarayoni neytral holat ko‘rsatilishi bilan tahlil jarayoni to‘ldirilishini aks ettiradi. Baholashda neytral holat korxona ichki muhitidagi u yoki bu omil tarmoqlararo o‘xshash korxonalardagi belgilar bilan mosligini ko‘rsatadi. Bunday yondashuv korxona moliyaviy faoliyatiga ta’sir ko‘rsatuvchi u yoki bu omilning neytral holati zaruriy strategik holatni ta’minlashdagi ahamiyatini ifodalaydi.

O‘rganilayotgan ichki moliyaviy muhit omillari tizimi har bir korxonada o‘zining moliyaviy faoliyatlarini hisobga olgan holda mustaqil shakllantiriladi. Korxona moliyaviy faoliyatining alohida jihatlarini tavsiflovchi omillar odatda kompleks tarzda ko‘rib chiqiladi va ayrim jihatlar korxona moliyaviy siyosatida aks etadi. Korxona moliyaviy faoliyati kuchli va zaif tomonlarini aniqlovchi omillar tavsifi besh ballik tizim bo‘yicha baholanadi (neytral holatlarni baholash uchun nol ball qabul qilingan). SWOT-tahlil va SNW-tahlil jarayonida olingan ichki moliyaviy muhit alohida omillarini baholash natijalari zaruriy holatlarda ularni strategik moliyaviy tahlilning portfelli (debitorlik qarzi portfeli, kreditorlik qarzi portfeli, investisiyalar portfeli, moliyaviy risklar portfeli va boshqalar) tahlil, ssenariyli va ekspertli tahlil metodlari yordamida baholash natijalari bilan to‘ldiriladi. Ichki moliyaviy muhit muhim omillarini baholash bo‘yicha korxona moliyaviy faoliyatining kuchli va zaif tomonlari matrisasi tuziladi.

IV. Korxona strategik moliyaviy holatini (pozisiyasini) kompleks baholash korxona faoliyat yuritayotgan barcha moliyaviy muhitlar tahlili natijalarini yaxlit holda umumlashtiradi. Bunday baholashni amalga oshirish quyidagilarga imkon beradi:

- moliyaviy strategiya ishlab chiqilayotgan korxonada moliyaviy faoliyatni amalga oshirishning alohida xususiyatlari aniq qayd etilsh, uning “moliyaviy yuzi”ni aniqlash;

- korxona moliyaviy faoliyatini boshqarishning erishilgan natijalarini baholash;

- korxonaning moliyaviy rivojlantirishda va uning moliyaviy faoliyatini boshqarish tizimida muammoli doiralarni ko‘rsatib berish;

- ichki va tashqi muhit omillarini hisobga olgan holda korxonaning istiqboldagi moliyaviy rivojlanish imkoniyatlarini xolis baholash;

- korxonaning strategik moliyaviy hatti-harakatlari dastlabki holatlarini belgilash.

Korxonaning strategik moliyaviy holati (pozisiyasi) modeli SWOT-tahlil va SNW-tahlil jarayonida alohida omillarni baholash natijalariga (boshqa strategik tahlil metodlaridan foydalanish jarayonida alohida baholashni chuqurlashtirishni hisobga olgan holda) tayanadi. Bu modelda korxonani moliyaviy rivojlantirishning dominant sohalari (yo‘nalishlari)dan har birining barcha segmentlari tasvirlangan (ko‘rsatilgan) bo‘lishi lozim. Dominant sohalar bo‘yicha alohida segmentlar omillarini yaxlit holda baholash o‘zaro bog‘lanishi uchun yetarlicha “salmoq” o‘zlashtirilishi lozim. Korxonaning strategik moliyaviy holati modeli har bir segment omillari korxonaning istiqboldagi moliyaviy rivojlantirishga ta’sir darajasi bo‘yicha joylashtirib chiqiladi.

Korxonaning strategik moliyaviy holati (pozisiyasi) imkoniyatlarni hisobga olgan holda strategik moliyaviy maqsadlar ifodalanishi va mos strategik qarorlar asoslari bo‘yicha amalga oshiriladi.

5.5. Korxona moliyaviy strategiyasi tamoyillari. Korxona moliyaviy faoliyatining strategik maqsadlari va ularning shakllanishi

Moliyaviy strategiyani ishlab chiqishda to‘lamaslik xavfi, inflyatsiya jarayonlari va korxona nazorati ostida bo‘lmagan boshqa holatlar hisobga olinadi. Aytish mumkinki, moliyaviy strategiya har qanday o‘zgarishlar yuz berganda tuzatishlar bilan korxonaning samarali ishlashini ta’minlash uchun ishlab chiqilgan.

Korxonaning moliyaviy strategiyasini ishlab chiqish yangi boshqaruv paradigmasi - strategik boshqaruv tizimi tamoyillariga asoslanadi. Korxonaning moliyaviy strategiyasini ishlab chiqish

jarayonida strategik moliyaviy qarorlarni tayyorlash va qabul qilishni ta’minlaydigan ushbu tamoyillarning asosiylari quyidagilardan iborat:

1. Korxonani o‘z-o‘zini tashkil etishga qodir ochiq ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida ko‘rib chiqish.

2. Korxonaning operatsion faoliyatining asosiy strategiyalarini hisobga olish.

Amalga oshirish korxonaning moliyaviy faoliyatini ta’minlashga qaratilgan operatsion strategiyalarning barcha turlarini quyidagi asosiy turlarga qisqartirish mumkin:

- cheklangan (yoki konsentrlangan) o‘sish.
- tezlashtirilgan (integratsiyalashgan yoki tabaqalashtirilgan) o‘sish.
- kamaytirish (yoki qisqarish).
- kombinatsiya (yoki kombinatsiya).

3. Strategik moliyaviy boshqaruvning tadbirkorlik uslubiga asosiy e’tibor.

4. Strategik moliyaviy rivojlanishning dominant yo‘nalishlarini aniqlash. Ushbu tamoyil korxonaning moliyaviy faoliyatining ustuvor yo‘nalishlarini aniqlashga imkon beradi, uning asosiy maqsadli funksiyasini muvaffaqiyatli amalga oshirishni ta’minlaydi - uzoq muddatli istiqbolda korxonaning bozor qiymatini oshirish.

5. Moliyaviy strategiyaning moslashuvchanligini ta’minlash.

6. Muqobil strategik moliyaviy tanlovni ta’minlash.

7. Moliyaviy faoliyatda texnologik taraqqiyotdan foydalanishni ta’minlash.

8. Strategik moliyaviy qarorlarni qabul qilish jarayonida moliyaviy tavakkalchilik darajasini hisobga olish.

9. Moliyaviy strategiyani amalga oshirish jarayonida moliyaviy menejerlarning professional apparatiga yo‘naltirish.

Kompaniyaning moliyaviy strategiyasini ishlab chiqish bir necha asosiy bosqichlarni o‘z ichiga oladi. Avvalo, strategiyani amalga oshirish davrini, moliyaviy faoliyatning maqsadlarini aniqlash, moliyaviy siyosatni shakllantirish va strategiyani amalga oshirish davrlari bo‘yicha moliyaviy ko‘rsatkichlarni batafsil tavsiflash kerak.

Korxona moliyaviy strategiyasining tamoyillari:

- korxonalarni joriy va uzoq muddatli moliyaviy rejalashtirish, bu sizga pul tushumlarining rejalashtirilgan ko‘rsatkichlarini va ulardan foydalanish yo‘nalishlarini belgilash imkonini beradi;
- moliyaviy resurslarni markazlashtirish, ularning moslashuvchanligini o‘rnatish, ishlab chiqarish-xo‘jalik faoliyatining asosiy yo‘nalishlariga yo‘naltirish;
- bozorda barqaror moliyaviy holatni saqlash imkonini beruvchi moliyaviy manbalarni yaratish;
- kontragentlar oldidagi moliyaviy majburiyatlarning to‘liq yopilishi;
- korxonaning buxgalteriya hisobi, moliyaviy siyosatini, shuningdek amortizatsiya siyosatini amalga oshirish;
- korxona moliyasi va ayrim faoliyat turlarining belgilangan standartlarga muvofiq hisobini yaratish va yuritish;
- korxonaning moliyaviy hisobotlarini va ayrim faoliyat turlarini amaldagi qoidalar va qoidalarga muvofiq standartlar talablariga rioya qilgan holda tuzish;
- korxona va ayrim faoliyat turlarini moliyaviy tahlil qilish (faoliyatning iqtisodiy-geografik sohalari va boshqalar);
- korxona ishi va ayrim faoliyat turlari ustidan moliyaviy nazorat.

Iqtisodiy adabiyotlarda strategik moliyaviy boshqaruvning o‘sish stili konservativ (eskilik tarafdori bo‘lish) usul sifatida, shu bilan bir vaqtda tadbirkorlik stili – agressiv, jadallik bilan rivojlanishga yo‘naltirilgan usul sifatida qaraladi. Bu bo‘yicha ko‘pchilik iqtisodchilar xulosasiga ko‘ra strategik moliyaviy boshqaruvning tadbirkorlik stili yangi boshqaruv paradigmasi – strategik boshqaruv bilan bog‘lanadi.

Strategik moliyaviy rivojlanishning dominant sohalarini belgilash tamoyili korxona moliyaviy faoliyatining eng muhim yo‘nalishlarini belgilash imkonini beradi va uni muvaffaqiyatli amalga oshirishning bosh maqsad vazifasi uzoq muddatli istiqbolga korxonaning bozor qiymati doimiy o‘sib borishini ta’minlash hisoblanadi.

Rus iqtisodchi olimi I.A.Blank izohlashicha, korxona moliyaviy strategiyasini ishlab chiqishda moliyaviy faoliyatni rivojlantirishning dominant sohalari sifatida korxona moliyaviy resurslarini shakllantirish

strategiyasi, korxona moliyaviy resurslarini taqsimlash strategiyasi, korxona moliyaviy xavfsizligini ta’minlash strategiyasi, korxona moliyaviy faoliyatini boshqarishning sifatni oshirish strategiyalarini ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq[11].

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda ta’kidlab o‘tishimiz mumkinki, korxonalarda moliyaviy resurslarni shakllantirish strategiyasi korporativ strategiyani moliyaviy ta’minlashga qaratiladi. Moliyaviy resurslarini taqsimlash strategiyasi esa bir tomondan alohida funksional strategiyalarni amalga oshirishni moliyaviy ta’minlashga qaratilsa, boshqa tomondan strategik maqsadlarda korxona investision faoliyatini shakllantirishga yo‘naltiriladi. Korxona moliyaviy xavfsizligini ta’minlash strategiyasi uning strategik rivojlanish jarayonida moliyaviy barqarorlikning asosiy parametrlarini shakllantirishga va qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltiriladi. O‘z navbatida korxona moliyaviy faoliyati boshqaruvining sifatni oshirish strategiyasi korxonalarda moliyaviy xizmatni shakllantirishga xizmat qiladi. Moliyaviy strategiyaning moslashuvchanligini ta’minlash tamoyili korxona moliyaviy faoliyatining kelgusidagi rivojlanishi har doim ham noaniqlik kasb etishi bilan izohlanadi. Shuning uchun ishlab chiqilgan korxona moliyaviy strategiyasini uni amalga oshirishning barcha bosqichlarida o‘zgarishsiz ko‘rinishda saqlash mumkin imkoni yo‘q. Bunday sharoitda moliyaviy menejerlarning muqobil strategik xatti-harakatlari asosida ishlab chiqilgan moliyaviy strategiyaning yuqori darajadagi egiluvchanligi yuzaga chiqadi.

Strategik moslashuvchanlik moliyaviy faoliyatni amalga oshirishning ichki yoki tashqi shart-sharoitlari o‘zgarishi natijasida yangi strategik moliyaviy qarorlarni ishlab chiqish yoki tezkor tuzatishlar amalga oshirish bo‘yicha korxonaning real imkoniyatlarini o‘zida aks ettiradi. U moliyaviy faoliyatni ichki tashkiliy muvofiqlashtirish orqali moliyaviy resurslarni bir strategik xo‘jalik yuritish zonasidan boshqasiga osonlik bilan ko‘chirish (o‘tkazish) imkoniyatini beradi.

[11] Қаранг: Бланк И.А. Финансовый менеджмент.

Strategik moliyaviy tanlovlarning muqobilini tanlash tamoyili strategik moliyaviy qarorlar asosida moliyaviy faoliyatni amalga oshirish yo‘nalishlari, shakllari va metodlarining muqobil variantlarini qidirish, umumiy moliyaviy strategiyani shu asosda qurish uchun eng yaxshisini tanlash va uni samarali amalga oshirish mexanizmini shakllantirishda namoyon bo‘ladi. Muqobillik butun korxona strategik boshqaruv tizimida muhim farq qiluvchi xususiyatlar inobatga olingan bo‘ladi va strategik moliyaviy to‘plamning barcha elementlari – moliyaviy maqsadlar, moliyaviy faoliyatning alohida ko‘rinishlari, moliyaviy resurslar shakllanish manbalari, moliyaviy boshqaruv stili va mentalitetlari bilan bog‘langan.

Moliyaviy faoliyatda texnologik rivojlanish natijalaridan doimiy foydalanishni ta’minlash tamoyili moliyaviy strategiyani shakllantirishda korxonaning bozordagi raqobat pozisiyasi o‘sishini ta’minlovchi texnologik yangiliklarni joriy etish orqali moliyaviy faoliyatning bosh mexanizmlarini ishlab chiqishni anglatadi. Shuning uchun korxonaning umumiy strategik rivojlanish maqsadlarini amalga oshirish texnologik rivojlanish natijalaridan tezkorlik bilan foydalanishga sezilarli darajada bog‘liq bo‘lib, texnologik rivojlanish natijalari jarayonni yengillashtiradi.

Strategik moliyaviy qarorlar qabul qilish jarayonida moliyaviy risklar darajasini hisobga olish tamoyili moliyaviy strategiyani shakllantirish jarayonida qabul qilinadigan barcha asosiy moliyaviy qarorlar amaliy jihatdan turli darajada moliyaviy risklar bilan bog‘langanligini hisobga olishni o‘zida aks ettiradi. Bu bog‘liqlikni birinchi navbatda moliyaviy faoliyat yo‘nalishlari va shakllarini tanlash, moliyaviy resurslarni shakllantirish, moliyaviy faoliyatni boshqarishning yangi tashkiliy tuzilmalarini joriy etishda ko‘rishimiz mumkin. Xususan, moliyaviy risklarning yuqori darajasi foiz stavkalari tebranish davri va inflyasiyaning o‘sish davrlarida ko‘tariladi. Moliyaviy menejerlarning turli xil mentalitetlari bilan bog‘liq ravishda har bir korxonada moliyaviy strategiyani ishlab chiqish jarayonida moliyaviy risklarga yo‘l qo‘yish darajasiga nisbatan aniq differensial (tabaqalashgan) parametrlar o‘rnatilishi lozim. Bunda belgilanadigan parametrlar yo‘l qo‘yilayotgan risklarning yuzaga chiqishi natijasida ko‘rilishi mumkin bo‘lgan

zararlarni kamaytirish maqsadida chora-tadbirlarni o‘zida mujassam etadi.

Moliyaviy strategiyani amalga oshirish jarayonini moliyaviy menejerlar professional apparatiga yo‘naltirish tamoyili korxona moliyaviy strategiyasi alohida parametrlarini ishlab chiqishga, uni amalga oshirishga maxsus tayyorlangan mutaxassislar – moliyaviy menejerlar jalb qilinishi lozimligini anglatadi. Bunday menejerlar strategik boshqaruvning asosiy tamoyillari, moliyaviy faoliyatning alohida jihatlarini boshqarish mexanizmlari bilan tanish bo‘lishlari, moliyaviy kontrolling metodlarini egallagan bo‘lishlari lozim. Ishlab chiqilgan moliyaviy strategiyaning tashkiliy tuzilma va tashkiliy madaniyatga muvofiqligini ta’minlash tamoyili moliyaviy strategiyani samarali amalga oshirishning muhim sharti sifatida boshqaruvning tashkiliy tuzilmalaridagi o‘zgarishlar va tashkiliiy madaniyatni o‘zaro muvofiqlashtirishda namoyon bo‘ladi. Bu sohada ko‘zda tutilgan strategik o‘zgarishlar moliyaviy strategiya parametrlari va uni amalga oshirishni ta’minlashning tarkibiy qismi bo‘lishi lozim.

Strategik moslashuvchanlik moliyaviy faoliyatni amalga oshirishning ichki yoki tashki shart-sharoitlari o‘zgarishi natijasida yangi strategik moliyaviy qarorlarni ishlab chiqish yoki tezkor korrektirovkalar amalga oshirish bo‘yicha korxonaning real imkoniyatlarini o‘zida aks ettiradi. U moliyaviy faoliyatni ichki tashkiliy muvofiqlashtirish orqali moliyaviy resurslarni bir strategik xo‘jalik yuritish zonasidan boshqasiga osonlik bilan ko‘chirish (o‘tkazish) imkoniyatini beradi.

Strategik moliyaviy tanlovlarning muqobilini tanlash tamoyili strategik moliyaviy qarorlar asosida moliyaviy faoliyatni amalga oshirish yo‘nalishlari, shakllari va metodlarining muqobil variantlarini qidirib topish, umumiy moliyaviy strategiyani shu asosda qurish uchun eng yaxshisini tanlash va uni samarali amalga oshirish mexanizmini shakllantirishda namoyon bo‘ladi. Muqobillik butun korxona strategik boshqaruv tizimida muhim farq qiluvchi xususiyatlar inobatga olingan bo‘ladi va strategik moliyaviy to‘plamning barcha elementlari - moliyaviy maqsadlar, moliyaviy faoliyatning alohida ko‘rinishlari, moliyaviy resurslar shakllanish manbalari, moliyaviy boshqaruv stili va

mentalitetlari bilan bog‘langan. Moliyaviy faoliyatda texnologik rivojlanish natijalaridan doimiy foydalanishni ta’minlash tamoyili moliyaviy strategiyani shakllantirishda korxonaning bozordagi raqobat pozisiyasi o‘sishini ta’minlovchi texnologik yangiliklarni joriy etish orqali moliyaviy faoliyatning bosh mexanizmlarini ishlab chiqishni anglatadi. Shuning uchun korxonaning umumiy strategik rivojlanish maqsadlarini amalga oshirish texnologik rivojlanish natijalaridan tezkorlik bilan foydalanishga sezilarli darajada bog‘liq bo‘lib, texnologik rivojlanish natijalari jarayonni yengillashtiradi.

Strategik moliyaviy qarorlar qabul qilish jarayonida moliyaviy risklar darajasini hisobga olish tamoyili moliyaviy strategiyani shakllantirish jarayonida qabul qilinadigan barcha asosiy moliyaviy qarorlar amaliy jihatdan turli darajada moliyaviy risklar bilan bog‘langanligini hisobga olishni o‘zida aks ettiradi. Bu bog‘liqlikni, birinchi navbatda, moliyaviy faoliyat yo‘nalishlari va shakllarini tanlash, moliyaviy resurslarni shakllantirish, moliyaviy faoliyatni boshqarishning yangi tashkiliy tuzilmalarini joriy etishda ko‘rishimiz mumkin. Xususan, moliyaviy risklarning yuqori darajasi foiz stavkalari tebranish davri va inflyasiyaning o‘sish davrlarida ko‘tariladi. Moliyaviy menejerlarning turli xil mentalitetlari bilan bog‘liq ravishda xar bir korxonada moliyaviy strategiyani ishlab chiqish jarayonida moliyaviy risklarga yo‘l qo‘yish darajasiga nisbatan aniq differensial (tabaqalashgan) parametrlar o‘rnatilishi lozim. Bunda belgilanadigan parametrlar yo‘l qo‘yilayotgan risklarning yuzaga chiqishi natijasida kurilishi mumkin bo‘lgan zararlarni kamaytirish maqsadida chora-tadbirlarni o‘zida mujassam etadi. Moliyaviy strategiyani amalga oshirish jarayonini moliyaviy menejerlar professional apparatiga yo‘naltirish tamoyili korxona moliyaviy strategiyasi alohida parametrlarini ishlab chiqishga, uni amalga oshirishga maxsus tayyorlangan mutaxassislar - moliyaviy menejerlar jalb qilinishi lozimligini anglatadi. Bunday menejerlar strategik boshqaruvning asosiy tamoyillari, moliyaviy faoliyatning alohida jihatlarini boshqarish mexanizmlari bilan tanish bo‘lishlari, moliyaviy kontrolling metodlarini egallagan bo‘lishlari lozim.

Tayanch so‘z va iboralar

Moliyaviy qarorlar, moliyaviy strategiya, strategik moliyaviy tahlil, moliyaviy muhit.

Nazorat uchun savollar

1. *Moliyaviy strategiyani belgilash orqali moliyaviy qarorlar qabul qilishni tashkil etishni mohiyati.*
2. *Korporativ tuzilmalarda moliyaviy qarorlar qabul qilishning dominant sohalari tavsifini tushuntiring.*

Test topshiriqlari

1. Strategik moliyaviy tahlilning snw-tahlil metodida tahlil qilinadigan tomonlar?

A. Korxonaning neytral, kuchli va zaif tomonlari
B. Korxonaning siyosiy, ijtimoiy, iqtisodiy va texnik tomonlari
C. Korxonaning kuchli, siyosiy va ijtimoiy tomonlari
D. Korxonaning zaif, ojiz tomonlari va oldidagi to‘siqlar

2. Strategik moliyaviy tahlil mohiyati:

A. Korxonani kelajakda rivojlantirish xususiyatlari va yo‘nalishlaridan kelib chiqqan holda korxona moliyaviy faoliyatini amalga oshirishning samaradorligiga ichki va tashqi omillar ta’siri
B. Korxonani moliyaviy tahlil qilishning har bir strategik dominant sohalari kesimida moliyaviy barqarorlikka erishish asoslarini o‘rganish
C. Korxona moliyaviy faoliyati sohasida strategik maqsadlarining asosiy elementlarini ishlab chiqish strategik moliyaviy tahlil natijalari
D. Moliyaviy tahlil faqat o‘tgan hisobot davri bo‘yicha amalga oshirilishi sababli bunday tushuncha mavjud emas

3. Korxonada strategik moliyaviy qarorlar qabul qilishda moliyaviy siyosat turlari keltirilgan javobni belgilang.

A. Konservativ, agressiv, mo‘tadil
B. Agressiv, soliq, import siyosati

C. Ijtimoiy, iqtisodiy, moliyaviy
D. Iqtisodiy, ekologik, investitsiya siyosatlari

4. Korxonada yuzaga keladigan samarali turi bo‘yicha strategik maqsadlar tasniflanishi to‘g‘ri ko‘rsatilgan javobni belgilang.
A. Korxona moliyaviy strategiyasining iqtisodiy va noiqtisodiy maqsadlari
B. Korxona moliyaviy strategiyasining asosiy maqsadlari
C. Korxona moliyaviy strategiyasining samarali maqsadlari
D. Korxona moliyaviy strategiyasining innovatsion maqsadlari

5. Davlat va korporativ moliyaviy strategiya o‘zaro bog‘liqligini ko‘rsating.
A. Davlat moliyaviy strategiyasidan kelib chiqqan holda korporativ moliyaviy strategiya ishlab chiqiladi
B. O‘zaro bog‘liqlik mavjud emas
C. Korporativ strategiyaga mos ravishda davlat strategiyasi ishlab chiqiladi
D. Davlat miqyosida moliyaviy strategiya mavjud emas

6. Moliyaviy strategiyani baholash ko‘rsatkichlari keltirilgan javobni belgilang.
A. Korxona moliyaviy strategiyasining bazaviy korporativ strategiya bilan ichki, tashqi moliyaviy o‘zgarishlarga, iqtisodiy samaradorligi, risklar darajasi bilan muvofiqligi
B. Korxonada soliq qarzdorligining umumiy foydaga nisbati, soliq yuki darajasi
C. Moliyaviy menejmentning ichki moliyaviy imkoniyatlarga muvofiqligi
D. Korxona moliyaviy strategiyasining risklar bilan bog‘liqlik darajasi

7. Korporativ moliyaviy xavfsizlik darajasi qaysi ko‘rsatkichlar asosida belgilanadi?
A. To‘lovga layoqatlilik va moliyaviy barqarorlik darajasi hamda pul oqimlarining tenglik va sinxronligi
B. Soliqlarning yig‘iluvchanlik darajasi

C. Qayta moliyalashlash stavkasi va inflyatsiya
D. Byudjet defitsiti va davlatning tashqi qarzlari darajasi

8. PEST qisqartma so‘zining tavsifi to‘g‘ri keltirilgan javobni belgilang

A. siyosiy-huquqiy, iqtisodiy, ijtimoiy-madaniy, texnologik muhit
B. ijtimoiy, hududiy mehnat taqsimoti
C. iqtisodiy-ijtimoiy va madaniy muhit
D. moliyaviy-investitsion, ekologik muhit

9. Swot qisqartma so‘zining tavsifi to‘g‘ri keltirilgan javobni belgilang.

A. Korxonaning kuchli va kuchsiz tomonlari, imkoniyatlari va korxonaga yuzaga kelishi mumkin bo‘ladigan tahdidlarni tahlil qilishni nazarda tutadi
B. Faqatgina korxonaning kuchli va kuchsiz tomonlarini tahlil qilishni anglatadi
C. Korxonaning ichki va tashqi imkoniyatlari tahlilini nazarda tutadi
D. Korxona faoliyatini mahalliy hokimiyat tomonidan rag‘batlantirish yo‘nalishlari tahlilini anglatadi

10. Korxonada strategik moliyaviy qarorlar qabul qilishda moliyaviy siyosat turlari keltirilgan javobni belgilang.

A. Konservativ, agressiv, mo‘tadil siyosat
B. Ssuda siyosati, import siyosati
C. Ijtimoiy siyosat
D. Korxona moliyaviy siyosati

VI BOB. MOLIYAVIY REJALASHTIRISH VA BUDJETLASHTIRISH

6.1. Korxonalarda moliyaviy rejalashtirishning maqsad va vazifalari.
6.2. Moliyaviy rejalashtirishni amalga oshirish bosqichlari.
6.3. Korporativ tuzilmalarda moliyaviy rejalashtirish metodlari.
6.4. Moliyaviy rejalashtirish turlari va prinsiplari. Moliyaviy prognozlashtirish va uning ahamiyati.

6.1. Korxonalarda moliyaviy rejalashtirishning maqsad va vazifalari

Moliyaviy rejalashtirish - bu biznes o‘z strategik maqsadlari va vazifalariga qanday erishish mumkinligini aniqlash vazifasi. Odatda, kompaniya ko‘rish va maqsadlar qo‘yilgandan so‘ng darhol Moliyaviy rejani tuzadi. Moliyaviy rejada ushbu maqsadlarga erishish uchun zarur bo‘lgan har bir faoliyat, resurslar, jihozlar va materiallar, shuningdek, tegishli muddatlar tavsiflanadi.

Moliyaviy rejalashtirish "moliyaviy boshqaruvning barcha rejalarini oldindan dasturlash va ushbu rejalarni korxonaning operatsion rejalari bilan birlashtirish va muvofiqlashtirish" deb ta’riflangan. Biznesning moliyaviy talablari va moliyaviy oqibatlari bo‘lmagan har qanday jihati deyarli yo‘q. Moliyaviy rejalashtirish mablag‘larning manbalari va ulardan foydalanish bilan bog‘liq.

Korxonada bu talablar va oqibatlarni birlashtiradigan, ko‘rib chiqadigan, tahlil qiladigan, sharhlaydigan va rejalashtiradigan kimdir bo‘lishi kerak. Bularning barchasini amalga oshiradigan shaxs - bu korxonaning moliya bo‘yicha bosh direktori; u qanday nom bilan atalishidan qati nazar.

1. Moliyaviy rejalashtirish quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

1. Kompaniyaning operatsion dasturini bajarish uchun zarur bo‘lgan moliyaviy resurslarni aniqlash.

2. Ushbu talablarning qancha qismini kompaniya ichida mablag‘lar ishlab chiqarish orqali qondirish va qanchasini kompaniya tashqarisidan olish kerakligini ishlab chiqish.

3. Zarur bo‘lgan mablag‘larni tashqi manbalardan olishning eng yaxshi rejalarini ishlab chiqish.

4. Mablag‘larni taqsimlash va ulardan foydalanishni tartibga solish uchun moliyaviy nazorat tizimini yaratish va qo‘llab-quvvatlash.

5. Mahsulot-xarajat-foyda o‘rtasidagi eng samarali munosabatlarni ta’minlash dasturini shakllantirish.

6. Barcha operatsiyalarning moliyaviy natijalarini tahlil qilish.

7. Ushbu tahlil qilingan faktlar haqida korxonaning yuqori rahbariyatiga xabar berish.

8. Kelajakdagi operatsiyalarga oid tavsiyalar berish.

2. Moliyaviy rejalashtirishga bo‘lgan ehtiyoj. Moliyaviy rejalashtirish muhim moliyaviy jarayondir. Moliyaviy rejalarning barcha jihatlari - qisqa muddatli, o‘rta muddatli va uzoq muddatli - biznes konsernining daromad olish qobiliyati, rentabelligi va to‘lov qobiliyatiga ta’sir qiladi.

Ratsional moliyaviy rejalashtirish muvaffaqiyatli biznesning kalitidir. Bugungi kunda korxonaning murakkab tabiatini hisobga olgan holda, menejment moliyaviy rejalashtirishga katta e’tibor beradi. Har qanday korporativ tashkilotning muvaffaqiyati va rivojlanishi uchun mavjud resurslardan maqbul tarzda foydalanish va imkon qadar kapitalni noto‘g‘ri ishlatmaslik kerak. Bu hozirgi va kelajakdagi kapitalga bo‘lgan talablarni to‘g‘ri baholash moliyaviy rejalashtirish orqali amalga oshirilgandagina mumkin. Ushbu hisob-kitoblarda ratsionallik ko‘proq; ortiqcha kapital yoki yetarli bo‘lmagan kapital muammolari imkoniyatlari kamroq bo‘ladi.

Tarix shuni ko‘rsatadiki, o‘tgan yillardagi ko‘plab biznes tashvishlari faqat moliyaviy rejalashtirish noto‘g‘ri bo‘lganligi sababli muvaffaqiyatsizlikka uchradi. Noto‘g‘ri rejalashtirish kapital talablarining to‘g‘ri hisoblanishini ta’minlamaydi. Natijada, yoki konsern ehtiyojga ko‘ra yetarli mablag‘lardan foydalanmaydi yoki juda ko‘p mablag‘lardan foydalanadi, bu mablag‘larning noto‘g‘ri ishlatilishiga, isrof qilinishiga olib keladi. Ikkala holatda ham konsernning rentabelligi salbiy ta’sir qiladi. Xuddi shunday, moliyaviy rejalashtirish ham kapital tuzilmasini loyihalashda qo‘llanma bo‘lib xizmat qiladi. Har xil qimmatli

qog‘ozlarning talab qilinadigan kapitalning umumiy miqdoridagi nisbati, ulushi to‘g‘risida qaror qabul qilishda moliya rahbari kapitalning qiymati minimal bo‘lgan kapital tuzilishini hisobga olishi kerak, bunda qo‘shimcha xavf yo‘q. Hatto bu boradagi ozgina defolt ham uzoq muddatda tashvish uchun halokatli bo‘lishi mumkin.

Biznesning muvaffaqiyati ko‘p jihatdan har tomonlama moliyaviy rejalashtirishga bog‘liq. Rag‘batlantirish, kelajakdagi kengayish va rivojlanish bilan bog‘liq barcha rejalar faqat moliyaviy rejalashtirishning to‘g‘riligiga bog‘liq. Umuman olganda, moliyaviy rejalashtirishning zarurati va ahamiyati quyidagi omillarga bog‘liq:

- ➔ biznesni muvaffaqiyatli ilgari surish;
- ➔ butun kompaniyaning muvaffaqiyati;
- ➔ iqtisod va operatsiyalarni muvofiqlashtirish
- ➔ kapitalni saqlash;
- ➔ biznesni kengaytirish va rivojlantirish;
- ➔ narxlar darajasining o‘zgarishi;
- ➔ biznesda yetarli likvidlik.

Yuqoridagi munozaralardan xulosa qilish mumkinki, moliyaviy rejalashtirish turli xil rejalarni muvaffaqiyatli amalga oshirishning ajralmas vositasi bo‘lib, rag‘batlantirishdan tortib to kengaytirish va rivojlantirish dasturlarigacha, shuningdek, tadbirkorlik subektining turli faoliyatining iqtisodiy operatsiyalari uchun qo‘l keladi.

Yana bir afzallik investitsiya qilingan kapitalning adolatli va adekvat daromadliligi shaklida bo‘ladi. J.Betti ta’kidlaganidek - biznesda yetarli miqdordagi naqd pul va uning doimiy oqimlari muhim ahamiyatga ega. Tadbirkorlik korxonasi har doim o‘z majburiyatlarini bajarish imkoniyatiga ega bo‘lishi kerak, xoh u kengayish bo‘ladimi, xoh raqobat muhiti bo‘ladimi, yangi mahsulot ishlab chiqarish yoki modernizatsiya masalasi bo‘ladimi korxona moliyaga muhtoj va tegishli moliyani o‘z vaqtida tartibga solish uchun moliyaviy rejalashtirish juda muhimdir.

3. Moliyaviy rejalashtirishning vazifalari. Moliyaviy rejalashtirishning asosiy maqsadlari quyidagilardan iborat:

- Biznes uchun yetarli mablag‘lar bilan ta’minlash, ular optimal nuqtaga qadar ishlatilishi mumkin.

- Xavfni o‘z zimmasiga olishga tayyor bo‘lgan investorlarni hisobga olgan holda, kapital qiymati minimal bo‘lgan vaqtda mablag‘larni yig‘ish.

- O‘zgaruvchan sharoitlarda kapital tarkibiga tuzatish kiritish uchun rejalashtirishda moslashuvchanlikni ta’minlash.

- Moliyaviy rejani korxon umumiy rejasining maqsadlariga muvofiq soddalashtirish.

Ushbu maqsadlar standart bo‘lib, ular asosida moliyaviy qarorlarni baholash mumkin. Qaysi obekt muhimroq va qaysi biri kamroq ahamiyatga ega bo‘lishi haqiqiy sharoitlarga bog‘liq. Moliyaviy reja vaqti-vaqti bilan baholanishi kerak, shunda uning asosiy maqsadlarida muvozanat saqlanib qoladi.

4. Aniq moliyaviy rejaning xususiyatlari. Korxonaning moliyaviy rejasi puxta ishlab chiqilishi kerak, chunki biznes maqsadlariga erishish va uning uzoq muddatli muvaffaqiyati boshqa omillar qatori moliyaviy rejaga ham bog‘liq. Moliyaviy rejaning asosiy prinsipi bir tomondan tadbirkorlik faoliyati uchun yetarli mablag‘ning mavjudligi va boshqa tomondan mavjud mablag‘lardan unumli foydalana bilish ham kerak.

6.2. Moliyaviy rejalashtirishni amalga oshirish bosqichlari

Moliyaviy rejalashtirish, boshqa har qanday turdagi xususan, birinchidan, korxona va uning tarkibiy bo‘linmalarining kelajagini belgilash, ikkinchidan, korxona faoliyatining kutilayotgan natijalarini loyihalash va uchinchidan, kerakli natijalarga erishish uchun usul va vositalarni tanlash va harakatlar ketma-ketligini aniqlash. Moliyaviy rejalashtirishning maqsadi ishlab chiqarishni kengaytirish, byudjet, banklar va boshqalar oldidagi moliyaviy-kredit majburiyatlarini bajarish, ijtimoiy muammolarni hal etish uchun moliyalashtirishni ta’minlaydigan miqdorda korxonaning moliyaviy resurslarga bo‘lgan umumiy ehtiyojini aniqlashdan iborat. Moliyaviy rejalashtirishni quyidagi asosiy bosqichlarini keltirib o‘tish maqsadga muvofiqdir:

• korxonalar faoliyatining moliyaviy hisobotlarini o‘rganish;

• operativ rejalarning o‘zgarishi asosida moliyaviy hisobotlarning prognoz variantlarini ishlab chiqish;

• o‘z reja topshiriqlarining bajarilishini ta’minlash uchun korxonaning moliyaviy resurslarga bo‘lgan aniq extiyojlarini aniqlash;

• korxonada moliyalashtirish resurslari va ularning tarkibiy tuzilishini prognozlash;

• korxonalar moliyasini boshqarish tizimini yuzaga keltirish va uni rag‘batlantirish;

• ishlab chiqilgan rejalarni tezlik bilan o‘zgartirish tartibini yaratish.

Moliyaviy rejalashtirishdan ko‘zlangan maqsad - moliyaviy resurslarning, kapital va zahiralarning kutiladigan xajmlarini moliyaviy ko‘rsatkichlarini prognozlash asosida aniqlashdan iborat. Moliyaviy rejalashtirishning muhim jihati uning strategiyasi, ya’ni korxonalarining daromad va xarajatlar markazlarini aniqlashdir. Xo‘jalik subyektining daromad markazi unga maksimal foyda keltiruvchi bo‘linmasi hisoblanadi. Xarajatlar markaziga xo‘jalik subyektining kam rentabelli yoki umuman notijorat bo‘lgan, lekin umumiy ishlab chiqarish jarayonida muhim rol o‘ynovchi bo‘linmalar ham kiradi. Masalan, G‘arb davlatlaridagi ko‘plab korxonalar «saksonga yigirma» qoidasiga rioya qiladilar, ya’ni 20% kapital sarfi 80% daromad keltirishi shart. Demak, qolgan 80% kapital quyilma, faqat 20% foyda keltiradi.

Moliyaviy rejalarni tuzish jarayoni asosan uch bosqichda olib borilishiga ham alohida e’tibor qaratamiz:

Birinchi bosqich - o‘tgan bazis yilida erishilgan barcha iqtisodiy ko‘rsatkichlar bo‘yicha, masalan, ishlab chiqarish rejasi, mahsulot realizasiyasi, tannarx, asosiy va oborot fondlaridan foydalanish darajasi va shu kabilar bo‘yicha chuqur iqtisodiy taxlil qilinadi. Iqtisodiy tahlil jarayoniga daromadlarning ko‘paytirish yo‘llari, moliyaviy resurslardan oqilona foydalanish yo‘llari va chora ko‘rildi hamda shular asosida xomaki hisoblar hal qilinadi.

Ikkinchi bosqichda - birinchi bosqichdagi ma’lumotlarga asoslanib, daromad va xarajatlarning konkret turlari bo‘yicha moliyaviy hisob-kitoblar qilinadi. Ma’lumki, moliyaviy ko‘rsatkichlar sinoptik xarakterga

egadir, ular butun ishlab chiqarish faoliyatining moliyaviy yakunlarini ko‘rsatadi. Dastlab, shu ko‘rsatkichlarga asoslanib ishlab chiqarishning o‘sishi yuzasidan xulosalar qilinadi va shu asosda moliyaviy ko‘rsatkichlarni o‘sishi hisob-kitob qilinadi.

Uchinchi bosqichda - daromadlar va xarajatlar tenglashtiriladi, iqtisodiy tahlil jarayonida daromadlar va xarajatlarni o‘sish yoki kamayish tendensiyasi aniqlanadi.

Moliyaviy rejalashtirish jarayonida quyidagi usullardan foydalaniladi: balans, normativ, koeffisiyent, iqtisodiy tahlil va boshqalar. O‘zaro uzviy bog‘liqlikda barcha moliya rejalari yig‘indisi moliya rejalari tizimi deb yuritiladi. Bu moliya rejalari tizimi mintaqalarda, hududlarda pul mablag‘larni taqsimlashni, pul fondlarini tashkil etish va ulardan foydalanishni, takror ishlab chiqarish jarayonida moliyaning alohida oraliqlari o‘rnining ifodalanishini o‘z ichiga oladi. Moliyaviy rejalashtirish jarayonida bir necha xil rejalar tuziladi.

6.3. Korporativ tuzilmalarda moliyaviy rejalashtirish metodlari

Rejalashtirish metodlari - rejalashtirilgan hisob-kitoblarning o‘ziga xos usullari hisoblanadi. Moliyaviy natijalarni rejalashtirish bir necha usullar yordamida amalga oshiriladi.

Iqtisodiy tahlil usuli tabiiy va tannarx ko‘rsatkichlari harakatining asosiy qonuniyatlarini, tendentsiyalarini, korxonaning ichki zaxiralarini aniqlash imkonini beradi. Bu usul turli ko‘rsatkichlar dinamikasini ma’lum vaqt oralig‘ida (bir necha oy, yil) o‘rganishda qo‘llaniladi.

Normativ usulning mohiyati shundan iboratki, avvaldan belgilangan normalar va texnik-iqtisodiy me’yorlar asosida xo‘jalik yurituvchi subektning moliyaviy resurslarga va ularning manbalariga bo‘lgan ehtiyoji hisoblab chiqiladi. Bunday standartlar soliq va yig‘imlarning stavkalari, amortizatsiya stavkalari va boshqalardir. Xo‘jalik yurituvchi subektning bevosita korxonada ishlab chiqiladigan va u tomonidan ishlab chiqarish-xo‘jalik faoliyatini tartibga solish, moliyaviy resurslardan foydalanishni nazorat qilish va boshqa maqsadlarda qo‘llaniladigan standartlari ham mavjud.

Kapitalni samarali investitsiyalash maqsadlari. Moliyaviy rejalashtirishning me’yoriy usuli eng ko‘p qo‘llaniladigan usullardan biridir. Shuning uchun har bir korxonaning dolzarb muammosi moliyaviy resurslarni shakllantirish va ulardan foydalanishning iqtisodiy asoslangan me’yorlarini ishlab chiqish va ularga korxonaning barcha bo‘linmalari tomonidan rioya etilishi ustidan nazoratni tashkil etishdir.

Mablag‘larga bo‘lajak ehtiyojni aniqlash uchun balans usulidan foydalanish kelajakda ma’lum bir sanaga balansning asosiy moddalari bo‘yicha tushum va xarajatlar prognoziga asoslanadi. Bundan tashqari, sanani tanlashga katta ta’sir ko‘rsatish kerak: u korxonaning normal ishlashi davriga to‘g‘ri kelishi kerak.

Pul oqimlari usuli moliyaviy rejalarni tayyorlashda universal bo‘lib, zarur moliyaviy resurslarni olish hajmi va vaqtini bashorat qilish vositasi bo‘lib xizmat qiladi. Pul oqimini bashorat qilish nazariyasi ma’lum bir sanada kutilayotgan mablag‘lar tushumiga va barcha xarajatlarni byudjetlashtirishga asoslanadi. Bu usul balans usulidan ko‘ra ko‘proq ma’lumot beradi.

Ko‘p o‘lchovli hisob-kitoblar usuli rejalashtirilgan hisob-kitoblarning muqobil variantlarini ishlab chiqishdan iborat bo‘lib, ulardan optimalini tanlash uchun, tanlash mezonlari boshqacha belgilanishi mumkin. Masalan, bir ssenariyda ishlab chiqarishning davom etayotgan pasayishi, inflyatsiya va milliy valyutaning zaiflashuvi, boshqasida esa foiz stavkalarining oshishi va natijada jahon iqtisodiyoti o‘sishining sekinlashishi va mahsulot narxining pasayishi bunga misol bo‘ladi.

Iqtisodiy va matematik modellashtirish usullari moliyaviy ko‘rsatkichlar va ularni belgilovchi asosiy omillar o‘rtasidagi munosabatlarning yaqinligini miqdoriy jihatdan ifodalash imkonini beradi. Iqtisodiy va matematik modellashtirishdan foydalanganda shuni yodda tutish kerakki, qisqa tadqiqot davri (oy, chorak) umumiy qonuniyatlarni aniqlashga imkon bermaydi. Bundan tashqari, juda uzoq vaqt olish mumkin emas, chunki har qanday iqtisodiy rejalashtirish beqaror va uzoq vaqt davomida o‘zgarishi mumkin. Amalda uzoq muddatli rejalashtirish uchun oxirgi 3-5 yildagi yillik moliyaviy

ko‘rsatkichlardan, joriy rejalashtirish uchun esa 1-2 yil uchun choraklik ma’lumotlardan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Har bir korxonaning maqsadi yakuniy natija prognozga imkon qadar yaqin bo‘lishi uchun moliyaviy rejalashtirishning maqbul usullarini tanlashdan iboratdir.

Bunga qo‘shimcha ravishda moliyaviy rejalashtirishda boshqa usullar qo‘llaniladi:

- rejalashtirish usuli. U investitsiya loyihasining biznes-rejasini ishlab chiqishda qo‘llaniladi va rejalashtirilgan ishlarning ketma-ketligini, ishning boshlanish va tugash vaqtini aks ettiradi. Loyihani amalga oshirishning kalendar rejasi Gantt diagrammasida ko‘rsatilgan, bu ishlarning turlari va ularni amalga oshirish vaqti bo‘yicha grafik ko‘rinishidir. Rejalashtirish usullari PERT usuli va kritik yo‘l usulini ham o‘z ichiga oladi;

- simulyatsiya modellashtirish usuli – eksperimental tahlil orqali kompaniyalarning murakkab muammolarini hal qila oladigan kompyuter modelini yozishga asoslangan. Bundan tashqari, ekspert baholash usuli ostida umumlashtirilgan juda ko‘p subektiv rejalashtirish usullari mavjud.

Ekspert baholash usuli ma’lum bir jarayonning kelajakdagi holati to‘g‘risida mutaxassislarning subektiv fikrlarini umumlashtirishni nazarda tutadi. Ekspert baholash usullariga quyidagilar kiradi:

- ssenariylar;
- “intervyu” usuli;
- tahliliy hisobotlar;
- “komissiya” usuli;
- “aqliy hujum” usuli;
- Delphi usuli.

Moliyaviy rejalashtirishning mavjud usullarini ko‘rib chiqib, xulosa qilishimiz mumkinki, bir qator usullar prognozlarning to‘g‘riligida kamchiliklarga ega, bir qator usullar murakkab yoki qo‘llash uchun yuqori xarajatlidir. Biroq, foydalanish amaliyotida eng ananaviy - bu byudjetlashtirish usuli.

Moliyaviy rejalashtirishning nazariy asoslarini o‘rganib chiqib, shunday xulosaga kelish mumkinki, korxona hayotini rejalashtirishsiz amalga oshirish mumkin emas. Har qanday korxonani tashkil etishda uning faoliyatining maqsad va vazifalarini aniqlash zarur, bu esa uzoq muddatli rejalashtirishni belgilaydi. Moliyaviy rejalashtirish korxona faoliyatining eng muhim jihatlarini qamrab oladi; moddiy, mehnat va moliyaviy resurslarni shakllantirish va ulardan foydalanish ustidan zarur dastlabki nazoratni ta’minlaydi, korxonaning moliyaviy holatini yaxshilash uchun zarur shart-sharoitlarni yaratadi.

6.4. Moliyaviy rejalashtirish turlari va prinsiplari. Moliyaviy prognozlashtirish va uning ahamiyati

Amaliyotda moliyaviy rejalashtirish olib borilishi ikki asosiy turda amalga oshiriladi: strategik va joriy moliyaviy rejalashtirish. Strategik moliyaviy rejalashtirish o‘z ifodasini strategik moliyaviy rejalarda topadiki, u tashqi va ichki muhitda o‘zgarayotgan xo‘jalik yuritish subyekti moliyaviy taraqqiyotining ko‘p variantli bashoratidan iboratdir.

Strategik moliyaviy reja, hech bo‘lmaganda, quyidagi savollarga aniq javob bermog‘i lozim: xo‘jalik yurituvchi subyekt uchun talab qilinadigan kapitalning o‘lchami qanday, u qaysi manbalar hisobidan va qanday muddatlarda jalb qilinadi, bu kapitaldan qanday qilib foydalaniladi, o‘z kuchiga ishongan holda xo‘jalik yurituvchi subyekt rivojlanishi mumkinmi?

O‘z navbatida, joriy moliyaviy rejalashtirishning asosiy funksiyalari quyidagilardan iborat:

- ishlab chiqarish, investision, marketing, ilmiy-loyihaviy va qidiruv faoliyatlarini hamda sotsial loyihalarni amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan moliyaviy resurslarning hajmi va ularning manbalarini aniqlash;
- mahsulotni realizasiya qilish
- tannarxini rejalashtirish;
- pul oqimlarini rejalashtirish;
- butun xo‘jalik yurituvchi subyekt doirasida foydani rejalashtirish (bashoratlash);

- investisiyalarning daromadliligini rejalashtirish.

Ma’lum bir muddatni qamrab olishiga qarab, moliyaviy rejalar quyida ikki guruhga bo‘linishi mumkin:

Uzoq va qisqa muddatli moliyaviy rejalar bir-birlaridan nafaqat o‘zining qamrab olish gorizonti bo‘yicha, balki rejalashtirish maqsadlariga ko‘ra ham farqlanadi. Agar uzoq muddatli moliyaviy rejalarning (rejalashtirishning) bosh maqsadi moliyaviy barqarorlik nuqtai-nazaridan korxona kengayishining yo‘l qo‘yilishi mumkin bo‘lgan suratlarini aniqlash bo‘lsa, qisqa muddatli moliyaviy rejalarning (rejalashtirishning) bosh maqsadi korxonaning doimiy to‘lovga qobilligini ta’minlashdir.

Umuman olganda, moliyaviy rejalarning ko‘rsatkichlari davlatning moliyaviy ahvolini tahlil qilish uchun boshlang‘ich material hisoblanadi, istiqboldagi (istiqbol uchun) rejalashtirishning informasion asosi bo‘lib xizmat qiladi. Moliyaviy rejalar tizimi moliyaviy resurslar manbalarining (jismoniy va yuridik shaxslar daromadlari) tarkibiy tuzilishidagi o‘zgarishlarning obyektiv ravishda o‘zaro bog‘liqligi va uzoq muddatli tendensiyalarini, shuningdek kelajakda bu tendensiyalar rivojlanishiniga ta’sir ko‘rsatishi mumkin bo‘lgan omillarni aniqlashga imkon beradi.

Moliyaviy rejalashtirishni moliyaviy bashoratlashsiz tasavvur etib bo‘lmaydi. U yoki bu davr mobaynida davlatning mumkin bo‘lgan moliyaviy ahvolini (holatini) oldindan ko‘ra bilish va moliyaviy rejalarning ko‘rsatkichlarini asoslashga moliyaviy bashoratlash deyiladi. Nazariya va amaliyotda moliyaviy bashoratlash ikkiga ajratiladi:

- o‘rta muddatli (5-10 yillik) moliyaviy bashoratlash;
- uzoq muddatli (10 yildan ortiq) moliyaviy bashoratlash.

Moliyaviy bashoratlash moliyaviy rejalarni tuzish bosqichidan oldin sodir bo‘ladi. Unda jamiyatning ma’lum bir davrdagi taraqqiyotiga bag‘ishlangan moliyaviy siyosatning konsepsiyasi ishlab chiqiladi. Moliyaviy bashoratlashning bosh maqsadi bashoratlanayotgan davrda haqiqatda mavjud bo‘lishi mumkin bo‘lgan moliyaviy resurslarning real hajmi, ularni shakllantirish manbalari va ulardan foydalanishni aniqlashdan iborat. Moliyaviy bashoratlar moliya tizimi organlariga moliya tizimini rivojlantirish va takomillashtirishning, moliyaviy

siyosatni amalga oshirish shakllari va metodlarining turli-tuman variantlarini belgilashga imkon beradi. Shu ma’noda, moliyaviy bashoratlar moliyaviy siyosatni ishlab chiqishning zaruriy elementi va bir vaqtning o‘zida muhim bosqichi bo‘lib hisoblanadi. Ular yordamida moliya tizimining barcha subyektlari oldida turgan ijtimoiy-iqtisodiy vazifalarni yechishning turli variantlari ishlab chiqiladi. Demak, korxonalarda istiqbolli moliyaviy rejalashtirish jarayonlarini ishlab chiqishda bashoratlash tizimiga, xoh makroiqtisodiy xoh mikroiqtisodiy nuqtai nazardan alohida e’tiborni qaratish lozim.

Korxonalarda korporativ moliyaviy rejalashtirishni tashkil etishda asosiy e’tiborli jihatlardan biri, uning uslubiy asoslari va tamoyillarini to‘g‘ri o‘rganish hisoblanadi. Ushbu mavzuimiz doirasida moliyaviy rejalashtirishning asosiy xususiyatlarini tadqiq etamiz.

Rejalashtirish har qanday tashkilotda istalgan maqsadlarga erishish uchun zarurdir. Anana va taxminlarga asoslanib, ko‘plab tashkilotlar rejalashtirishning turli usullarini qo‘llashadi. Ananaviy tashkilot markazlashtirilgan rejalashtirishni shakllantirishi mumkin, liberal tashkilot esa markazlashtirilmagan rejalashtirishni qabul qilishi mumkin. Xuddi shunday, zamonaviy tashkilot kompozit rejalashtirishni shakllantirishi mumkin. Rejalashtirish usullarining asosiy maqsadi tashkilotning barcha a’zolari tomonidan qabul qilingan samarali korporativ rejalarni ishlab chiqishdir. Yuqoridan pastga rejalashtirish usulida yuqori darajadagi menejerlar rejalashtirishning barcha jihatlarida bevosita ishtirok etadilar. Ular tashkilotning maqsadlari, dasturlari, siyosatlari, harakat rejalari va strategiyalarini ishlab chiqadilar. Keyin tuzilgan rejalar amalga oshirish uchun ierarxiya bo‘yicha quyi darajadagi menejerlarga yetkaziladi. Ushbu usulda o‘rta va quyi bo‘g‘in menejerlari rejani shakllantirishda rol o‘ynamaydi. Biroq, ular yuqori boshqaruvning ko‘rsatmalariga asoslanib, ijro etishda rol o‘ynaydi.

Strategik rejalashtirish va tezkor qaror o‘rtasidagi bog‘liqlik - korxona strategiyasidagi birinchi raqamli masaladir. Strategik rejalashtirish strategik rejalashtirishning o‘zi uchungina emas, balki uning holati aniq bir qarorlarga o‘tkazilish xususiyatiga ega bo‘lishligi

uchun qabul qilinishi kerak. Samarali rejalashtirish talablariga javob beradigan esa strategiya va tezkorlik o‘rtasidagi bog‘liqlikdir[12].

Strategik rejalashtirish, ushbu konkret korxona oldiga qo‘yilgan, maqsad va vazifalarga erishish uchun mo‘ljallangan, maxsus vazifalar strategiyalar ishlab chiqish uchun, korxona rahbariyati tomonidan qo‘llaniladigan xatti-harakatlar va qarorlar tizimini o‘zida aks ettiradi. Korxona raxbariyati boshqaruv qarorlarini qabul qilayotganda ushbu qarorlar uchun dastak sifatida strategik rejalashtirishdan foydalanadi. Strategik rejalashtirish jarayoni doirasida to‘rt asosiy boshqaruv faoliyatini ajratish mumkin:

- tashkiliy strategik ko‘ra bilish;
- ichki muvofiqlashtirish;
- resurslarni taqsimlash;
- tashqi muhitga moslashish.

Strategik rejalashtirish korxonaning bosh maqsadlarini, shuningdek, ularga erishish yo‘llarini o‘zida aks ettiradi. Qo‘yilgan maqsad va strategik rejalashtirish bir ma’noni anglatmaydi. Strategik rejalashtirish korxonaning real imkoniyatlaridan kelib chiqishi zarur. U korxona rivojlanishini bashoratlash, investisiya siyosatini takomillashtirish, tashqi muhitga moslashish kabi yo‘nalishlarga yo‘nalgan.

Korxona rivojlanishini bashoratlash. Strategik rejalashtirishni amalga oshirayotganda rahbariyat kelgusi rivojlanish bashoratini olmog‘i kerak. Olingan bashorat korxonaning qaysi yo‘nalishda xarakatlanayotgani va ma’lum ma’nodagi iqtisodiy ko‘rsatkichlarda qanday natijalarga erishilishi haqida taassurotlar beradi.

Ichki bo‘linmalarning o‘zaro mvofiqligini tashkil etish. Strategik faoliyatning ichki bo‘linmalar o‘zaro muvofiqligi, ichki operasiyalarning samarali integrasiyasiga erishish maqsadida korxonaning kuchli va kuchsiz tomonlarini aks ettirish uchun, o‘zida namoyon etadi.

Tashqi muhitga moslashish. Moslashish korxonaning tashqi muhit bilan o‘zaro aloqasi bo‘yicha strategik rejalashtirishdagi barcha

[12] Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. - М.: Финансы и статистика, 2007. 91-бет.

harakatlarini qamrab oladi. Korxona tashqi muhitning ijobiy va salbiy hodisalari kabi barcha to‘qnashuvlarga tayyor bo‘lishi zarur. Istalgan vaziyatlarda o‘zini tutish qoidasini ishlab chiqish kerak bo‘ladi. Shuningdek, ancha takomillashgan ishlab chiqarish tizimini ishlab chiqish orqali qulay shart-sharoitlar yaratish, davlat organlari va umuman jamoat bilan o‘zaro munosabatlarni yaxshilash zarur bo‘ladi. Strategik rejalashtirish o‘zida, korxona oldiga qo‘yilgan vazifalar ijrosini amalga oshirishga yo‘naltirilgan batafsil, har tomonlama kompleks rejalashtirishni namoyon etadi. Strategik rivojlanishning asosiy yo‘nalishlari korxona rahbariyatiga tushunarli bo‘lishi va axborot bilan qurollanishda ular tomonidan qabul qilinishi zarur. Aynan rahbariyat strategiya ishlab chiqilishiga javob bersa, shu bilan bir vaqtda uning ijrosi jamoa zimmasiga tushadi. Prognozlash, moliyaviy siyosatni amalga oshirishlar paydo bo‘layotgan sharoitlarni yaxshilab o‘rganib va ko‘rib chiqishga imkon yaratadi, ichki va tashqi sharoitlarni inobatga olgan holda tahlil qilib, sanoat korxonalarini moliyalashtirish va bozor sharoitida faoliyatini mustahkamlashga kelajakda moliyaviy strategiyani aniqlashga imkon beradi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida sanoat korxonalari taraqqiyoti sharoitlarini tashkil etishda boshlang‘ich bo‘lib - prognozlashtirish (yoki istiqbolni belgilash) maydonga chiqadi. U o‘z ichiga quyidagilarni oladi:

Birinchidan, aksiya kursini, qurilishga berilgan litsenziyalari buyurtmalarini xajmini, asbob uskunalarni yetkazib berish kabi bozor ko‘rsatkichlarni sinchiklab kuzatish. Tegishli statistik qatorlar ko‘pincha umum iqtisodiy o‘zgarishlar to‘g‘risida ogohlantiradi.

Ikkinchidan, prognozlashtirish modellarining har biri iqtisod sohasining u yoki bu tomonini ilmiy tavsifini bergan holda foydalanishni mo‘ljallaydi. Model ichiga dinamik ko‘rsatkichlar ham kiritiladi, shu qatorda fiskal amaliyotida yuz berishi ehtimoli mumkin bo‘lgan o‘zgarishlar ham e’tiborga olinadi. Natija bo‘lib, kelgusi yilga iqtisodiy o‘sish, mehnat va kapital bozorlarning ahvolini prognozi bo‘lishi kerak. Konyunkturaviy prognoz baholari siyosatchilarga kerak bo‘lgani kabi, tadbirkorlar uchun investisiyalar, mahsulotni ishlab chiqarish hajmi va boshqa ko‘rsatkichlar to‘g‘risida mo‘ljal bo‘la oladi.

Prognozlashtirishga to‘sqinlik qiluvchi omillardan biri iqtisodiy siyosatning mafkuralashtirishdir. Moliyaviy rejalashtirish jarayoni iqtisodiy ko‘rsatkichlardan foydalanish orqali amalga oshiriladi.

Tayanch so‘z va iboralar

Moliyaviy rejalashtirish, biznes-reja, byudjetlashtirish, moliyaviy prognozlashtirish

Nazorat uchun savollar

1. *Moliyaviy rejalashtirishning asosiy obyektlariga nimalar kiradi?*
2. *Korxonalarda daromad miqdoriga ta’sir etuvchi omillarni aniqlang*
3. *Davlatning makroiqtisodiy rivojlanish ko‘rsatkichlariga nimalar kiradi?*

VII BOB. KORXONA PUL OQIMLARINI BOSHQARISH

7.1. Korxona pul mablag‘lari harakatini boshqarish maqsad va vazifalari.
7.2. Korxonalarda faoliyat turlari bo‘yicha pul oqimlari harakatini boshqarish.
7.3. Korxonalarda pul fondlarini shakllantirish masalalari.
7.4. Amortizasiya fondi va undan samarali foydalanish yo‘llari.

7.1. Korxona pul mablag‘lari harakatini boshqarish maqsad va vazifalari

Zamonaviy bozorda pul oqimlarini boshqarish mavzusining dolzarbligi muhim bo'lib qolmoqda. Barqaror foyda har qanday korxonaning to'g‘ri ishlashi va rivojlanishiga, shuningdek barqaror moliyaviy holatga hissa qo'shadigan asosiy manbadir. Tadqiqotchilarning fikriga ko'ra, pul oqimlari "xo'jalik yurituvchi sub'ektga tegishli bo'lgan va uning samaradorligi, moliyaviy barqarorligi, to'lov qobiliyati, likvidligi va imidjini ta’minlaydigan pul mablag‘lari miqdori" sifatida ta’riflanishi mumkin. Boshqacha qilib aytganda, bu korxona faoliyati natijasida hosil bo'ladigan tushumlar va to'lovlar to'plami, vaqt o'tishi bilan pulning dinamik harakati.

Moliyaviy tadqiqotlar sohasida pul oqimlarini boshqarishning asosiy maqsadiga katta e'tibor beriladi. Avvalo, pul oqimi ko'p jihatdan korxonaning barcha xo'jalik faoliyatining ta’sir qiluvchi omili va natijasidir. Korxonani samarali tashkil etilgan moliyalashtirish uning iqtisodiy holatining eng muhim belgilaridan biridir. Bundan tashqari, uni umuman biznes ko'rsatkichlarining foydalari va yuqori natijalariga erishish uchun zarur shart deb hisoblash mumkin.

Pul oqimlarining oqilona shakllanishi korxonada har qanday yangi siyosatni amalga oshirish jarayoniga yordam beradi. Daromadni to'plash va zarur to'lovlarni amalga oshirmaslik bir qancha faoliyatga, jumladan, xom-ashyo sotib olishga salbiy ta’sir qiladi. Bundan tashqari, korxonaning moliyaviy holati mehnat unumdorligi darajasiga jiddiy

ta’sir qiladi. Shu sababli, tadqiqotchilarning ta’kidlashicha, har qanday faoliyat "pul sarflashni talab qiladi va yetarli moliyaviy oqimlarni ta’minlaydigan tarzda amalga oshirilishi kerak". Pul oqimlarini faol va samarali boshqarish orqali korxonaning ichki manbalardan hosil bo'ladigan moliyaviy resurslaridan yanada oqilona va tejamkor foydalanishni ta’minlash mumkin.

Shu sababli, korxonaning rivojlanish sur'atlarining tashqi investitsiyalarga bog‘liqligini kamaytirish osonroq bo'ladi. Salbiy pul oqimlari noqulay moliyaviy salomatlikni ko'rsatadi va mumkin bo'lgan investorlarni qaytaradi, bunda, aksincha, qoniqarli pul oqimlari stavkalari korxonaning bozordagi mavqeini tasdiqlaydi va ta’minlaydi. Shu sababli, barqaror moliyaviy holatni ta’minlash orqali korxonaning to'liq xarajatlarini to'lash qobiliyatiga ko'proq kafolatlar yaratiladi.

Bundan tashqari, korxonaning moliyaviy holatini baholashda pul oqimi omilini hisobga olish kerak, chunki bu korxona kapital aylanmasini tezlashtirishni kafolatlaydigan muhim moliyaviy vositadir. Samarali boshqaruv orqali pul oqimini rivojlantirish orqali korxona vaqt o'tishi bilan olingan foyda miqdorini oshirishi mumkin. Boshqaruv jarayonida naqd pul tushumlari va to'lovlarini to'g‘ri sinxronlashtirishga erishish mumkin, bu uzoq muddatda bankrotlik omilini bartaraf qiladi va tahlilchilar tomonidan ko'rib chiqiladigan yana bir hal qiluvchi omil hisoblanadi. Kelajakda mumkin bo'lgan daromadlar va to'lovlarni bashorat qilish analitik jadvallar shaklida amalga oshirilishi mumkin. Sof pul oqimlari sonini tahlil qilgandan so'ng, korxonada pul mablag‘larini boshqarishni optimallashtirish uchun zarur choralarni ko'rish kerak, chunki bu holda mutaxassis korxonaning moliyaviy holati haqida to'liq tasavvurga ega bo'ladi. Bundan tashqari, ko‘pgina xo‘jalik muomalalari pul mablag‘larining kirimi yoki chiqimiga bevosita yoki bilvosita ta’sir etadi. Jumladan, naqd pul mablag‘lari hisobining samarali bo‘lishi albatta maxsus nazorat bo‘lishini taqozo etadi.

Yuqorida iqtisodchi olimlar pul va pul mablag‘lari to‘g‘risida o‘z qarashlarini namoyon qilgan. Ammo bu olimlar pul mablag‘larini boshqarish xususiyatlariga bir tomonlama nazar tashlagan. Ushbu iqtisodchi olimlarning bildirgan fikr-mulohazalari to‘liq va yetarlicha

deb bo‘lmaydi. Ayniqsa, ushbu bildirilgan fikrlar respublikamiz korxonalari uchun pul mablag‘larini boshqarish bo‘yicha nazariy bilimilarni to‘liq asoslab bera olmaydi. Shu sababli, ushbu bildirilgan fikr-mulohazalardan kelib chiqib pul mablag‘lari oqimini boshqarishning nazariy asoslariga o‘z ilmiy izlanishlarimiz natijalaridan kelib chiqib quyidagi mulohazalarimizni bildirib o‘tmoqchimiz: xo‘jalik tarmog‘ida pul mablag‘lari harakatining o‘ziga xos xususiyatlari mavjud bo‘lib, ularni nazariy va amaliy asoslarini belgilashda ushbu xususiyatlarni inobatga olish lozim. Masalan, ba’zi korxonalarda mahsulot ishlab chiqarish jarayoni mavsumiyligi hamda shu asnoda pul mablag‘larining harakatida ham mavsumiylik bo‘lishi kutiladi.

Shu sababli, pul mablag‘lari deb kassadagi naqd pul va talab qilib olinadigan depozitlar, shuningdek, bankning hisob-kitob, valyuta va boshqa pulli hisob va raqamlaridagi mablag‘lari tushunilishi lozim, deb hisoblaymiz.

Korxonalarda pul mablag‘larining hisob-kitobini to‘g‘ri tashkil etish bilan bir qatorda, uni to‘g‘ri va oqilona boshqarish ham muhim hisoblanadi. Chunki korxonada pul mablag‘larining harakati bir tekis davom etmasligi korxonaning pul mablag‘lariga bo‘lgan extiyojlari ta’minotiga va ularni oqilona boshqarishga o‘z ta’sirini o‘tkazadi. Bunday sharoitda korxonalarda pul mablag‘larini boshqarishning yangi usullarini ishlab chiqishni talab etadi. Bizningcha, bu usullarni yaratish quyidagi uch maqsadga erishish imkoniyatini beradi:

- naqd pullar kelishining tezligini oshirish;
- o‘tgan majburiyatlar bo‘yicha to‘lovni amalga oshirish kerakligi va uning muddati (vaqti)ni qisqartirish;
- kiritilgan naqd pul mablag‘laridan maksimal foydalanish.

Korxona rahbari va iqtisodchilari uchun eng dolzarb muammo - eng past qoldiq hajmidagi naqd pul mablag‘larini milliy va chet el valyutasida tartibga solish bo‘lib, buning natijasida quyidagilarni amalga oshirish mumkin bo‘lardi:

- mol yetkazib beruvchi va pudratchilarga bo‘lgan majburiyatlarni o‘z vaqtida to‘lash, mahsulot qiymatidan ularga berilgan qoldiq huquqlaridan foydalanishga ruxsat berish;

• doimiy ravishda to‘lov tartibini o‘zida ushlab turish;

• ko‘zda tutilmagan xarajatlarni to‘lash, savdo faoliyati jarayonidagi yuzaga kelgan xarajatlarni to‘lash.

Pul mablag‘lari ko’rinishidagi aktivlar belgilanishini iqtisodchi olim Dj. M. Keyns fikriga ko‘ra ikki asosiy sababi aniqlanadi:

1. Turg‘unlik - pul mablag‘lari joriy operasiyalar bajarilishi uchun foydalaniladi; pul mablag‘lari oqimining kirimi va chiqimi o‘rtasida har doim vaqt bo‘yicha bo‘shliq bo‘lishi va buning natijasida bo‘sh pul mablag‘larini hisob-kitob raqamida yig‘ilib qolishi;

2. Ehtiyotkorlik - korxonaning faoliyati qat’iy tartibga solingan xususiyatni o‘zida mujassam etmaydi, shuning uchun ham pul mablag‘lari ko‘zda tutilmagan to‘lovlarni qoplashga kerak bo‘ladi[13].

Aksariyat rivojlangan davlatlarda 1990 yillargacha "Firmaning moliyaviy holatidagi o‘zgarishlar haqidagi hisobot" shakli amal qilib keldi. Lekin ushbu hisobot shakli ham firmaning pul mablag‘lari harakatini yetarli darajada ifodalab bera olmadi.

7.2. Korxonalarda faoliyat turlari bo‘yicha pul oqimlari harakatini boshqarish

Biznes subyektlarining moliyaviy resurslaridan samarali foydalanishda pul oqimlarini to‘g‘ri rejalashtirish va boshqarish alohida ahamiyatga ega. Amaliyotda pul oqimlari tadbirkorlik subyektining bir yil davomidagi barcha sarflangan va kirim qilingan pul mablag‘larining harakatini ifodalaydi. Subyektning “pul oqimlari” tushunchasi o‘zida faoliyatining uzluksizligi jarayoni davomida pul mablag‘lari tushumi va chiqimining taqsimlanish yig‘indisini aks etiradi. Subyektlarning pul oqimlari tushunchasi moliyaviy boshqaruvning alohida obyekti sifatida nafaqat mahalliy, balki xorijiy adabiyotlarda ham moliyaviy boshqaruv bo‘yicha yetarli darajada o‘z aksini topmagan. Bu pul oqimlarining asosiy tarkibida pul aktivlarini boshqarish, moliyaviy resurslarni shakllantirishni boshqarish va bankrotlik xavfi sharoitida inqirozga qarshi subyektlarning boshqaruvi masalalari ko‘rib chiqiladi. Unga

[13] Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Гелиос АРВ, 2002.

shuningdek, moliyaviy hisobotlar, pul mablag‘larining harakat dinamikasini tasvirlovchi buxgalterya hisobini yuritish kabi hisob turlari kiradi. Pul oqimlarini to‘g‘ri rejalashtirish va boshqarish nisbatan murakkab vazifa bo‘lib, u endigina amaliyotga kirib kelmoqda. Shuningdek, moliyaviy hisobotining shakllaridan biri ham “pul oqimlari to‘g‘risida”dir.

Biznes subyektlarining pul oqimlaridan unumli foydalanish quyidagi vazifalarni yechishga yordam beradi:

- u tadbirkorlik subyektining “moliyaviy qon aylanish tizimi” bo‘lib, samarali tashkil etilganda moliyaviy barqarorlikni ta’minlaydi;
- pul oqimlarini oqilona shakllantirish xo‘jalik operasion faoliyatining bir maromda va doimiy amal qilishini ta’minlaydi;
- pul oqimlarini samarali boshqarish qarz mablag‘lariga bo‘lgan ehtiyojlarni qisqartiradi;
- pul oqimlarini boshqarishning faol tizimiga ega bo‘lish o‘z mablag‘laridan samarali foydalanishni, ichki moliyaviy manbalarni shakllantirishni ta’minlaydi;
- pul oqimlarini to‘g‘ri boshqarish xo‘jalik kapitalining aylanishini tezlashtiruvchi moliyaviy dastak hisoblanadi;
- pul oqimlaridan samarali foydalanish tadbirkorlik subyektining to‘lov qobiliyatini oshiradi va maqsadli foyda miqdoriga erishishga yordam beradi;
- pul oqimlarini samarali boshqarish shakllariga ega bo‘lish, qo‘shimcha foyda olishni, bevosita pul aktivlari bo‘yicha ijobiy natijalarga erishishni ta’minlaydi.

Tadbirkorlik subyektlari “pul oqimlarini boshqarish” tushunchasi o‘zida xo‘jalik faoliyati uchun xizmat qiluvchi turli shakldagi pul oqimlari tarkibini aks ettiradi. Buning mohiyatini pul oqimlarini boshqarishda ularning alohida xususiyatlariga qarab aniqlash talab etiladi. Bunday pul oqimlarini guruhlashtirishni quyidagi asosiy belgilari bo‘yicha tashkil qilish taklif qilinadi.

1. Pul oqimlari xo‘jalik faoliyatiga xizmat qilish jarayonlarining hajmi bo‘yicha quyidagi shakllarga ajratiladi:

korxona bo‘yicha to‘liq pul oqimlari;

korxona xo‘jalik faoliyatining alohida shakllari bo‘yicha pul oqimlari;

alohida tarkibiy tuzilmalari (javobgarlik markazlari) bo‘yicha pul oqimlari;

alohida xo‘jalik operasiyalari bo‘yicha pul oqimlari.

2. Xalqaro hisob standartlariga mos ravishda xo‘jalik faoliyatining shakllari bo‘yicha pul oqimlarining turlari quyidagilarga ajratiladi:

operasion faoliyat bo‘yicha pul oqimlari; investisiya faoliyati bo‘yicha pul oqimlari; moliyaviy faoliyat bo‘yicha pul oqimlari.

3. Korxonada pul mablag‘lari harakat yo‘nalishlari bo‘yicha pul oqimlari ikki asosiy shaklga ajratiladi:

ijobiy pul oqimlari;

salbiy pul oqimlari.

4. Hajmini hisoblash usullari bo‘yicha pul oqimlari quyidagi shakllarga ajratiladi:

yalpi pul oqimlari; sof pul oqimlari.

5. Hajmining yetarlilik darajasi bo‘yicha pul oqimlari quyidagi shakllarga ajratiladi:

pul oqimlarining yetarliligi; pul oqimlarining yetishmasligi (defisitligi).

6. Pul oqimlari davrda baholash usullari bo‘yicha quyidagi shakllarga ajratiladi:

joriy pul oqimlari; kelgusidagi pul oqimlari.

7. Pul oqimlari ko‘riladigan davrda shakllantirilishining uzluksizligi bo‘yicha quyidagi shakllarga ajratiladi:

doimiy pul oqimlari; vaqtinchalik pul oqimlari.

8. Doimiy pul oqimlari vaqt oralig‘ing barqarorligi bo‘yicha quyidagi shakllarga ajratiladi:

doimiy pul oqimlarining bir xil vaqtdagi oralig‘i;

doimiy pul oqimlarining har xil vaqtdagi oralig‘i.

Tadbirkorlik subyektlarining pul oqimlari operasion faoliyat, moliyaviy faoliyat va investision faoliyat natijasida shakllanadigan pul oqimlaridan iborat bo‘ladi. Operasion faoliyat bo‘yicha pul oqimlari mol yetkazib beruvchilarga to‘lanadigan schetlar, ishchilarga mehnat haqi

xarajatlari va mehnatga haq to‘lash fondidan ijtimoiy ajratmalar, asosiy vositalarning eskirishi, turli ish va xizmatlar uchun to‘langan pul mablag‘lari, foiz ko‘rinishidagi xarajatlar, ishlab chiqarish xususiyatidagi boshqa xarajatlar, xo‘jalikni boshqarish xarajatlari, mahsulotni sotish xarajatlari va boshqa operasion xarajatlar, byudjetga turli soliqlar ko‘rinishidagi chiqimlar hamda mahsulot sotishdan olingan, ish va xizmatlar ko‘rsatishdan kelib tushgan tushum, royalti, foiz ko‘rinishidagi tushumlar va operasion faoliyat bilan bog‘liq boshqa pul tushumlarini aks ettiradi.

Investision faoliyat bo‘yicha pul oqimlari kichik biznes subyektlarining ishlab chiqarishga sarflagan real investisiyalari va ortiqcha asosiy vositalarni sotish, boshqa subyektlarning aksiyalarini xarid qilishi va sotishi, shuningdek investisiya xususiyatiga ega bo‘lgan boshqa moliyaviy manbalar.

7.3. Korxonalarda pul fondlarini shakllantirish masalalari

Har qanday korxonaning iqtisodiy rivojlanishi va moliyaviy mustahkamligini ta’minlash, zaruriy pul oqimlari bilan ta’minlangandagina muvaffaqiyatli amalga oshirilishi mumkin. Shuning uchun ham korxonalar moliyasini samarali tashkil etishning asosiy yo’nalishlaridan biri bu, pul oqimlaridan oqilona foydalanish va ularni moliyalashtirish manbalarini optimallashtirish hisoblanadi.

Korxonalar har doim o'z bizneslarini rivojlantirish uchun moliyalashtirish manbalarini qidiradilar. Moliyalashtirish, shuningdek, maqsadli moliyalashtirish deb dastur, loyiha yoki ehtiyojni moliyalashtirish uchun resurslarni qo'shish harakatini ifodalaydi. Moliyalashtirish qisqa muddatli yoki uzoq muddatli maqsadlarda boshlanishi mumkin. Turli xil moliyalashtirish manbalariga quyidagilar kiradi:

1. Yig‘ilib qolgan oylik maoshlari. Korxonalar mahsulotni sotish yoki xizmatlarni mahsulot ishlab chiqarish xarajatlaridan yuqori narxga ko'rsatish orqali maksimal foyda olishni maqsad qiladi. Bu har qanday korxona uchun eng ibtidoiy moliyalashtirish manbai. Foyda olgandan so'ng, korxona olingan kapitalni nima qilish va uni qanday qilib samarali

taqsimlash to'g‘risida qaror qabul qiladi. Taqsimlanmagan foyda aktsiyadorlarga dividendlar sifatida taqsimlanishi mumkin yoki korxona aksiyalarni qaytarib sotib olish kampaniyasini boshlash orqali muomaladagi aksiyalar sonini kamaytirishi mumkin. Shu bilan bir qatorda, korxona pulni yangi loyihaga, masalan, yangi zavod qurishga yoki qo'shma korxona yaratish uchun boshqa korxonalar bilan hamkorlik qilishga investitsiya qilishi mumkin.

2. Qarz kapitali. Korxonalar qarz mablag‘larini bank kreditlari orqali xususiy ravishda olishadi. Ular, shuningdek, aholiga qarz berish orqali yangi mablag‘lar olishlari mumkin. Qarzni moliyalashtirishda emitent (qarz oluvchi) korporativ obligatsiyalar yoki veksellar kabi qarzli qimmatli qog‘ozlarni chiqaradi. Qarz masalalari, shuningdek, obligatsiyalar, ijara va ipotekalarni o'z ichiga oladi. Qarz chiqarishni boshlagan korxonalar qarz oluvchilardir, chunki ular qimmatli qog‘ozlarni muayyan faoliyatni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan naqd pulga almashtiradilar. Keyinchalik korxonalar qarzni (asosiy qarz va foizlar) belgilangan qarzni to'lash jadvaliga va chiqarilgan qarz qimmatli qog‘ozlari asosidagi shartnomalarga muvofiq to'laydilar. Qarz orqali qarz olishning kamchiliklari shundaki, qarz oluvchilar foizlarni to'lashlari, shuningdek, asosiy qarzni o'z vaqtida to'lashlari kerak. Aks holda, qarz oluvchi bankrot bo'lishi mumkin.

3. O'z kapitali. Korxonalar aksiyalarni sotib olgandan so'ng aksiyadorlarga aylangan investorlarga chiqarilgan aksiyalar shaklida korxonadagi mutanosib egalik ulushi evaziga aholidan mablag‘ jalb qilishlari mumkin. Shu bilan bir qatorda, korxona yoki direktorlar tarmog‘ida loyihaga yoki pul kerak bo'lgan joyga sarmoya kiritishga tayyor bo'lgan yuridik shaxslar yoki jismoniy shaxslar mavjud bo'lsa, xususiy kapitalni moliyalashtirish variant bo'lishi mumkin. Qarz kapitalini moliyalashtirish bilan solishtirganda, kapitalni moliyalashtirish qarz oluvchiga foizlarni to'lashni talab qilmaydi. Biroq, aksiyadorlik kapitalini moliyalashtirishning bir kamchiliklari uzoq muddatda barcha aktsiyadorlar o'rtasida foydani taqsimlashdir. Eng muhimi, aktsiyadorlar korxona ko'proq aktsiyalarni sotgunga qadar uning egalik nazoratini susaytiradi.

Korxonalarda pul oqimlarini boshqarishni shakllantirishning asosiy yo‘llari:

- pul mablag‘laridan oqilona foydalanish va boshqarishning nazariy va amaliy bilimlarni takomillashtirish va bu boradagi xorijiy davlatlar amaliyotini keng o‘rganish.
- pul oqimlarini tashkil etuvchi har bir elementni samarali va aniq boshqarish.
- pul oqimlarini samarali boshqarish jarayoniga ta’sir etuvchi omillarni oldindan aniqlash va ularni oldini olish chora-tadbirlarini ishlab chiqish.

Korxonalarda korporativ boshqaruv tizimini takomillashtirish, bu boradagi bilim va tajribalarimizni oshirish, chet el korporativ boshqarish uslubiyatlaridan keng foydalanish.

Pul mablag‘larini korxona barqaror moliyaviy manbalari hisobidan to‘ldirish.

Mehnat va tabiiy resurslarini teng taqsimlanmaganligini e’tiborga olib, ulardan samarali va tejab foydalanish hisobiga mahsulot tannarxini pasaytirish. Mahsulotlarni sotish va o‘zaro hisob-kitob muddatlarini qisqartirish.

Pul oqimlari aylanish tezligini oshirishga erishish chora-tadbirlarini ishlab chiqish.

Pul mablag‘larini samarali boshqarishni takomillashtirish korxona moliyaviy-iqtisodiy xolatini yaxshilashga, korxonalarda moliyaviy munosabatlarni rivojlanishiga, o’z majburiyatlarini vaqtida bajarishga ijobiy ta’sir etadi deb o’ylaymiz.

Korxonalar moliyasini samarali boshqarishning yana bir asosiy e’tiborli jihati shundaki, korxonalarda realizatsiya yoki boshqa harajatlarini optimallashtirsh bo‘lib hisoblanadi.

Korxonalarda harajatlarini optimallashtirish ularning iqtisodiy barqarorligini ta’minlashda asosiy ko’rsatkich bo‘lib ishtirok etadi. Bunday tadbirlarni amalga oshirishda korxonalarda harajatlarni minimallashtirish strategiyasini ishlab chiqish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Xarajatlarni minimallashtirish strategiyasini qo‘llaganda korxonalar mahsulot narxini kamaytirish evaziga ushbu turdagi mahsulot

bozorining katta ulushini egallashi mumkin. Ushbu strategiyani amalga oshiruvchi firma yaxshi tashkil qilingan ishlab chiqarish tizimiga, yaxshi ta’minot tizimiga, zamonaviy texnologiyaga va muhandislik-konstruktorlik bazasiga hamda mahsulot taqsimlashning yaxshi tizimiga ega bo‘lishi kerak. Xo‘jalik yurituvchi subyekt faoliyatining moliyaviy natijalari, xususan foydani aniqlashda sotishdan tushgan sof tushumdan foydalaniladi. Moliyaviy natijalar foydaning quyidagi ko‘rsatkichlari bilan tavsiflanadi:

- mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda, bu sotishdan olingan sof tushum bilan sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi o‘rtasidagi tafovut sifatida aniqlanadi:

YaF= SST - IT,

bunda,

YaF - yalpi foyda;

SST - sotishdan olingan sof tushum;

IT - sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi;

- asosiy faoliyatdan ko‘rilgan foyda, bu mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda bilan davr xarajatlari o‘rtasidagi tafovut va plyus asosiy faoliyatdan ko‘rilgan boshqa daromadlar yoki minus boshqa zararlar sifatida aniqlanadi:

AFF = YaF – DX + BD - BZ,

bunda,

AFF-asosiy faoliyatdan olingan foyda;

DX-davr xarajatlari;

BD-asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar;

BZ-asosiy faoliyatdan ko‘rilgan boshqa zararlar;

- xo‘jalik faoliyatidan olingan foyda (yoki zarar), bu asosiy faoliyatdan olingan foyda summasi plyus moliyaviy faoliyatdan ko‘rilgan daromadlar va minus zararlar sifatida hisoblab chiqiladi:

UF = AFF + MD - MX,

bunda,

UF - umumxo‘jalik faoliyatidan olingan foyda;

MD - moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar;

MX - moliyaviy faoliyat xarajatlari;

- soliq to‘langungacha olingan foyda, u umumxo‘jalik faoliyatidan olingan foyda plyus favqulodda (ko‘zda tutilmagan) vaziyatlardan ko‘rilgan foyda va minus zarar sifatida aniqlanadi:

STF = UF + FP - FZ,

bunda,

STF - soliq to‘langungacha olingan foyda;

FP - favqulodda vaziyatlardan olingan foyda;

FZ - favqulodda vaziyatlardan ko‘rilgan zarar;

- yilning sof foydasi, u soliq to‘langandan keyin xo‘jalik yurituvchi subyekt ixtiyorida qoladi, o‘zida foydadan to‘lanadigan soliqni va minus qonun hujjatlarida nazarda tutilgan boshqa soliqlar va to‘lovlarni chiqarib tashlagan holda soliqlar to‘langunga qadar olingan foydani ifodalaydi:

SF = STF – DS - BS.

7.4. Amortizasiya fondi va undan samarali foydalanish yo‘llari

Asosiy fondlarni takror ishlab chiqarish uchun qilingan xarajatlar amortizasiya fondi yordamida qoplanadi. Amortizasiya mehnat vositalari qiymati yeyilib borishiga qarab, uni asta-sekin ishlab chiqarilgan mahsulotga o‘tkazish va pul shakliga aylantirish hamda asosiy fondlarni, keyinchalik takror ishlab chiqarish maqsadlarida pul resurslarni jamg‘arish jarayonidan iborat.

Eskirish amortizasiyaning dastlabki shart-sharoitidir. Amortizasiya ajratmalari ishlab chiqarish jarayonida harakat qiluvchi asosiy fondlar qiymatining mahsulotga o‘tkazadigan pul shaklidan iborat. Amortizasiya ajratmalarning miqdori asosiy fondlarning pul bahosiga ham bog‘liq. Amortizasiya ajratmalari mahsulot tannarxiga kiritiladi. Mahsulot sotilgandan keyin tushgan mablag‘ning amortizasiya ajratmalariga teng bo‘lgan qismi korxonalarning banklardagi schyotida pul jamg‘armasi shaklida jamg‘ariladi va ularning amortizasiya fondini tashkil etadi.

Amortizasiya normasi amortizasiya ajratmalari summasining asosiy fondning o‘rtacha yillik qiymatiga nisbatan sifatida belgilanadi va foizda ifodalanadi. Amortizasiya normalari mehnat vositalari jismoniy va ma’naviy yeyilishining haqiqiy miqdorini aks ettirishi kerak. Oshirilgan

normalar mahsulot tannarxini sun’iy ravishda oshirib yuboradi, pasaytirilgan normalar esa fondlar yeyilishini qoplashni kechiktiradi va shu tariqa texnika taraqqiyotiga to‘g‘anoq bo‘ladi. Amortizasiya fondi doimo harakatda bo‘ladi. Bir tomondan, u fondlarning har bir doiraviy aylanishidan keyin amortizasiya ajratmalari shaklida pul mablag‘lari hisobiga asta-sekin to‘ldirib boriladi, ikkinchi tomondan, u kamayib boradi, chunki asosiy fondlarni takror ishlab chiqarish asosi bo‘lib hisoblanadi.

Korxonalarda pul oqimlari xarakati bilan quyidagi moliyaviy koeffisiyentlar muhim aloqadorligi mavjud:

$$IRa = \frac{Yalpi\ foyda + Kredit\ uchun\ to'langan\ foizlar}{Aktivlarning\ o'rtacha\ yillik\ qiymati}\ x\ 100$$

$$Qaramlilik\ koeffisiyenti = \frac{Qarz\ mablag'lari}{O'z\ (xususiy)mablag'lari}$$

$$Aylanma\ aktivlarga\ talab = \frac{Aylanma\ aktivlar}{Mahsulot\ sotishdan\ tushgan\ tushum}\ x100$$

$$Qarzlarni\ o'rtacha\ qaytish\ muddati\ (yil) = \frac{Qarz\ mablag'lari}{Taqsimlanmagan\ foyda}$$

$$Uzoq\ muddatli\ aktivlarga\ talab = \frac{Uzoq\ muddatli\ aktivlar}{Mahsulot\ sotishdan\ tushgan\ tushumni\ \ yillik\ o'sishi}$$

Investitsion faoliyatdagi pul oqimlari asosiy kapitalga bo‘lgan talab va uzoq muddatli moliyaviy quyilmalarga ko‘proq bog‘liq bo‘ladi. Moliyaviy faoliyatdagi pul oqimlari passivlardagi qarz mablag‘larining ulushiga, qarzlar bo‘yicha qoplash foizi va kreditlarning o‘rtacha qaytarish muddatiga bog‘liq. Mamlakatimiz mustaqillikka erishganidan keyin barcha sohalar singari iqtisodiy sohasining nazariy jihatini ham xalqaro standartlar darajasiga olib chiqilmoqda.

Lekin aksariyat korxonalarda pul oqimlarini doimiy nazorat qilib borish va bu nazorat iqtisodiy tahlilning zamonaviy ilg‘or usullari

yordamida amalga oshirilishi yo‘lga qo‘yilmagan, natijada korxona yil yakunida qancha sof foydaga erishganini biladi, lekin shu sof foyda tarkibida qanchasi hali undirilmagan, korxonani debitorlik qarzlari, qanchasi kreditorlik qarzlari, yana qanchasi joriy davrda qilinmagan lekin foydadan chegirilgan amortizasiya va boshqa xarajatlar ekanligini va natijada firmaning sof pul mablag‘i qancha ekanligini aniqlashda qiyinchiliklarga duch kelinmoqda. Shuni aytishimiz mumkinki, “Pul oqimlari to‘g‘risida”gi hisobot shaklini boshqa hisobot shakli ma’lumotlatlari bilan uzviy bog‘liqlikda tayyorlash va takdim etish maqsadga muvofiq bo‘lar edi. Xalqaro tajribada «Pul oqimlari to‘g‘risida»gi hisobot shakli 2 xil usulda (egri va to‘g‘ri) tayyorlanib, har ikkala usulda tayyorlangan hisobot shakli ma’lumotlari asosan "Foyda va zararlar" to‘g‘risidagi hisobot shaklidan olinib, ("Foyda va zararlar" to‘g‘risidagi hisobot shakli "Hisoblash" usulida tayyorlanadi) uni "kassa" usuliga keltiriladi.

Tayanch so‘z va iboralar

Pul oqimlari, moliyaviy koeffisiyentlar, amortizasiya fondi, likvidlilik koeffisiyenti, bozor faolligi koeffisiyenti

Nazorat uchun savollar

1. *Pul oqimlari davomiyligini ta’minlash nima?*
2. *Korxonalarda pul resurslari yetishmasligiga ta’sir etuvchi omillar.*
3. *Pul oqimlarini boshqarishda diversifikasiyaning o‘rni.*

Test topshiriqlari

1. Qanday asosiy me’zonlar korxonada aktivlarini boshqarishga bevosita ta’sir etadi?

A. Korxonada resurslarini barqaror moliyaviy manbalar hisobidan yuzaga kelishini boshqarish va korxona manbalariga bo’lgan egiluvchanligini doimiy ta’minotini boshqarish

B. Korxonada ishlab chiqarishni samarali tashkil etish va mehnat samaradorligiga
C. Soha va tizimlar rivojlanishining holati
D. Horijiy davlatlardagi iqtisodiy va siyosiy holat

2. Aylanma mablag‘lar - bu?
A. Korxonada har bir ishlab chiqarish jarayonida joriy operatsiyalarga investitsiya qilinadigan manbalar
B. Kichik korxonadagi barcha moliyaviy-iqtisodiy manbalar
C. Innovatsion faoliyatni amalga oshirishda foydalaniladigan moliyaviy manbalar
D. Investitsion faoliyatni takomillashtirishda foydalaniladigan moliyaviy-iqtisodiy manbalar

3. Aylanma mablag‘lar moliyaviy shakllanish manbalariga ko’ra qanday turlarga ajratiladi?
A. Korxonaning yalpi, sof va o’z aylanma mablag‘lari
B. Tashqi, ichki va me’yori belgilangan aylanma manbalar
C. Me’yori belgilanmagan va ichki aylanma manbalar
D. Yalpi aylanma foyda

4. O’z aylanma mablag‘lari bilan ta’minlanganlik koeffitsienti korxonada qanday hisoblanadi?
A. O’z mablag‘lari manbalari - uzoq muddatli aktivlar / balans jami
B. Jami aktivlar + uzoq muddatli aktivlar / balans jami
C. Uzoq muddatli aktivlar - o’z mablag‘lari manbalari / balans jami
D. Uzoq muddatli aktivlar + o’z mablag‘lari manbalari / balans passiv qismi

5. Korxona aylanma aktivlari tarkibi?
A. Tayyor mahsulot, tmz, debitorlik qarzlari, pul mablag‘lari

B. Asosiy vositalar, tmz, debitorlik qarzlari va boshqa aktivlar

C. Tayyor mahsulot, tmz, debitorlik qarzlari, bino inshootlar

D. Mualliflik huquqlari, tayyor mahsulot, tmz, debitorlik qarzlari

6. Aylanma mablag‘larni rentabelligini ifodalovchi Dyupon modelini aniqlang.

A. Roa = Rrp × Ooa

B. Roa = Rrp/ Ooa

C. Roa = Rrp + Ooa/100

*D. Roa = Rrp - Ooa*100*

7. Moliyaviy aktivlarning iqtisodiy mohiyatini anglatuvchi eng muhim xususiyati to‘g‘ri keltirilgan javobni belgilang.

A. Ularning daromad keltirishi

B. Korxonani boshqarish huquqini berishi

C. Qaror qabul qilishda veto qo‘yish huquqini berishi

D. Oldi-sotdi predmeti ekanligi

8. Moliyaviy aktivlarning muhim o‘ziga xos xususiyatlari to‘g‘ri berilgan javobni belgilang.

A. Huquqiy tan olinishi, muomalada bo‘lishi, aniq standartlarga ega bo‘lishi, likvidliligi, riskliligi

B. Erkin oldi-sotdi ob’ekti sifatida bozorda amal qilishi va davlat nazoratida turishi

C. Kutiladigan daromad miqdorini har doim ham aniq belgilash imkonining mavjud emasligi va oldi-sotdi ob’ekti ekanligi

D. Qonunchilik bilan belgilangan majburiy rekvizitlarga egaligi, doimo egasiga foyda keltirishi, risklilik darajasi yuqoriligi

9. Moliyaviy aktivlarni baholash ularning qaysi jihatlari bo‘yicha amalga oshiriladi?

A. Haqiqiy qiymatini, daromadliligini va risklilik darajasini baholash bo‘yicha

B. Moliya bozoridagi mavjud talabni va taklifni baholash bo‘yicha

C. Muomalaga chiqarilgan moliyaviy aktivlarning o‘rtacha nominalini va haqiqiy bahosini aniqlash orqali

D. Moliyaviy aktivlarning amal qilish ko‘lami va doirasini aniqlash orqali

10. Joriy aktivlarning tarkibini ko’rsating.

A. TMZ, tugallanmagan ishlab chiqarish, debitorlik qarzlari, pul mablag‘lari va boshqa aktivlar

B. Asosiy vositalar, gudvill, tugallanmagan ishlab chiqarish

C. Bino inshootlar, tayyor mahsulotlar

Debitorlik qarzlari, pul mablag‘lari va asosiy vositalar

VIII BOB. KAPITALNI VA MOLIYAVIY TA’MINOT JARAYONINI BOSHQARISH

8.1. Korxonalar faoliyatini moliyalashtirish manbalari va ulardan foydalanish.

8.2.Moliyaviy ta’minot jarayonida kapitalning optimal tarkibini belgilash.

8.3.Xususiy kapital qiymati va uni aniqlash.

8.4. Korxona qarz kapitali qiymati va uni aniqlash.

8.5. Moliyaviy leveridj koeffisiyenti va moliyaviy tayanch samaradorligi.

8.1. Korxonalar faoliyatini moliyalashtirish manbalari va ulardan foydalanish

Xo’jalik yuritish subyekting moliyaviy resurslari, bu uning ixtiyoriga bo’lgan pul mablag‘laridir. Moliyaviy resurslar ishlab chiqarishni (xizmat ko’rsatishni) rivojlantirish, no ishlab chiqarish obyektlarini saqlash va rivojlantirish, iste’mol uchun sarflanishi va shu bilan birga zaxirada qolishi mumkin.

Moliyaviy resurslar bir qator manbaalar xisobidan tashkil topadi. Mulkchilik shakli bo’yicha manbaalar ikki guruxga bo’linadi: **xususiy pul mablag‘lari va boshqalarniki.**

Xususiy pul mablag‘larining manbai korxona ta’sischilari tomonidan kiritilgan va ishlab topilgan mablag‘laridan tashkil topadi. Ularga quyidagilar kiradi: ustav kapitali, foyda, amortizasiya ajratmasi, xo’jalik subyekti doimiy ixtiyorida bo’lgan kreditor qarzdorlik, qimmatbaho qog‘ozlarni sotishdan tushgan mablag‘lar, qo‘shilgan kapital, mehnat jamoasi a’zolarining hamda yuridik va jismoniy shaxsalarning paychilik va boshqa badallari, davlat yoki kredit muassalari tomonidan berilgan kreditlar va boshqa qarzlar, garov guvoxnomasi, sug‘urta polisini, ya’ni mulkini sotishdan tushgan mablag‘lar, boshqa pul mablag‘lari tushumi.

Ustav fondi. Har qanday xo’jalik yurituvchi sub’ektning xo’jaligining tashkil etilishi asosiy va aylanma mablag‘larni shakllantirishdan boshlanadi, ularning qiymati xo’jalik yurituvchi

subyektning ustavida aks ettiriladi va «Ustav fondi» («Ustav kapitali») deb ataladi. Ustav fondi - bu xo'jalik yurituvchi sub'ekt ta'sischilarining uning hayotiy faoliyatini ta'minlash uchun qo'shgan hissalari yig'indisidir. Uning qiymati ta'sis hujjatlarida belgilangan miqdorga to'g'ri keladi va o'zgarishsiz qoladi. Ustav kapitalini ko'paytirish yoki kamaytirish belgilangan tartibda (masalan, umumiy yig'ilish qarori bilan) faqat xo'jalik yurituvchi subyekt qayta ro'yxatdan o'tkazilgandan keyingina amalga oshirilishi mumkin.

Ustav kapitaliga badallar sifatida binolar, inshootlar, jihozlar, boshqa moddiy boyliklar, qimmatli qog'ozlar, erdan, suvdan va boshqa tabiiy resurslardan foydalanish huquqlari, binolar, inshootlar, uskunalar, boshqa mulkiy huquqlar (shu jumladan intellektual mulk - "nou-xau", ixtirolardan foydalanish huquqi va boshqalar) so'mdagi va xorijiy valyutadagi pul mablag'lari bo'lishi mumkin. Badallarning qiymati xo'jalik yurituvchi sub'yektlar ishtirokchilarining qo'shma qarori bilan so'mda hisoblab chiqiladi va ularning ustav kapitalidagi ulushini tashkil etadi.

Foyda. Xo'jalik yuritish subyektida foyda va daromadning bir butun tizimi ish ko'radi. «Qo'shimcha qiymat» va «Foyda» kategoriyalarning ijtimoiy mazmuni bir-biriga mosdir. «Daromad» va qo'shimcha qiymat kategoriyalarning bir-biridan farqi shundaki daromad mehnat (ish) haqini o'z ichiga oladi.

Xo'jalik subyekti foydasi asosan 3 xil operasiyalardan shakllanadi:

1. Maxsulot realizasiyasidan tushgan tushum orqali.
2. Boshqa realizasiyalar orqali
3. Realizasiya qilinmaydigan jarayonlardan keladigan daromad orqali.

Bu operatsiyalardan tushadigan tushumlar ***balans foydani*** hosil qiladi.

Maxsulot realizasiyasidan keladigan foyda bu operasiyadan tushgan umumiy tushumdan qo'shilgan qiymat solig'i, aksizlarni hamda maxsulot tannarxini ayirib tashlanganiga teng.

Qo'shilgan qiymat solig'i bu alohida soliq turi bo'lib, tannarx ustiga ko'yilgan qo'shimcha qiymatdan olinadigan soliqdir. Qo'shilgan

qiymat solig‘ining yuqori va quyi chegarasi O’zbekiston Respublikasining 2019 yil 30 dekabrda 3 tahrir bilan qabul qilingan “Soliq kodeksi”ning 258 moddasiga asosan belgilanadi.

Aksiz solig‘i bu katta daromad keltiradigan alohida tovarlarga qo’yiladigan soliq turidir. Uning ob’ekti, soliq bazasi, stavkalari, hisoblash va to’lash tartibi O’zbekiston Respublikasining 2019 yil 30 dekabrda 3 tahrir bilan qabul qilingan “Soliq kodeksi”ning XI bo’limiga asosan belgilanadi.

Maxsulot tannarxi deganda maxsulotni ishlab chiqarishga sarflanadigan xarajatlar tushuniladi. Bunday xarajatlarni iqtisodiy mazmuniga qarab qo’yidagi elementarga guruhlash mumkin:

1. Materiallarga sarflanadigan xarajatlar.
2. Mehnat (ish)xaqi xarajatlari.
3. Ijtimoiy ehtiyoj ajratmalari.
4. Boshqa xarajatlar.

Balans foyda – bu umumlashgan foyda hisoblanib, undan soliq va majburiy no’lovlarni ajratib tashlasak sof foyda qoladi.

Sof foydadan foydalanish korxonaning to’liq ixtiyorida bo’ladi. Korxona sof foydadan quyidagi maqsadlarda foydalanishi mumkin:

1. Ishlab chiqarishni kengaytirish maqsadida.
2. Iqtisodiy rag‘batlantirish fondlarini tashkil etish.
3. Turli ijtimoiy, ma’rifiy xamda madaniy sohalarga qilinadigan harajatlar.

Shunga ko’ra bugungi kunda eng ko’p tarqalgan boshqaruv strukturalardan biri bo’lgan aksionerlik jamiyati foydasining taqsimlanishini ko’rib chiqaylik:

- xom ashyolarni sotib olishga ketadigan xarajatlar;
- kmplektlovchi maxsulotlar va yarim fabrikatlar;
- tabiiy xom ashyo;
- materiyallarni kirim qilishda yuqotishlarni e’tiborga oladigan xarajatlar;
- transport xarajatlari;
- o’ramalar, taralarga sarflanadigan xarajatlar va xokazo.

Ba’zida sof foydaning taqsimlanmagan qismi ham bo’lishi mumkin. ***Taqsimlanmagan foyda*** – foydaning jamg‘arilayotganini ifodalaydi va mulkdorlarning qaroriga binoan ustav kapitaliga qo‘shilishi mumkin.

Amartizasiya ajratmasi moliyaviy resurslarning barqaror manbalaridandir. Amortizasiya ajratmasi asosiy fondlar qiymatining maxsulot narxiga o’tishi natijasida shakllanadi va amortizasiya jamg‘armasini hosil qiladi.

Amortizasiya ajratmasi ma’lum tartib va qoida asosida asosiy vositalardan olinadi. Bu ajratma asosiy vositalarning barcha guruhlariga tegishlidir. Amortizasiya ajratmasi bir tekis yoki tezlashgan usulda o’tkazilishi mumkin. Uning quyi va yuqori chegaralari O’zbekiston Respublikasining 2019 yil 30 dekabrda 3 tahrir bilan qabul qilingan “Soliq kodeksi” bilan belgilanadi.

Xo‘jalik subyektining doimiy ixtiyorida bo’lgan kreditor qarzdorlik. Xo’jalik subyektining doimiy ixtiyoridagi kreditorlik qarzdorlik uning moliyaviy resurslarini tashkil qilishda barqaror manba hisoblanadi. Bu eng avvalo ish xaqi bilan bog‘liq bo’lgan byudjetmas fondlarga ajratmalar, to’lanadigan to’lovlar rezervi bo’yicha qarzdorlikdir. Ish haqi bo’yicha qarzdorlik ish haqi yozish bilan uni to’lash orasidagi vaqtga nisbatan hosil bo’ladi. Kelgusida to’lanadigan to’lovlar rezervi ishlovchilarning ta’tillari uchun to’lanadigan xaqlari evaziga hosil bo’ladi. Bu mablag‘lar faqat belgilangan maqsad uchun ishlatilishi kerak. Lekin ular doim xo’jalik subyekti ixtiyorida bo’ladi va qarzdorlikni uzgunga qadar ular ixtiyori bo’yicha boshqariladi.

Qimmatbaho qog‘ozlarni sotishdan tushgan mablag‘lar. Qimmatbaho qog‘ozlar pul xujjatlari hisoblanadi. Ular alohida xujjat yoki hisob raqamidagi yozuv shaklida mavjud bo’lishi mumkin. Ularga aksiyalar, veksellar, gorov guvoxnomasi, sug‘urta polisi va boshqalar kiradi.

Qimmatbaho qog‘ozlarni nominal qiymatidan baland narxlarda sotishdan olinadigan emissiya daromadi **qo‘shilgan kapitalni** shakllantiradi.

Paychilik badali. Pay yoki paychilik badali bu yuridik yoki jismoniy shaxsga birgalikda tadbirkorlik qilish uchun to'lanadigan pul ulushidir. Paychilik badali majburiyatlari cheklangan o'rtoqlik jamiyatlari, aralash korxonalar va qo'shma korxonalar uchun majburiyatdir. Paychilik badali ko'pincha kooperativlarga kirishda ham to'lanishi mumkin. Paychilik badali pul mablag'lari, ashyoviy va moddiy buyumlar, suvdan va boshqa tabiiy resurslardan foydalanish xuquqlari, xo'jalik subyektiga buyumlarni ma'lum muddatga o'tkazish va bu davrda mulk egasi xarajatlariga tovon to'lamaslik xuquqlari, ishlovchilarning ish haqini ma'lum vaqt ichida o'tkazish tarzida to'lanishi mumkin.

Davlat yoki kredit muassalari tomonidan berilgan kreditlar va boshqa qarzlar. Kredit bu pulni yoki tovarni qarzga berishdir. Qreditlar qo'yidagi turga bo'linadi: bank krediti, tijorat krediti, investitsion soliq.

Bank krediti bu bank yoki kredit tashkiloti tomonidan beriladigan ssuda bo'lib, unda uning qaytarilishi vaqti va to'lov foyizlari ko'rsatiladi. Qaytarish vaqtiga qarab kreditlar uzoq muddatli va qisqa muddatli bo'ladi. Qisqa muddatli kredit 1 yilgacha, uzoq muddatli uredit esa 1 yildan uzoq muddatga beriladi. Kreditlar maqsadli bo'ladi. Uning maqsadlariga qarab oborot mablag'larni sotib olish uchun (odatda qisqa muddatli kreditlar) va kapital mablag'lar uchun bo'lishi mumkin (ko'proq uzoq muddatga berilgan kredit). Kreditlarga qo'yiladigan foyizlar harakatdagi qonunlarga asosan mahsulot tannarxiga yoki balans bo'yicha foydaga, yoxud sarf foydaga nisbatan qo'yiladi.

Tijoart krediti bu bir jo'jalik subyektining ikkinchisiga bo'lgan to'lovlar muddatini keyinga qoldirishdir. Tijorat krediti mahsulot yetkazib beruvchi tomonidan xo'jalik subyektiga veksel krediti, firma krediti yoki ochiq hisob raqamlari shaklida, sotib oluvchidan maxsulot yetkazib beruvchiga esa avans shaklida beradi.

Investision soliq krediti bu davlat xokimiyati yoki davlat soliq organlari tomonidan soliq to'lovlari muddatlarini keyinga qoldirish tushuniladi.

Xo’jalik subyekti bank kreditidan tashqari boshqa tashkilotlardan qarz olishi mumkin. Bu ham uzoq va qisqa muddatli bo’ladi.

Pul mablag‘larining boshqa tushimi moliyaviy resurslar manbaalariga yuqoridagidan tashqari pul mablag‘larini qarzning garovga qo’yilgan mulkni sotishdan tushgan tushumlar, ixtiyoriy ravishda xayriya qilish badallari, sug‘urta badallari, sponsorlik badallari kiradi.

Yoqoridagilardan tashqari xo’jalik subyekti faoliyatida zahira (rezerv) kapitali, zahiralar va maqsadli tushumlar shakllanishi mumkin.

Zahira (rezerv) kapitali mol-mulkni qayta baholash chog‘ida hosil bo‘ladigan inflyasiya zahiralarini, shuningdek tekinga olingan mol-mulk qiymatini aks ettiradi. Shu bilan birgalikda qonunchilikda belgilangan tartibda va miqdorda rezerv kapitalini tashkil qiladi. Zahira (rezerv) kapitalini tashkil qilish uning miqdori va tartibi korxona ustavida yozilgan bo‘lishi lozim.

Zahiralar – hisobot yilida korxona tomonidan kelgusi xarajatlar va to‘lovlarni amalga oshirish va ularni ishlab chiqarayotgan mahsulot tannarxiga bir maromda qo‘shib borish uchun ichki imkoniyatlar hisobidan tuziladigan jamg‘armalardir. Ularga dargumon qarzlar bo‘yicha rezervlar, ishchilarga mehnat ta’tili uchun rezervlar, asosiy vositalarni ta’mirlash uchun rezervlar va boshqalar kiradi.

8.1-jadval

Moliyaviy resurslar manbaalari va ulardan foydalanish

№	Moliyaviy resurs manbaalari	Yo’nalishlari						
		Moliyaviy resurslardan foydalanish						
		Kapital		Portfel investisiya	Annuitet	Noishlab chiqarishga investitsiyalar	Iste’ mol xarajatlari	Moliyaviy zaxira
		To’g‘ridan-to’g‘ri	Venchur kapital					
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Foyda	+				+	+	+
2.	Amortizasiya ajratmasi	+				+	+	+

3.	Xo’jalik subyekti doimiy ixtiyorida bo’lgan kreditor qarzdorlik	+	+			+	+	
4.	Qimmatbaho qog‘ozlarni sotiщdan tushgan mablag‘lar		+	+				+
5.	Mehnat jamoasi a’zolarining hamda yuridik va jismoniy shaxsalarning paychilik va boshqa badallari	+				+	+	+
6.	Sug‘urta badali va pensiya fondiga badallar				+			
7.	Kredit va qarzlar	+	+		+	+	+	
8.	Garov guvoxnomasi, sug‘urta polisi (ya’ni mulki)ni sotishdan tushgan mablag‘lar			+				
9.	Boshqa pul mablag‘lar tushumi	+		+		+	+	+

Maqsadli tushumlar – ma’lum bir maqsadlar uchun kelib tushayotgan pul mablag‘lari kiradi. Ularga grant, subsidiya, a’zolik badallari, maqsadli foydalanish uchun soliqlar bo‘yicha imtiyozlar va boshqalar kiradi.

Shakllantirilgan moliyaviy resruslardan to’g‘ri va optimal foydalanish korxonalarning moliyaviy barqarorligini ta’minlaydi. Moliyaviy resurslar manbaalari va ulardan foydalanish yo’nalishlari quyidagi 8.1- jadvalda keltirilgan.

Ishlab chiqarish (xizmat ko’rsatish) jarayonlarini rivojlantirish uchun moliyaviy resurslar pul shaklidagi kapitalni ifodalaydi. Kapital bu moliyaviy resurslarning bir qismidir. Kapital aylanmaga quyilgan va bu orqali daromad keltiradigan puldir.

8.2. Moliyaviy ta’minot jarayonida kapitalning optimal tarkibini belgilash

Pul aylanmasi ularni tadbirkorlikka qo’yish, qarzga berish orqali amalga oshiriladi. Kapital bu o’zini-o’zi ko’paytiradigan boylikdir. Faqat xo’jalik faoliyatiga qo’yilgan kapitalgina foyda keltiradi.

Kapitalning umumiy formulasi qo’yidagicha:

$$\mathbf{P – T – P^1,} \qquad (8.1)$$

bunda:

P – investor tomonidan avans berilgan pul mablag‘lari;

T – Tovar;

P^1 – tovarni sotishdan tushgan, kupaygan pul mablag‘lari.

Keltirilgan formuladan foydalanib investor daromadini tovarni sotishdan tushgan tushumni, tovarni sotib olish uchun investor xarajatlarini aniqlaymiz:

$(P^1 – P)$ - investor daromadi

$(P^1 – T)$ - tovarni sotishdan tushgan tushum;

(P – T) - tovarni sotib olish uchun investor xarajatlari.

Tuzilmaviy jixatdan kapital pul fondlaridan tashkil topgan. Kapital tuzilmasiga, asosiy vositalarga, nomoddiy aktivlarga, aylanma fondlarga, muomala fondlariga sarflangan pul mablag‘lari kiradi.

Korxona o‘z faoliyatini uzluksiz olib borishi uchun mahsulot ishlab chiqarish, ishlarni bajarish va xizmatlarni ko‘rsatishda doimo tovar-moddiy qiymatliklarga ehtiyoj sezadi. Ushbu ehtiyojini qondirish uchun korxona xo‘jalik jarayoni 3 ta faza: ta’minot jarayoni, ishlab chiqarish jarayoni va sotish (realizasiya) jarayonini muntazam ravishda olib boradi.

Ta’minot jarayoni. Har qanday korxona o‘z xo‘jalik faoliyatini boshlashdan oldin avval unga kerak bo‘lgan moddiy boyliklar bilan ta’minlangan bo‘lishi lozim. Korxona zarur bo‘lgan bu moddiy qiymatliklarni mol yetkazib beruvchilardan tuzilgan shartnomaga asosan oladi. Shartnomada muayyan moddiy qiymatlikning nomi, soni, sifati, bahosi, assortimenti va qaysi muddatda olib kelinishi ko‘rsatilgan bo‘ladi.

Ishlab chiqarish jarayoni. Ishlab chiqarishni amalga oshirish uchun korxona tegishli moddiy qiymatliklarga ega bo‘lishi kerak. Shu moddiy qiymatliklardan foydalanib ishlab chiqarish jarayonida buxgalteriya hisobida ishlab chiqarishga qilingan xarajatlarni aks ettiradi hamda ishlab chiqarishdan olingan tayyor mahsulotlarni qayd qiladi.

Sotish (realizasiya) jarayoni. Ishlab chiqarish jarayonidan so‘ng yaratilgan milliy daromadni taqsimlash va keyingi ishlab chiqarishni amalga oshirishdan mahsulotlarni sotish fazasiga keladi.

Korxona mablag‘ining aylanishining boshqa fazalari muomala sohasida amalga oshiriladi.

Muomala sohasi bilan korxonani moddiy qiymatliklar bilan ta’minlash va tayyor mahsulotlarni sotish fazasidan iborat.

Hamma jarayonlar ta’minot, ishlab chiqarish va sotish jarayonlari a’lohida olingan xo‘jalik operasiyalaridan iborat bo‘ladi.

Xo‘jalik operasiyalari deganda, xo‘jalik jarayonlarni amalga oshirishda korxona mablag‘larining harakati tushuniladi.

Kapital – moliyaviy menejmentda doimiy foydalanib kelinayotgan iqtisodiy kategoriyalardan biri bo‘lib, u mamlakatning bozor munosabatlariga o‘tishi bilan o‘zini yangi mazmuniga ega bo‘ldi. Korxonaning tashkil etilishi va rivojlanishida bosh iqtisodiy negiz bo‘lib, kapital o‘zini mavjudligi va harakati jarayonida davlat, mulkdorlar va ishchi xodimlar manfaatlarini ta’minlaydi.

Moliyaviy menejment yo‘nalishlarida kapital mablag‘lar qiymatini pul, moddiy va nomoddiy shaklda, uning aktivlarini shakllantirishda investisiyalashtirilganligini xarakterlaydi.

Korxona kapitalini uning iqtisodiy mohiyatiga ko‘ra, birinchi navbatda quyidagi tavsiflarini ko‘rib o‘tish zarur:

1. Kapital korxona ishlab chiqarishini asosiy omili hisoblanadi. Iqtisodiy nazariyada ishlab chiqarishni 3 ta asosiy omilini ajratib ko‘rsatish mumkin, korxonalar xo‘jalik faoliyatini ta’minlashda ishlab chiqarish - kapitali; yer va boshqa tabiiy resurslar; mehnat resurslari. Yagona ishlab chiqarish kompleksida barcha omillarni birlashtiruvchi omil bo‘lib, ishlab chiqarish kapitali muhim o‘rin egallaydi.

2. Kapital daromad keltiruvchi korxona moliyaviy resurslarini xarakterlaydi. Kapital bu o‘z o‘rnida – ssuda kapitali shaklida ishlab chiqarish omillaridan ajralmagan holda korxonaning daromadini shakllantirishni ta’minlovchi ishlab chiqarish(operasion) faoliyat emas, balki moliyaviy (investisiya) faoliyati sohasini belgilaydi.

3. Kapital korxonaning mulkdorlarini boyligini shakllantiruvchi bosh asosiy manba hisoblanadi. U bu zaruriy darajada boylikni shakllantirishni joriy va kelajakda ta’minlash uchun zarurdir. Joriy jarayonda ishlatilgan kapitalning bir qismi kapital tarkibidan ajralib, uning mulkdorlarini (egalarini) kelajakda yo‘naltirilgan ehtiyojlarini ta’minlaydi.

4. Korxona kapitali uning bozor qiymatini asosiy o‘lchovi hisoblanadi. Unda korxona jami o‘z kapitallarini aktivlarga nisbatan hajmini belgilaydi. Bu yerda ishlatilgan o‘z kapitallarini tarkibini chetdan jalb qilingan kapitallari qo‘shilgan tarkibi bilan foyda olishni belgilaydi.

5. Korxona kapitali dinamikasi uning xo‘jalik faoliyati samaradorligi darajasining muhim barometri hisoblanadi.

Kapital bu korxonaning nafaqat o‘zining ko‘p qirrali jihatlari mohiyatini xarakterlaydi, shuningdek ko‘p shaklli manbalari bilan ham yuzaga chiqadi. Umumiy tushunchalarda “Korxona kapitali” deganda hozirgi vaqtda turli shakldagi o‘nlab terminlar tushuniladi. Bu tushunchalarni ma’lum bir tizimga keltirishni talab etadi. Korxonaga tegishligi bo‘yicha uning **o‘z kapitali va jalb qilingan** kapitallar shakllariga ajratiladi.

O‘z kapitali – bu korxonaning mablag‘lari umumiy qiymatini uning shaxsiy mablag‘lari va uning belgilangan aktivlarini shakllantirish uchun foydalaniladigan mablag‘larini bir qismini tashkil etadi (xarakterlaydi).

Qarzga olingan kapital – korxonani rivojlanishini moliyalashtirish uchun qaytarilish asosida beriladigan pul mablag‘lari yoki boshqa mulkiy qiymatliklarni jalb qilishni xarakterlaydi. Korxonada ishlatilinadigan qarz kapitalini hamma shakli o‘zida uning belgilangan vaqtda qaytarilish talab qilinadigan moliyaviy majburiyatlarini bildiradi.

Kapital o’zining xarakterli xususiyatlariga ko’ra quyidagicha farqlanadi:

1.Quyilish shakli bo’yicha: kapital tadbirkorlik, ssuda va spekulyativ kapitaliga farqlanadi.

Tadbirkorlik kapitali. Bunday kapital xar xil korxonalarga to’g‘ridan-to’g‘ri yoki portfel investitsiya qilinadigan kapitalidir. Uning

maqsadi foyda olish va korxonalarni boshqarish xuquqini olishdan iborat.

Ssuda kapitali. Bu pul ko'rinishidagi kapital bo'lib, unga qaytarish va to'lov sharti qo'yiladi. Bunday kapital korxonalarga ulush tarzida qo'yilmaydi, balki boshqa tadbirkorga ma'lum muddatga foizga beriladi. Ssuda kapitali tovar rolini o'ynaydi va uning narxi foizlarda ifodalanadi.

Spekulyativ kapital (sudxo'rlik kapitali) – uning bir qismi, sudxo'rlik moliyaviy operasiyalar faoliyatida (asosan baholar farqi) foydalanilanishini xarakterlaydi.

Investisiyalash shakllari bo'yicha kapitallar: pul, moddiy, nomoddiy shakldagi kapitallarga ajratiladi. Korxonaning ustav fondini shakllantirish uchun foydalaniladi. Bu korxonalarni yangitdan ochilishi va ustav kapitalini o'stirish uchun qonun yo'li bilan belgilangan shakllar hisoblanadi.

2. Investisiyalash obyekti bo'yicha: korxonada asosiy va aylanma kapitallarga(aylanma mablag'larga) ajratiladi.

Asosiy vositalar(asosiy capital). Asosiy vositalar mehnat vositalari bo'lib, ular xo'jalik jarayonida ko'p martalab foydalaniladi. Asosiy vositalarga xizmat muddati bir yildan ortiq bo'lgan, narxni esa eng kam ish haqining 50 barobaridan ko'p bo'lgan mehnat vositalari kiradi.

Asosiy vositalarning xayotiy sikli qo'yidagi bosqichlardan iborat: kirish – ishlab chiqarish jarayoniga qatnashish – korxona ichida xarakat qilish – ta'mirlash – ijaraga berish – inventarizasiyalash – chiqish.

Asosiy vositalar narxlari, ularning eskirishiga qarab, mahsulot narxiga (yoki xizmat ko'rsatish haqiga) o'tkaziladi va realizasiya qilish jarayonida o'ndiriladi. Bu jarayon amortizasiya deb ataladi. Asosiy vositalar amortizasiyasining mohiyatini ikki xil mazmunda izohlash mumkin. Birinchidan, asosiy vositalar amortizasiyasining fizik ma'nosi, uning eskirishini anglatsa, ikkinchidan, asosiy vositalar amortizasiyasining iqtisodiy ma'nosi asosiy vositalar qoldiq qiymatining asta-sekinlik bilan mahsulot tannarxiga o'tishini bildiradi. Asosiy vositalar eskirishiga mos bo'lgan pul mablag'lari amortizasiya fondida yig'iladi. Bu fond doimiy harakatda bo'ladi.

Asosiy vositalarlarning takror ishlab chiqarish xususiyatlari quyidagi xarakterli belgilar bilan aniqlanadi: asosiy vositalar narxining doimiy ravishda ishlab chiqarilayotgan mahsulot narxiga o'tkazilishi iste'mol narxi va narxning xarakati, jamg'armalar narxning aylanmasi tayyor mahsulotda narxning qisman ishlab chiqarilishi va pul shaklida yig'ilishi asosiy fondlarning uzoq va qisqa muddatlar ichida natural-buyum shaklida yangilanishi va hokazo.

Asosiy vositalarni sotib olish uchun berilgan pul mablag'lari asosiy kapital deb ataladi.

Asosiy ishlab chiqarish vositalari quyidagi guruhlarga klasifikasiyalaydi: binolar, inshoatlar, o'zgaruvchi qurilmalar, asbob-uskunalar (hammasi), transport vositalari, instrumentlar, ishlab chiqarish va xo'jalik inventarlari va boshqalar. Shu bilan birga xo'jalik subyekti qaramog'idagi yer uchastkalari.

Asosiy vositalar aktiv va passiv qismidan iborat. Uning aktiv qismi mahsulotga, ishlab chiqarish masshtabiga, ishlovchilarning mehnat unumdorligi darajasiga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatadi. Asosiy vositalarning passiv qismi mehnat jarayoni uchun zururiy shart-sharoit yaratadi.

Aylanma mablag'lar (aylanma kapital). Ijtimoiy mehnat taqsimotida bir xo'jalik subyektning mehnat mahsuloti boshqa xo'jalik yurituvchi subyektning mehnat predmeti bo'lib xizmat qiladi. Shu ishlab chiqarishning doimiyligini ta'minlashda va tovar iste'molida har bir xo'jalik subyektida mehnat predmetlari va mahsulotlari zaxiralari mavjud bo'lishi kerak.

Mehnat predmetlari bu oborot mablag'larining ashyoviy elementlaridir. Ular ikki qismdan iborat:

xo'jalik sub'ekti ihtiyorida bo'lgan, lekin ishlab chiqarish jarayonida hali qatnashmagan mehnat predmetlari;

ishlab ishlab chiqarish jarayonida qatnashayotgan mehnat predmetlari.

Ular ishlov berish jarayonida tayyor mahsulotga aylanadi.

Aylanma ishlab chiqarish fondlari ishlab chiqarish jarayonida bir marta qatnashadi. Bunda ular o'zlarining natural ashyoviy ko'rinshini

o’zgartiradi. Ularning narxi to’liq yangi yaratilgan mahsulotga o’tadi. Bunda ba’zi mehnat predmetlari (yonilg‘i, energiya) mehnat vositalari yordamida ishlab chiqarish jarayonida to’liq ishlatiladi. Mehnat mahsulotiga ashyo sifatida kirmaydi.

Aylanma fondlarning ashyoviy elementlariga narxi kam bo’lgan, tez eskiradigan predmetlar ham kiradi. Ularning hayotiy sikli quyidagicha: ***kirish – ekspuluatasiya – chiqish***.

Muomala fondlari: realizasiyaga tayyorlangan mahsulot va pul mablag‘lari muomala fondlarini tashkil etadi. Aylanma fondlari va muomala fondlari bu o’zaro mustaqil, bir-biridan farq qiluvchi iqtisodiy katigoriyalardir. Lekin ular xar doim bir-biridan ajralmasdir. Chunki maxsulotni takror ishlab chiqarish jarayonida ular birdek qatnashadi.

Aylanma fondlarga va muomala fondlariga qo’yilgan pul mablag‘lari **aylanma mablag‘lar** (aylanma kapital) deb ataladi.

Aylanma va muomala fondlarning yagona kategoriyaga birlashtirilishi ularga avans qilingan narxlar aylanishining uch bosqichda doimiy ravishdagi xarakati bilan izoxlaydi. Aylanma fondlarning ashyoviy elementlari aylanmaydi. Ular to’liq ishlab chiqarish –savdo jarayonida to’liq ishlatiladi.

Aylanma mablag‘lar aylanishi qo’yidagi sxema bo’yicha amalga oshiriladi:

$$\mathbf{P – IV \dots ICH \dots TM^1 – P^1,} \qquad (8.2)$$

Bunda: P- xo’jalik subyekti avans qilingan pul mablag‘lari;
T-ishlab chiqarish vositasi;
ICH-ishlab chiqarish;
TM^1-tayyor maxsulot;
P^1-tovarni sotishdan olingan pul (foyda bilan birga)

Sxemedagi nuqtalar mablag‘lar muomalasini uzliksizligini ifodalaydi.

3. Mulk shakllari bo‘yicha: Bu xususiy va davlat kapitaliga, ya’ni korxona ustav kapitalini shakllantirish jarayonida investisiyalashni belgilaydi. Kapitallarni bunday bo‘lishini korxonaning mulkchilik shakllari jarayonida foydalaniladi.

4. Tashkiliy – huquqiy faoliyat shakllari bo‘yicha:

- aksionerlik kapitali (aksioner jamiyati shaklida tuzilgan korxona kapitali);
- paychilik kapitali (mas’uliyati cheklangan jamiyatlar hamkor korxonalar kapitali, konsalting yoki jamoa kapitali);
- individual korxona kapitali (oila, jamoa kapitali) shakllariga ajratiladi:

5. Xo‘jalik jarayonida foydalanish xususiyatiga qarab moliyaviy menejment amaliyotida ishlaydigan va ishlamaydigan kapitallarga bo‘linadi.

Ishlaydigan kapital – bevosita korxonaning daromadini shakllantirishda qatnashuvchi va korxonaning operasion, investision va moliyaviy faoliyatini ta’minlashda qatnashuvchi kapital qismiga aytiladi.

Ishlamaydigan kapital (yoki “o‘lik kapital”) – kapital korxona daromadini shakllantirishi va korxona xo‘jalik faoliyati shakllarida bevosita qatnashmaydigan boshqa korxona aktivlariga investisiyalashtirilgan qismiga aytiladi. Masalan: ishlab chiqarishda foydalanilmaydigan imorat va vositalar; mahsulot uchun ishlab chiqarish zahiralari, ishlab chiqarishdan chiqarilgan, iste’molchilar talabidan qolgan, javob bermaydigan (tovarlar) va sifatini yo‘qotgan tovarlar kiradi.

6. Mulkdorlarning foydalanish xarakteri bo‘yicha: iste’mol qilinadigan va jamg‘ariladigan kapital shakllariga ajratiladi.

Iste’mol qilinadigan kapital taqsimlangandan keyin o’zining kapital funksiyasini yo‘qotadi. U o‘zida dezinvestisiyani bildirib, dividendlar, foizlar va ishchi xodimlarni ijtimoiy qondirish maqsadida bir qism kapitalni aylanma aktivlar va oborotdan tashqari aktivlar tarkibidan chiqaradi.

Jamg‘ariladigan kapital – foydani oshirish, divedendlar to‘lash jarayonini o’z ichiga oladi.

7. Jalb qilish manbai bo‘yicha: milliy va xalqaro kapitallarga bo‘linadi.

Korxona xo‘jalik faoliyatining samarali darajasi ko‘p hollarda kapital shakllanishining maqsadli yo‘naltirilganligi bilan aniqlanadi.

Korxona kapitali shakllanishining asosiy maqsadi bu zaruriy aktivlarni sotib olishda iste’molni qondirish va uning tarkibini optimal ta’minlash hamda undan samarali foydalanishdan iborat. Bunda quyidagilarni e’tiborga olish zarur:

- korxona xo‘jalik faoliyatini kelajakda rivojlanishini hisobga olish: kapital hajmi va tarkibiy shakllanish jarayoni uning xo‘jalik faoliyatini ta’minlash vazifasiga bo‘ysunishi nafaqat boshlang‘ich davrda, shuningdek, yaqin kelajakdagi faoliyati uchun ham taluqlidir. Bunda korxonaning kelajakda rivojlanishni ta’minlash kapital shakllanishi va yangi korxonalarni tashkil yetish, biznes reja loyihalarini tuzish va boshqalarga bog‘liq;

- korxonada shakllantirilgan aktivlar hajmining jalb qilingan kapitallar bilan mos kelishini ta’minlash. Korxonaning kapitalga bo‘lgan umumiy ehtiyoji uning oborot va oborotdan tashqari aktivlarga bo‘lgan ehtiyoji yig‘indisidan iborat.

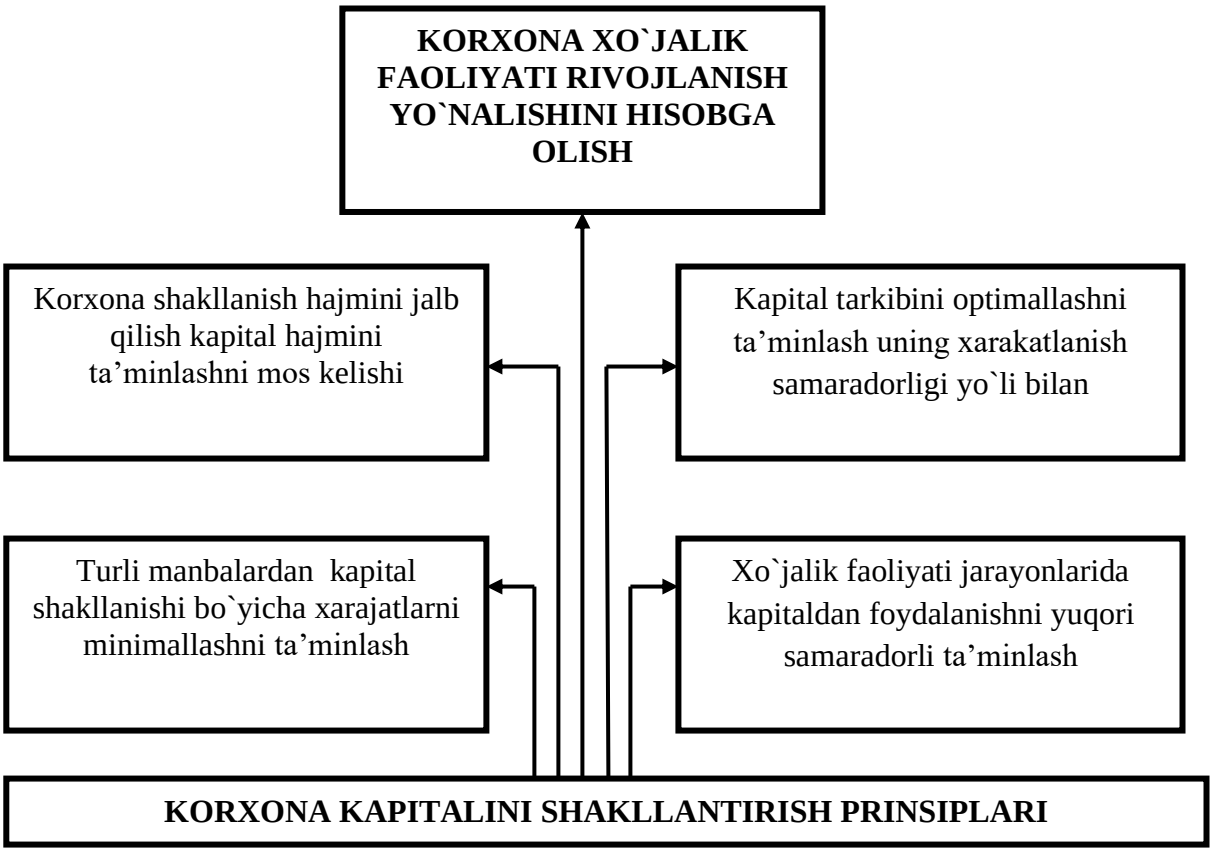
8. Nomoddiy aktivlar. Nomoddiy aktivlar deb korxonaning moddiy bo’lmagan obyektlariga quyilgan pul mablag‘lari tushuniladi. Ular xo’jalik faoliyatida uzoq muddatlarda ishlatiladi va foyda keltiradi. Nomoddiy aktivlarga quyidagilar kiradi: yer uchastkalaridan foydalanish xuquqi, tabiiy resurslardan foydalanig huquqi, patentlar, lisenziyalar, dasturiy ta’minot, mualliflik huquqi, monopoliyalik huquqi va imtiyozlar, tashkiliy xarajatlar, savdo markazi, tovar va firma belgisi va hokazolar.

Ishlatish xarakteriga ko’ra nomoddiy aktivlar asosiy vositalarga o’xshaydi. Ular uzoq muddatlarda foydalaniladi va foyda keltiradi, hamda vaqt o’tishi bilan ularning katta qismi o’zining (narxini) baxosini yo’qotadi. Material bo’lmagan aktivlarning xususiyati shundaki, ularda material ashyo tuzilmasi yo’q, narxlarni aniqlash murakkab, ular ishlatilishi natijasida olinadigan foydani aniqlash qiyin.

Yangitdan tashkil bo‘layotgan korxonalar uchun kapitalga bo’lgan umumiy ehtiyoj qilinadigan xarajatlarni 2 guruhga ajratiladi:

1. Korxonani tashkil etish oldi xarjatlari.
2. Boshlang‘ich kapital.

Yangi tashkil etilayotgan korxona bo‘yicha tashkiliy xarajatlar katta bo‘lmagan moliyaviy mablag‘lar summasiga teng bo‘lib, u korxonada biznes-reja ishlab chiqish va shu bilan bog‘liq boshqa jarayonlarni moliyalashtirish uchun zarur xarajatlarini aks ettiradi.



8.1-rasm. Korxona kapitalini shakllantirishning asosiy prinsiplari.

Bu xarajatlar bir martali xarakterga ega, ammo ma’lum belgilangan kapital xarajatlarini talab etadi. Ular odatda uncha ahamiyatga ega bo’lmagan o‘rinni oladi. Boshlang‘ich kapital yangi tuzilayotgan korxonalar aktivlarini shakllantirish uchun bevosita qaratilgan bo‘lib, uning xo‘jalik faoliyatini boshlash maqsadida tuziladi.

Yangi tuzilayotgan korxonada kapitalga bo‘lgan umumiy ehtiyojlarni aniqlashda odatda ikki asosiy usuldan foydalaniladi:

1. To‘g‘ridan-to‘g‘ri hisob usuli. Bunda yangidan tuzilayotgan korxonalar xo‘jalik faoliyatini boshlash maqsadida ma’lum belgilangan zaruriy aktivlar summasini aniqlash orqali uning kapitalga umumiy ehtiyoji hisoblanadi.

2. Bilvosita hisob usuli. Bunda kapitalga bo’lgan umumiy ehtiyoj ko‘rsatkichlardan foydalanishi orqali oydinlashadi. “Mahsulotning kapital hajmi” bu bir birlik ishlab chiqariladigan mahsulot yoki sotilgan mahsulotga kapital hajmi hisobga olinadi.

Kapitalning optimal tarkibini va uning samarali harakatini ta’minlash. Korxona faoliyatini yuqori yakuniy natijalarini shakllantirish shartini ahamiyatli darajasi foydalaniladigan kapital tarkibidan iborat.

Korxona kapitali tarkibi ikki qismdan iborat: o’ziniki va jalb qilingan moliyaviy mablag‘lar. Korxonada foydalaniladigan kapital nafaqat moliyaviy, balki uning operasion va investision faoliyatini ifodalaydi. Bu esa aktivlarning rentabelligiga, moliyaviy barqarorlik va to‘lovga qobiliyatlilik darajasini hamda xavf-xatarlarni aniqlash imkonini yaratadi.

8.3. Xususiy kapital qiymati va uni aniqlash

Korxona qiymati va kapital qiymati biznesni qo'shilish yoki sotib olishda baholashning ikkita umumiy usulidir. Ikkalasi ham biznesni baholash yoki sotishda ishlatilishi mumkin, ammo ularning har biri biroz boshqacha ko'rinishni taklif qiladi. Korxona qiymati balansga o'xshash biznesning umumiy joriy qiymatini to'g‘ri hisoblab chiqsa-da, kapital qiymati joriy va potentsial kelajakdagi qiymatning qisqacha tasvirini taqdim etadi.

Ko'pgina hollarda, fond bozori investori yoki kompaniyaning nazorat paketini sotib olishdan manfaatdor bo'lgan kishi, qiymatni tez va oson baholash uchun korxona qiymatiga tayanadi. Boshqa tomondan, kapital qiymati odatda egalar va hozirgi aktsiyadorlar tomonidan kelajakdagi qarorlarni shakllantirishga yordam berish uchun ishlatiladi.

Korxona qiymati shunchaki to'lanmagan kapitaldan ko'proq narsani tashkil qiladi. Bu nazariy jihatdan biznes qanchalik qimmatga tushishini ochib beradi, bu turli kapital tuzilmalariga ega bo'lgan firmalarni solishtirishda foydalidir, chunki kapital tuzilishi firma qiymatiga ta’sir qilmaydi. Kompaniyani sotib olayotganda, sotib oluvchi kompaniyaning naqd puli bilan birga sotib olingan kompaniyaning qarzini o'z zimmasiga olishi kerak edi. Qarzni olish kompaniyani sotib olish xarajatlarini

oshiradi, ammo naqd pul olish kompaniyani sotib olish xarajatlarini kamaytiradi.

Korxonalar bozor kapitalizatsiyasini yoki bozor kapitalini, shuningdek kompaniyadagi barcha qarzlarni qo'shib korxona qiymatini hisoblab chiqadilar. Qarzlar aksiyadorlarga foizlar, imtiyozli aksiyalar va kompaniya qarzdor bo'lgan boshqa narsalarni o'z ichiga olishi mumkin. Biznes hozirda mavjud bo'lgan har qanday naqd pul yoki naqd pul ekvivalentlarini ayirib tashlang va siz korxona qiymatini olasiz. Korxona qiymatini biznes balansi sifatida tasavvur qiling, uning barcha joriy aksiyalari, qarzlari va naqd pullari hisobga olinadi.

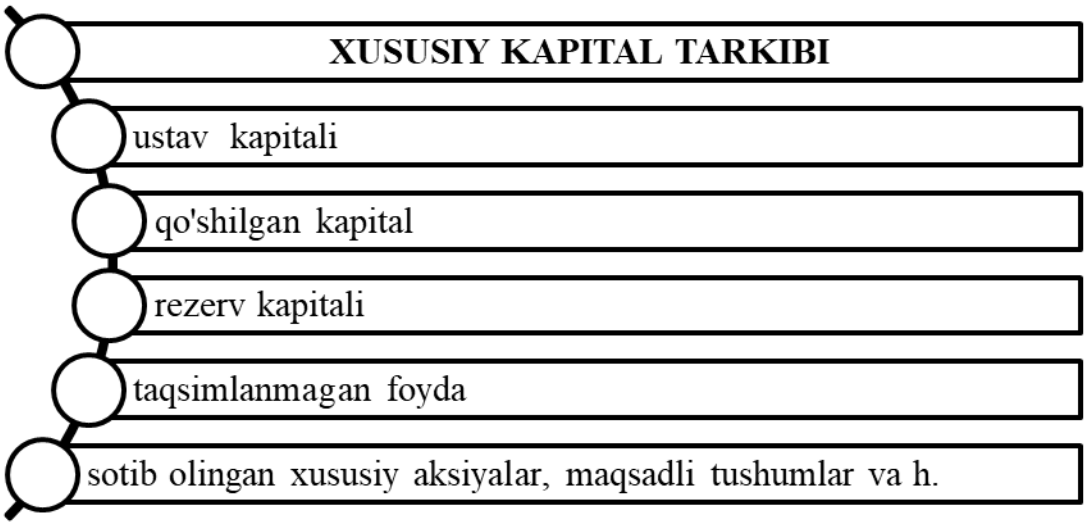
Kapital qiymati ham, korxona qiymati ham har qanday moliyaviy intervyuda duch keladigan muhim tushunchalardir. Xususiy kapital va korxona qiymati o'rtasidagi farqni tushunish juda muhimdir. Kompaniya sotib olinayotganda, sotib olish to'g‘risidagi shartnoma bo'yicha pulni suyultiruvchi qimmatli qog‘ozlar naqd pulga aylanadi yoki xaridorning qimmatli qog‘ozlarining ekvivalent soniga aylanadi. Ushbu ssenariylarning har biri xaridorga tegishli kompaniyani sotib olganida qimmatga tushadi. Xususiy kapital qiymati kompaniyani sotib olish qancha turadi, degan stiker narxiga o'xshaydi. Biroq, keyinchalik samarali narxni ko'tarishi yoki tushirishi mumkin bo'lgan qo'shimcha narsalar mavjud, shuning uchun kompaniyani sotib olishning haqiqiy qiymati stiker narxidan farq qilishi mumkin. Bu haqiqiy narx korxona qiymati hisoblanadi.

Xususiy kapital qiymati kompaniyaning aksiyalari va aksiyadorlar tomonidan biznesga taqdim etilgan kreditlarning qiymatini tashkil qiladi. Xususiy kapital qiymatini hisoblash korxona qiymatini ortiqcha aktivlarga (ishlamaydigan aktivlar) qo'shadi va keyin mavjud naqd puldan sof qarzni olib tashlaydi. Kapitalning umumiy qiymati keyinchalik aktsiyadorlarning kreditlari va muomaladagi (ham oddiy, ham imtiyozli) aktsiyalari qiymatiga bo'linishi mumkin.

Imtiyozli aksiyalar va aksiyadorlarning kreditlari qarz hisoblanadi. Aksincha, kapital qiymati o'z hisobiga ushbu vositalarni o'z ichiga oladi. Xususiy kapital qiymati korxona qiymati bilan bir xil hisob-kitoblardan foydalanadi, lekin kompaniya uchun aksiya opsionlari, konvertatsiya

qilinadigan qimmatli qog‘ozlar va boshqa potentsial aktivlar yoki majburiyatlar qiymatiga qo'shiladi. U hozirda kompaniyaga ta’sir qilmasligi mumkin bo'lgan, lekin istalgan vaqtda mumkin bo'lgan omillarni hisobga olganligi sababli, kapital qiymati kelajakdagi potentsial qiymat va o'sish potentsialining ko'rsatkichini taqdim etadi. Qimmatli qog‘ozlar bozorining normal ko'tarilishi va tushishi tufayli har qanday kunda o'zgarishi mumkin.

Xususiy kapital o‘z tarkibiga quyidagi elementlarni oladi: ustav kapitali, qo‘shilgan kapital, rezerv kapitali, taqsimlanmagan foyda, sotib olingan xususiy aksiyalar, maqsadli tushumlar va boshqalar. Buni quyidagi rasmda ko‘rish mumkin (8.2-rasm).



8.2-rasm. Xususiy kapitalning tarkibi

Xususiy kapital – bu korxonaning majburiyatlarini chegirib tashlagandan so‘ng qoladigan aktivlaridir. Yuqoridagi tenglikka muvofiq:

XUSUSIY KAPITAL = AKTIV – MAJBURIYATLAR (8.3)

Korxonalarning xususiy kapitalini shakllanishining asosiy manbalari bo‘lib quyidagilar hisoblanadi:

Ustav kapitali (UK) – bu korxonaga uning ta’sischilari tomonidan kiritilgan mablag‘lar majmuasi.

Qo‘shilgan kapital (QK) – bu aksiyalarni sotish va nominal qiymatlari o‘rtasidagi ijobiy farq, shuningdek chet el investorlarini ustav

kapitaliga kiritgan mablag‘lari bo‘yicha vujudga kelgan valyutalar o‘rtasidagi ijobiy farqlar summasi.

Rezerv kapitali (RK) – bu korxonaning sof foydasidan tashkil etilgan rezerv kapitali, mulkni qayta baholashdan olingan qo‘shimcha qiymat va bepul kelib tushgan mulklar qiymatining majmuasi.

Taqsimlanmagan foyda (TF) – bu korxonaning ta’sischilari o‘rtasida taqsimlanmay qolgan sof foydasining summasi.

Rezervlar (R) – bu turli joriy to‘lovlarni amalga oshirish uchun hisobot davr daromadlari evaziga shakllangan zahira summasi, masalan joriy va kapital ta’mirlash uchun, mehnat ta’tili haqlarini to‘lash uchun va shu kabilar.

Maqsadli tushumlar (MT) – korxonaga turli maqsadlarda turli manbalardan kelib tushgan mablag‘lar majmuasi (grantlar, subsidiyalar, a’zolik badallari, soliqlar bo‘yicha imtiyozlar va boshqalar).

Grantlar (G) - bu korxonaga qaytarib olinmaslik sharti bilan davlat, nodavlat, xalqaro tashkilot va fondlardan aniq maqsadlar uchun kelib tushgan moddiy va nomoddiy mablag‘lar majmuasi. Ushbu mablag‘lar faqatgina qat’iy maqsadlarga ishlatilishi lozim.

Subsidiyalar (S) – bu korxonaga uning faoliyatini rivojlantirish maqsadida ma’lum bir shartlarga ko‘ra davlat tomonidan berilgan yordam va imtiyozlar summasi.

Xususiy kapitalning umumiy miqdori yuqoridagi uning elementlari summalarining yig‘indisidan iborat bo‘ladi, ya’ni:

$$\mathbf{XK = UK + QK + RK + TF + R + MT} \qquad (8.4)$$

Aksionerlik jamiyatlarida chiqarilgan o‘z aksiyalari boshqalardan qayta sotib olingan bo‘lsa, u holda xususiy kapital summasini topishda sotib olingan xususiy aksiyalar qiymati (XAQ) xususiy kapital miqdoridan chegirib tashlanadi, ya’ni:

$$\mathbf{XK = UK + QK + RK + TF + R + MT – XAQ} \qquad (8.5)$$

8.4. Korxona qarz kapitali qiymati va uni aniqlash

Iqtisodiy harakat va faoliyatda firma va kompaniyalar albatta qarz kapitaliga suyanishga majburlar. Negaki faoliyatning dastlabki davriga

kapitalning yetarli bo‘lmasligi yoki umuman bo‘lmasligi aniq reja va loyihalar asosida qarz kapitaliga tayanishga majbur qiladi. Qarz kapitali uch xil shaklini ko‘rib o‘tish mumkin;

1. Uzoq muddatli qarz kapitali;
2. Qisqa muddatli qarz kapitali;
3.Kreditorlik majburiyati (kundalik majburiyat).

Majburiyatlarning aylanuvchanligi deganda ularning oqlanuvchanlik darajasi va davri tushuniladi. Firma va kompaniyalar ish unumdorligini belgilovchi ko‘rsatkichlar qatorida yuqoridagilardan alohida ahamiyatga ega bo’lgan o‘z kapitalini aylanuvchanlik darajasi va davri ham o‘rganiladi. O‘z mablag‘larining aylanuvchanlik koeffisenti mahsulot sotishdan olingan tushum summasini xususiy mablag‘larni yillik o‘rtacha qiymatiga bo‘lish asosida topiladi. Majburiyatlar aylanuvchanligini topishda mahsulot sotishdan olingan tushum summasi uzoq va qisqa muddatli majburiyatlarga, kreditorlik majburiyatlariga bo‘linadi. Aylanuvchanlik davri ya’ni bitta aylanishga ketadigan vaqtni topish uchun joriy davrdagi kunlar soni (365, 180, 90, 30) aylanish koeffisentining birlik ko‘rsatkichlariga bo‘linadi.

8.2-jadval

Turli mulk shaklidagi korxonalarida ish faolligini xususiy va qarz kapitali bilan bog‘liq bo‘lgan ko‘rsatkichlar tahlili

№	Ko‘rsatkichlar	Joriy yil	O‘tgan yil	O‘sishi
1	Mahsulot sotishdan tushum, m.s.	76330	72500	105,3
2	Xususiy kapitalning o‘rtacha yillik qiymati, m.s.	20120	18500	108,7
3	Uzoq muddatli qarz kapitalini yillik o‘rtacha qiymati, m.s.	5550	5550	100
4	Qisqa muddatli qarz kapitalini yillik o‘rtacha qiymati, m.s.	2310	2450	94,0
5	Kreditorlik majburiyatlarini yillik o‘rtacha qiymati, m.s.	2570	1368	187,0
6	Xususiy kapitalning aylanuvchanligi	3,79	3,91	96,0
7	Uzoq muddatli qarz kapitalini aylanuvchanligi	13,75	13,06	105,0
8	Qisqa muddatli qarz kapitalini	33,4	29,59	112,0

	aylanuvchanligi			
9	Kreditorlik majburiyatlarini aylanuvchanligi	29,7	52,99	56

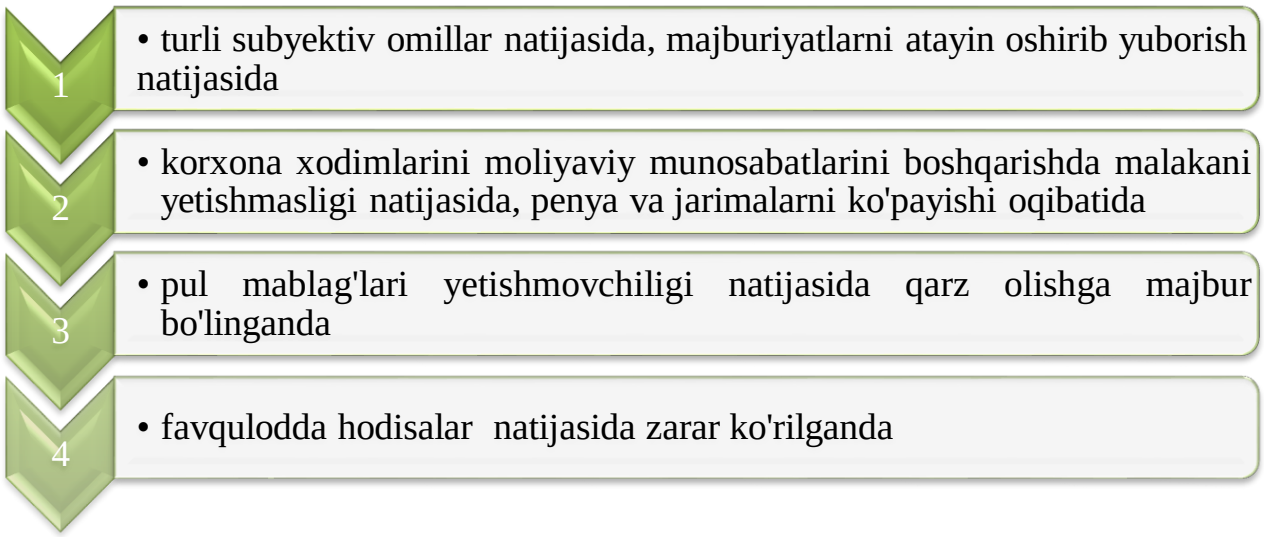
Korxonada xususiy mablag‘lar va kreditorlik majburiyatlarini aylanuvchanligi joriy davrda o‘tgan yilga nisbatan tezlashgan, lekin uzoq va qisqa muddatli majburiyatlar aylanuvchanligi sekinlashgan.

Bozor munosabatlarida ishtirok etuvchi barcha xo‘jalik yurituvchi subektlar to‘lov jarayonlarida qarzdor yoki kreditor bo‘lib ishtirok etadi. Chunki, bozorda faoliyat olib borish sharoitida korxonalarda muntazam moliyaviy imkoniyatlari yetarli bo‘lmaydi. Masalan, mahsulot sotilganidan so‘ng uni puli hisob-kitob raqamiga kelib tushkingacha bo‘lgan jarayonda, yoki ishchilarga ish haqi va soliq to‘langandan so‘ng korxonada pul mablag‘larini uzilishi davriy ravishda ro‘y beradi, bu holda korxonada hamashyo va materiallarga bo‘lgan talab vujudga kelib qolsa, u qarz hisobiga mahsulot sotib olishga majbur bo‘ladi. Boshqa hollarda, qarzga mahsulot sotishga majbur bo‘ladi. Shunday ekan, korxona balansida majburiyatlarni vujudga kelishi tabiiy hol hisoblanadi. Qachonki, debitor va kreditor qarzdorlik muddatidan o‘tib kesagina, salbiy hisoblanadi. bu tushunchalarni batafsil ko‘rib chiqishga harakat qilamiz.

Kreditor - bu odatda kredit shartnomasi yoki shartnoma bo'yicha boshqa tomonga pul qarz olish uchun kredit beradigan jismoniy shaxs yoki muassasa. Kreditorlar odatda shaxsiy yoki haqiqiy deb tasniflanadi. Do'stlari yoki oila a’zolariga yoki kompaniya yoki jismoniy shaxsga zudlik bilan ta’minot yoki xizmatlar ko'rsatadigan, lekin to'lovni kechiktirishga imkon beradigan biznesga qarz berganlar shaxsiy kreditorlar hisoblanishi mumkin. Haqiqiy kreditorlar - qarz oluvchi bilan qonuniy shartnomalar va kredit shartnomalariga ega bo'lgan banklar yoki moliya kompaniyalari bo'lib, ular kreditorga qarzdorning har qanday real mol-mulkini yoki ssuda to'lanmagan taqdirda garovni talab qilish huquqini beradi. Qonunda kreditorlar sifatida sof hamkorlar hisobga olinadi. Lekin qarzdordan o‘z majburiyatini vaqtida bajarishni har qanday shaxs talab qiladi. Shuni e’tiborga olgan holda ta’rifni mavzu doirasida kengaytirish mumkin. Ya’ni kreditor – bu shunday shaxski, u

boshqa qarzdor shaxs oldida o‘ziga nisbatan majburiyatni vujudga keltirgan. Majburiyat iqtisodiy munosabatlarda korxonalarni ishtiroki nuqtai nazaridan olib qaraganda, korxonani boshqa yuridik va jismoniy shaxslar oldidagi pul mablag‘lari va boshqa ko‘rinishdagi qarzdorlik bo‘lib hisoblanadi. Korxona buxgalteriya balansida aktivlarni chetdan jalb qilingan mablag‘lar hisobiga shakllangan manbaini aks ettiradi.

Majburiyatni korxonada vujudga kelishi bo‘yicha yuqorida dastlabki tushunchalar berib o‘tildi. Bundan tashqari, korxonada majburiyatlarning bajarish imkoniyati quyidagi hollarda vujudga kelishi mumkin:



8.5-rasm. Majburiyatlarni bajarish imkoniyatlarini kamayish sabablari

Korxona majburiyatlarini muntazam nazorat qilib borish va ularni oqilona boshqarish inqirozga qarshi boshqaruv jarayonining ajralmas qismi hisoblanadi. Chunki, pul mablag‘lari kirim-chiqimini, korxona to‘lov qobiliyatini muntazam kuzatib borish majburiyatlarni boshqarish asnosida sodir bo‘ladi. Korxonalarni inqirozga yuz tutishi va iqtisodiy nochorlikni boshdan kechirishining oxirgi sababi ham mana shu majburiyaitlarni keskin darajada ko‘payib ketishi natijasida, to‘lov qobiliyatini tushib ketishi bilan ifodalanadi. Shu sababli, majburiyatlarni turli klassifikasiyasi bo‘yicha to‘g‘ri boshqarib borish, kreditorlar bilan doimiy iliq munosabatni shakllantirish inqiroz riskini kamaytiradi.

Korxona qarzdorligini shartli ravishda quyidagi guruhlarga bo‘lish mumkin:

Fiskal tizim oldidagi qarzlar. Bu davlat byudjeti oldidagi qarzlar hisoblanib, unga korxona o‘z ixtiyoridan tashqari majburiy belgilangan tartibda to‘laydigan to‘lovlar kiradi. Bular soliqlar, pensiya fondiga ajratmalar, yagona ijtimoiy to‘lov va shu kabilar. Shuni ham ta’kidlash lozimki, byudjet oldidagi qarzdorlik jazolovchi bo‘lishi ham mumkin. Ya’ni turli ko‘rinishdagi jarimalar bunga misol bo‘la oladi.

Moliya-kredit tizimi oldidagi qarzdorlik. Bunga turli moliya muassasalari, moliya bozorlari bilan bo‘ladigan munosabatlarda vujudga keladigan qarzdorliklar kiradi. Bular davriy foiz to‘lovlari, kreditning tani, qimmatli qog‘ozlar yuzasidan vujudga kelgan to‘lovlardan qarzdorliklar hisoblanadi. Shu bilan birgalikda bu turdagi qarzdorlikka sug‘urta kompaniyalar oldidagi qarzdorliklarni ham kiritish mumkin. Kreditorlarga ular tomonidan taklif etilgan tovarlar va xizmatlar uchun majburiyatlar. Bu boshqa hamkorlar, mol yetkazib beruvchilar va turli xizmat ko‘rsatuvchilar bilan tuzilgan shartnomalar yuzasidan kelib chiqadigan qarzdorlikni anglatadi. Bugungi kunda korxonalar qarzdorligini eng katta qismi shu turdagi majburiyatlarga to‘g‘ri kelmoqda. Bu esa o‘z vaqtida korxonalar o‘rtasidagi immobilizasiyalashgan pul mablag‘lari hajmini ortib ketishiga olib kelmoqda.

Aksiyadorlar va korxona ishchi hodimlari oldidagi qarzdorlik (ichki qarzdorlik). Bu guruhga ish haqi to‘lovlaridan, turli mukofot va xizmat safari uchun to‘lovlardan, dividend va boshqa to‘lovlardan qarzdorliklar kiradi. Ichki qarzdorlikni o‘sib ketishi korxona imidjini omma oldida pasayib ketishiga va investor va ishchi-xizmatchilar o‘rtasida ishonchni yo‘qolib ketishiga olib keladi.

Korxonaning moliyaviy faoliyati natijasida vujudga kelgan majburiyatlarni aniq bajarish vaqtlari mavjud. Majburiyatlarni o‘z vaqtida bajarmaslik, to‘lov intizomini buzilishi hamkorlar va boshqa kreditorlarning xatar darajasini oshiradi. Korxonaning to‘lov qobiliyati bo‘yicha xatar darajasining ortib borishi va to‘lov muddatini uzayib ketishi muassislar, investorlar, hamkorlar oldidagi korxonaga bo‘lgan

ishonchni pasaytiradi. Bunday korxonalar o‘z faoliyatlarini ishonchsiz sheriklar bilan davom ettirishga majbur bo‘ladilar. Va ular bevosita jamiyat oldida intizomsiz to‘lovchiga aylanadilar.

8.5. Moliyaviy leveridj koeffisiyenti va moliyaviy tayanch samaradorligi

Korxonalarda kapital strukturasi, uni tashkil etish va shakllantirish mexanizmi ushbu korxona faoliyati samaradorligi hamda muvaffaqiyatli rivojlanishini belgilab beradi. Aynan korxona egalari va menejerlari tomonidan tanlab olingan moliyalashtirish manbalari, ushbu manbalar tarkibi va nisbati korxonaning tashkil etilishi va kelgusi faoliyatida, shuningdek, qo‘yilgan maqsadlarga erishishida obyektiv asos hisoblanadi.

Moliyalashtirish manbalarining tarkibi va strukturasini aniqlash masalasi iqtisodiy adabiyotlarda kapital strukturasi muammosi sifatida qaraladi hamda mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan korxonalar uchun dolzarb muammo bo‘lib kelmoqda.

Xorijiy malakatlarda kapital strukturasi nazariyasi obyektiv sabablarga ko‘ra o‘tgan asrning o‘rtalarida paydo bo‘la boshlagan, biroq R. Breyli va S. Mayersning fikriga ko‘ra, haligacha kapital strukturasining barcha tomondan ma’qullangan aniq bir nazariyasi mavjud emas[14]. Shuningdek, optimal kapital strukturasini aniqlashning umume’tirof etilgan, xo‘jalik yurituvchi subyektlar, shu jumladan, korxonalar faoliyatining o‘ziga xos xususiyatlarini inobatga oluvchi yagona uslubi ishlab chiqilmagan.

Fikrimizga ko‘ra, korxonaning optimal kapital strukturasini aniqlashda asos bo‘la oladigan to‘rtta mezonni ajratib ko‘rsatish mumkin:

- aktivlarni moliyalashtirish siyosati. Ushbu mezonni hisobga olgan holda korxonaning kapital strukturasini shakllantirish balans aktivlari hamda ularning moliyalashtirish manbalari o‘rtasidagi nisbatini

[14] Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. – М.: Олимп-Бизнес, 1997. - 1024 с.

o‘rganishga asoslanadi va u yoki bu moliyalashtirish manbalarining kerakli hajmi va ulushini aniqlashga yordam beradi;

- korxona bahosi[15]. Kapital strukturasi va xo‘jalik yurituvchi subyekt bahosi orasidagi bog‘liqlikni o‘rganuvchi turli nazariyalar mavjud. Bunda korxonaning bozor bahosini maksimallashtiradigan kapital strukturasi optimal hisoblanadi;
- kapital bahosi. Xususiy kapital va qarz mablag‘larining tegishli bahosi bo‘lgani uchun kapital bahosini minimallashtiradigan struktura optimal bo‘ladi;
- daromadlilik. Ma’lumki, qarz mablag‘larining jalb etilishi moliyaviy leveridj hisobiga korxona xususiy kapitali daromadliligi oshishiga olib kelishi mumkin. Bu holda kapitalning optimal strukturasi korxona daromadliligini maksimallashtiradi, ya’ni o‘z mablag‘larining mavjud holatida ko‘proq foydaga ega bo‘lish imkoniyatini yaratadi.

Keltirilgan mezonlarning har biri korxona kapitali strukturasini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etishi muqarrar. Shunga qaramasdan, nazarimizda korxonalar faoliyatining sanab o‘tilgan ko‘rsatkichlaridan eng ahamiyatlisi korxona egalari tomonidan investisiya qilingan kapitaldan foydalanish samaradorligini, shu bilan birga, ularning boyligini aks ettiruvchi xususiy kapital daromadliligi (ROE) ko‘rsatkichidir. Chunki kapitalning muhim xususiyatlaridan biri foyda olib kelishi hisoblanadi.

Xususiy kapital daromadliligini moliyaviy ko‘rsatkichlar orasidagi alohida o‘rnini J.X. Bliss[16], K. Rikkey[17] kabi iqtisodchi olimlar ham e’tirof etishgan. Ushbu olimlarning xususiy kapital daromadliligi ko‘rsatkichi ustuvorligi borasidagi fikrlariga qo‘shilgan holda optimal kapital strukturasiga xo‘jalik yurituvchi su.byekt faoliyati xususiyatlarini hisobga olib, o‘z mablag‘lari daromadligini maksimallashtirishga imkoniyat beruvchi, ya’ni faoliyatga investisiya qilingan xususiy kapital

[15] C.Paramasivan, T.Subramanian. Financial management. - New age international (P) limited, publishers.p50.

[16] Bliss J.H. Financial and Operating Ratios in Management. – New York: Ronald Press, 1923. 354 p.

[17] Rickey K.R. How Accountant Can Help Management Manage // N.A.A. Bulletin, July 1963. pp. 73-85.

evaziga maksimal sof foyda olishni ta’minlovchi xususiy kapital va qarz mablag‘lari nisbati kabi ta’rif berish mumkin.

Berilgan ta’rifni hisobga olgan holda, xususiy kapital daromadligi ko‘rsatkichi asosida korxonalar kapital strukturasini optimallashtirishda qo‘llanilishi mumkin bo‘lgan asosiy prinsiplarni ko‘rib chiqamiz.

Shunday qilib, optimal kapital strukturasini hisoblash uslubini keltiruvchi quyidagi yondashuvlarni ajratib ko‘rsatishimiz mumkin: EBIT** – EPS*** yondashuvi[18]; “Dyupon” usuli[19]; umumiy leveridjni hisoblash uslubi; moliyaviy leveridj effektini hisoblash uslubi [20] . Ularning taqqoslama xususiyatlari 1-jadvalda keltirilgan. Fikrimizcha, bu yondashuvlarni ko‘rib chiqish ularning amaliyotda qo‘llanilishini cheklovchi quyidagi umumiy kamchiliklari mavjudligini ko‘rsatdi:

Ko‘rib chiqilgan yondashuvlarda qarz mablag‘larining uzoq va qisqa muddatli qarz mablag‘lariga ajratilishi kuzatilmagan, bundan tashqari, o‘z va qarz mablag‘larining ichki strukturasi nazardan chetda qolgan.

Korxona xususiy kapitalining bahosi inobatga olinmagan holda hisob-kitob qilingan. Fikrimizcha, bunday yondashuv asoslanmagan.

Yuqorida ko‘rsatib o‘tilgan hech qaysi usul optimal kapital strukturasi bo‘yicha qarorlar qabul qilishda korxona egalari va menejerlarining talablarini to‘laqonli qondirishga qodir emas. Ular korxonaning faoliyat olib borish va rivojlantirish strategiyasini modellashtirish jarayonida bozordagi haqiqiy vaziyatni, xo‘jalik yurituvchi subyektlarning mablag‘lari manbalarini shakllantirish

18 “Молиявий левериж” (Financial Leverage /faɪˈnænʃəl ˈlev.ə.ɪdʒ/ (amer.)) тушунчасини мамлакатимиз йирик иқтисодчи олимларидан профессор Т.С. Маликов “молиявий левериж”, “молиявий ричаг (дастак)”, профессор Б.Ю.Ходиев эса, “молиявий восита”, “молиявий ричаг” деб келтиришган. Назаримизда, “Leverage” сўзини таржима қилиш натижасида унинг туб моҳияти ўзгариши ва янглишишларга олиб келиши мумкинлиги туфайли, амалиётда, тадқиқотларда фонетик жихатдан бир хил бўлган “левериж”, шу билан бирга, бутун тушунча “молиявий левериж” деб юритилиши мақсадга мувофиқ. ** Earnings Before Interest and Taxes (EBIT) – мамлакатимиз меъёрий-ҳуқуқий хужжатларидаги “асосий фаолиятдан олинган фойда” кўрсаткичи орқали ифодалаш мақсадга мувофиқ. *** Earnings Per Share (EPS) – бир акцияга тўғри келадиган соф фойда

[19] Gibson C.H. Financial Reporting and Analysis: Using Financial Accounting Information. – Mason, OH: Cengage Learning, 2011. pp. 309-310.

20 Besley S, Brigham E.F. Essentials of Managerial Finance. – Mason, OH: Thomson Learning, Inc., 2008. pp.509-512.

mobaynida tashqi va ichki muhitni, mavjud obyektiv va subyektiv omillarni nazardan chetda qoldirib, ma’lum bir cheklovlarni o‘rnatgan holda qo‘llanilishi mumkin.

4.Shunga qaramasdan, moliyaviy leveridj nazariyasiga keltirilgan yondashuvlardan iqtisodchilar tomonidan xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyati samaradorligini baholashda jadal foydalanilib kelinmoqda. Ular orasida optimal kapital strukturasini aniqlashda moliyaviy leveridj effektini baholashga asoslangan yondashuv keng tarqalgan. Zero, bu yondashuv uning formulasida korxonalarni moliyalashtirish manbalari strukturasiga ma’lum darajada ishora borligi bilan qisman bog‘liq. Bunda moliyaviy leveridj effekti maksimal bo‘lgan holda xususiy kapital va qarz mablag‘larining optimal nisbati topiladi. Bundan tashqari, ko‘rsatib o‘tilgan yondashuvning mantiqiyligi ham aniq. Chunki, korxona kapitalining xususiy kapital daromadliligi va moliyaviy risk darajasiga ta’sir mexanizmini bilib turib, uning kapital strukturasini samarali boshqarish, moliyalashtirish bo‘yicha asosli qarorlarni qabul qilish imkoniyati paydo bo‘ladi.

1. Uslublardagi mavjud kamchiliklar, fikrimizcha, korxonalar faoliyatini moliyalashtirish manbalari optimal strukturasini yetarli darajada ko‘rsata olmaydi. Chunki sanab o‘tilgan har bir band korxona kapital strukturasini shakllantirish siyosatining ajralmas qismi hisoblanadi. Ularni e’tiborga olmaslik esa, natijalarda yanglishishlarga olib keladi hamda tadqiqotlar sifatini tushiradi.

Yuqorida zikr etilganlarni inobatga olgan holda mavjud kamchiliklarni bartaraf etish imkoniyatini beruvchi moliyaviy leveridj nazariyasining asosiy qarashlariga tayangan universal uslubni taklif etish maqsadga muvofiq.

Moliyaviy leveridj effekti formulasi quyidagi tarzda o‘zgartirilishi mumkin:

$$\mathbf{MLE} = (\mathbf{JKD} \times (\mathbf{1} - \mathbf{S}) - \mathbf{FS} \times (\mathbf{1} - \mathbf{S}) \times \frac{\mathbf{QM}}{\mathbf{XK}} , \qquad (8.6)$$

bu yerda:

MLE – moliyaviy leveridj effekti;

S – soliqlar va boshqa yig‘imlar, o‘rtacha ulushda, koeffisiyent;

JKD – jami kapital daromadliligi;

FS – qarz kapitalini jalb qilishdagi o‘rtacha foiz stavkasi;

QM – qarz mablag‘lari;

XK – xususiy kapital.

Ushbu formuladan ko‘rinib turibdiki, ko‘paytma kreditlash orqali jalb qilinadigan, soliqlarni hisobga oluvchi qarz mablag‘lari bahosini ifodalaydi. Biroq, amaliyotda kreditlardan tashqari qimmatli qog‘ozlar, moliyaviy lizing va boshqa manbalardan jalb qilinadigan kapital mablag‘lar manbasi sifatida ko‘rilishi mumkin. Bundan tashqari, xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatini moliyalashtirishda qarz mablag‘lari bilan birga xususiy kapitaldan foydalaniladi. Bu esa, o‘z navbatida, tegishli bahoga ega bo‘lib, kapital strukturasini tahlil qilish jarayonida e’tiborga olinishi lozim. Shu munosabat bilan kapitalning umumiy bahosini hisoblash, ya’ni uning mavjud strukturasini moliyalashtirish uchun xarajatlar yig‘indisini aniqlashga obyektiv zarurat paydo bo‘ladi.

Amaliyotda ushbu masalani kapitalning o‘rtacha hisoblangan bahosini topish orqali hal etish mumkin.

Yuqoridagilarni inobatga olib, moliyaviy leveridj effekti formulasiga quyidagicha ko‘rinish berish mumkin:

$$\mathbf{MLE} = \left[(\mathbf{JKD} \times (\mathbf{1} - \mathbf{S}) - \mathbf{KO'B}) \times \frac{\mathbf{QM}}{\mathbf{XK}}\right], \qquad (8.7)$$

bu yerda: KO‘B – kapitalning o‘rtacha hisoblangan bahosi.

Ammo shunisi ayonki, keltirilgan hisob-kitoblarni ham yetarli darajada to‘liq, deb bo‘lmaydi, zero, bunda ham inflyasiya omili hisobga olinmagan. Demak, inflyasiya sharoitida qarz va foizlar indeksasiya qilinmagan bo‘lsa, ularning qadrsizlanishi tabiiy. Bu 3-formulada o‘z ifodasini topgan:

$$\mathbf{MLE} = \left[(\mathbf{JKD} \times (\mathbf{1} - \mathbf{S}) - \mathbf{KO'B}) + \frac{\mathbf{QM}}{\mathbf{XK}} + \frac{\mathbf{I} \times \mathbf{QM}}{\mathbf{XK}}\right], \quad (8.8)$$

bu yerda: I – inflyasiya darajasi (koeffisiyentda).

Shunday qilib, moliyaviy leveridj nazariyasi doirasida korxonaning

optimal kapital strukturasini aniqlashda, shu bilan birga, moliyalashtirish qarorlarini qabul qilishda xususiy kapital daromadligi mezoni asosida yangicha uslub taklif etildi. Bu uslub dividend siyosatini

hisobga olgan holda korxona faoliyatini moliyalashtirishda barcha turdagi manbalarni jalb qilishni, shu jumladan, o‘z mablag‘lari va uzoq muddatli qarz mablag‘lari manbalarining ichki strukturasini baholash hamda ko‘rsatkichlarning statik holatdagi qiymatini va dinamikasini tahlil qilishga imkon beradi.

Nazarimizda, ushbu uslub amaliy ahamiyatga ega bo‘lib, korxonalar kapitalini o‘rganish hamda xususiy kapital daro-madligi nuqtai nazaridan uning optimal strukturasini shakllantirish maqsadida qo‘llanilishi mumkin.

Shunday qilib, moliyaviy leveridj – korxonaning o‘z kapitali rentabelligi koeffisenti o‘zgarishiga ta’sir etuvchi qarz mablag‘laridan foydalanishni tavsiflaydi.

Qarz mablag‘larining turli nisbatida o‘z kapitalining qo‘shimcha foyda darajasini ifodalovchi ko‘rsatkich moliyaviy leveridj bo‘lib, quydagi formula bo‘yicha hisoblanadi:

$$\mathbf{EFL} + \left(\mathbf{1} - \mathbf{S_{np}}\right) \times (\mathbf{KVR_a} - \mathbf{PK}) \times \frac{\mathbf{ZK}}{\mathbf{SK}} \ , \qquad (8.9)$$

bu yerda, **EFL** - o‘z kapitali rentabellik koeffisiyentining o‘sishini ifodalovchi moliyaviy leveridj samarasi, %

$\mathbf{S_{np}}$ - o‘nlik kasr ko‘rinishida foydaga soliq stavkasi,%;

$\mathbf{KVR_a}$ - yalpi aktivlar rentabelligi koeffisiyenti, (yalpi foydaning o‘rtacha bahoga nisbati),%;

PK - korxona tomonidan olingan kredit uchun o‘rtacha to‘lov foizi,%;

ZK – korxona tomonidan olingan kreditlarning o‘rtacha miqdori;

SK - korxona o‘z kapitalining o‘rtacha miqdori;

Moliyaviy leveridj – korxonaning o‘z va qarz moliyaviy mablag‘lari o‘zgarishining o‘z kapitali rentabelligi darajasiga ta’sir etish mexanizmidir.

Operasion leveridj – rentabellikka doimiy va o‘zgaruvchan harajatlar nisbati o‘zgarishining ta’sirini ifodalaydi.

Tayanch so‘z va iboralar

Nomoddiy aktivlar, gudvill, moliyaviy leveridj, moliyaviy richag, ssuda kapitali, patent, mualliflik huquqi.

Nazorat uchun savollar

1. *Investisiyalar kapital qo‘yilmalardan qanday farqlanadi?*
2. *Qimmatli qog‘ozlarga qo‘yilgan investisiyalar va ular daromadliligini baholash*
3. *Qanday ko‘rinishdagi mulk shakllarini biz xorijiy investisiya deya olmaymiz?*
4. *Bir davlatdan boshqa davlatga daromad olish uchun yo‘naltirilgan har qanday shakldagi mulk nima deb ataladi?*
5. *Sof investisiyalar qanday aniqlanadi?*

Test topshiriqlari

1. Korxonada maqsadli tushumlar tarkibiga nimalar kiradi?

A. Grant, subsidiya, a’zolik badallari, maqsadli foydalanish uchun soliqlar bo’yicha imtiyozlar

B. Ishchilarga mehnat ta’tili uchun rezervlar, asosiy vositalarni ta’mirlash uchun rezervlar

C. Mol-mulkni qayta baholash chog‘ida hosil bo’ladigan inflyasiya zahiralarini, shuningdek tekinga olingan mol-mulk

D. Korxona ta’sischilar tomonidan kiritilgan va ishlab topilgan mablag‘lar

2. Korxona o’z mablag‘larining tarkibi qaysi qatorda to’g‘ri keltirilgan?

A. Ustav kapitali, qo’shilgan kapital, rezerv kapitali, taqsimlanmagan foyda, rezervlar, maqsadli tushumlar

B. Xaridorlarga to’lovlar, boshqa korxonalarning qarzlari, o’z xodimlariga to’lovlar

C. Byudjetga va davlatning maqsadli fondlariga to’lovlar, boshqa korxonalarning qarzlari, maqsadli tushumlar

D. Qo’shilgan kapital, muddati uzaytirlgan daromadlar, byudjetga va davlatning maqsadli fondlariga to’lovlar, maqsadli tushumlar

3. Kapital aktivlarning qiymatini baxolash modeli qanday nomlanadi?

A. CAPM
B. WACC
C. MFE
D. AYARK

4. Kapitalning o’rtacha tortilgan qiymatini baxolash modeli qanday nomlanadi?

A. WACC
B. CAPM
C. MFE
D. AYARK

5. Investisiyalash shakllari bo’yicha kapitallar qanday shaklidagi kapitallarga ajratiladi?

A. Pul, material, nomaterial kapitallar
B. Xususiy va davlat kapitali
C. Asosiy va oborot kapitallari
D. Akseoner va pay kapitali

6. Korxonaga qaytarib olinmaslik sharti bilan davlat, nodavlat, xalqaro tashkilot va fondlardan aniq maqsadlar uchun kelib tushgan moddiy va nomoddiy mablag‘lar majmuasi qanday nomlanadi?

A. Grantlar
B. Subsidiya
C. Subvensiya
D. Maqsadli tushumlar

7. Qarz kapitalining necha xil shakli mavjud?

A. 3
B. 2
C. 4
D. 5

8. Korxonaning optimal kapital strukturasini aniqlashda asos bo'la oladigan to'rtta mezonni ajratib ko'rsatish mumkin, ular qaysilar?
A. Aktivlarni moliyalashtirish siyosati, korxona bahosi, kapital bahosi, daromadlilik
B. Aktivlarni moliyalashtirish siyosati, investisiya siyosati, rentabellik, foyda
C. Aktivlarni moliyalashtirish siyosati, dividend siyosati, kapital bahosi, rentabellik
D. Aktivlarni moliyalashtirish siyosati, foyda, investisiya siyosati, dividend siyosati

9. Korxonaning o'z va qarz moliyaviy mablag'lari o'zgarishining o'z kapitali rentabelligi darajasiga ta'sir etish mexanizmiga nima deyiladi?
A. Moliyaviy leveredj
B. Rentabellik
C. Operasion liveredj
D. Effektiv moliyaviy leveredj

10. O'z mablag'iga, tovar-moddiy boyliklari zahirasiga va doimiy ishchi kuchiga ega bo'lgan, shuningdek, bankrotlik holatiga uchramasdan faoliyat olib borayotgan korxona qiymati qanday nomlanadi?
A. Faoliyatdagi korxona qiymati
B. Asoslangan qiymat
C. Investision qiymat
D. Fundamental qiymat

XIX BOB. INVESTISION QARORLAR QABUL QILISH ASOSLARI

9.1. Real investisiya loyihalarini moliyaviy-iqtisodiy asoslash.
9.2. Moliyaviy investisiyalar portfeli bo‘yicha risk va daromadlilikni aniqlash.
9.3. Qimmatli qog‘ozlarga qo‘yilgan investisiyalar va ular daromadliligini baholash.
9.4. Korxona moliyaviy menejerining investision qarorlari.

9.1. Real investisiya loyihalarini moliyaviy-iqtisodiy asoslash

Loyihani shakllantirish va uning texnik-iqtisodiy asos hamda moliyaviy maqsadliligini baholashning so’nggi tayyorgarliklari:

loyihani moliyaviy-iqtisodiy tomonlarini asoslashga tayyorgarlik ko‘rish hisoblanib, bu qaysiki investisiyaning texnik, moliyaviy va tijorat tomonlariga bog‘liq bo‘lgan barcha aspektlarini, uning muqobilligini ta’minlashda muammolar va tomonlarini belgilaydi. Shuning uchun bu jarayonda bu guruhga turli xil profil mutaxassislarini jalb etish zarur.

Bular:

- mazkur tarmoqdagi tajribali iqtisodchi;
- kelgusida mahsulot sotilishi bo‘yicha bozor tahlillarini amalga oshiruvchi mutaxassislar;
- kelgusi mahsulot ishlab chiqarish texnologiyasini tushunadigan injener-texnolog;
- sotish va servisni tashkil etish bo‘yicha muammo va imkoniyatlarini biluvchi – injener-konstruktor;
- avvalgi ishlab chiqarishga mos ishlab chiqarishni tashkil etish malakasiga ega bo‘lgan muxandis;
- mazkur ishlab chiqarish xarajatlarini hisob-kitobi bo‘yicha mas’ul mutaxassislar.

Kapital qo‘yilmani asoslayotgan davrida uni baholash ko‘p jarayonli bo‘lib, bu texnik iqtisodiy asos (TIA) orqali ishlab chiqiladi, moliyalashtirish sxemasi tanlanadi, monitoring va boshqalar olib boriladi. Har bir davrida loyiha qiymati yangidan aniqlanadi. Investision xarajatlar xaqidagi ma’lumot uning turlari va shakllari bo‘yicha yoyilgan

holda bo‘ladi. Bunday ma’lumotni asosiy manbasi loyihani TIA yoki “investisiyani asoslash” deyiladi. Alohida asosiy fondlarni sotib olish uchun qilinayotgan xarajatlarni baholash shunga mos mulkni baholash orqali amalga oshiriladi. Investision xarajatlarni taqsimlashda qurilish davrida qurilish obyektlari xarajati grafik asosda bir-biri bilan bog‘lanadi. Investitsiyalashni avvalgi jarayonida uni maqsadliligi haqidagi boshqaruv qarorini faqatgina loyihani avvalgi TIA bajarilgandagina qabul qilinadi. Buning maqsadi bozorni o‘rganish va uni tahlil etish, loyihani amalga oshirish imkoniyatlarini tekshirish, muqobil variantlarni aniqlashdan iborat. Loyiha avvalo texnik-bajaruvchanlik va iqtisodiy – maqsadlilik nuqtai nazaridan baholanadi. Investorlar uchun loyihani g‘oyasi hayotiy yoki yetarli jozibadorligi bilan aniqlanadi. Investision loyiha(IL)ni avvalgi baholash – uni amalga oshirish imkoniyatlarini texnik ko‘rsatkichlari orqali aniqlanadi. Buning uchun quyidagi ma’lumotlar olinadi:

✓talab etilgan xarakterga ega zarur jihoz bilan ta’minlangan ILni texnik yoki uni mavjudlik imkoniyatlari;

✓infrastrukturaga hududning yaqinligi, loyihani amalga oshirish joylarini mavjudligi-ishlab chiqarishni ta’minlovchi tarmoqlarning kompleksini mavjudligi;

✓loyihani amalga oshirishda jarayonga qo‘yilgan alohida talablar - muhit-iqlim, suv va boshqa resurslarni mavjudligi, ishchilar va boshqalar;

✓ishchilarning klassifkasiyasi - bilim saviyasi-boshqaruv personal, texnik xodim mutaxassislar va boshqalar.

✓IL ustidan ishni boshlayotganda uni maqsaddiligi avvalgi tahlillar asosida o‘rnatiladi: ichki va tashki bozordagi mahsulotga bo‘lgan ehtiyoj;

✓loyihani (tashkil etish)amalga oshirishda kutilayotgan xarajatlar va joriy ishlab chiqarish xarajatlari jumladan o‘zgaruvchi va doimiy xarajatlar;

✓xom ashyo, tovar moddiy zahira (TMZ) va jihozlar bo‘yicha rivojlangan bozorning mavjudligi;

✓investisiyani moliyalashtirish manbalari;

✓loyihani amalga oshirishni avvalgi natijalari. Bu investisiya oldi jarayonini asosiy tomoni bozorning (ilmiy izlanish)tahlili hisoblanib, bunda mahsulot sotgandan so‘ng yoki investisiyaning kutgan darajasi (natijasi)ni ta’minlaydi.

Investision takliflar jarayonida loyiha xaqida ma’lumotlarga quyidagilar kiradi:

– qurilishning davriyligi, kapital qo‘yilmaning hajmi, loyihani amalga oshirishning yillar bo‘yicha ishlab chiqarish xarajatlari va sotishdan kelgan tushum. ko‘p ma’lumotlar asosan TIA tuzish jarayonida bajarilib, bunda investisiyani ilmiy asoslashdan boshlanib oxiri bevosita rasm sxemalarigacha berilgan bo‘ladi.

– loyiha va undagi ishtirokchilar haqidagi ma’lumot loyihalashtirilgan ishlab chiqarish xarakteri va uni joylashtirish, mahsulotlar tarkibi, ishlatilayotgan resurslash, texnolgiyasi xaqida, loyiha ishtirokchilari funksiyasi va tarkibi, ularni ishlab chiqarish va moliyaviy jihatdan imkoniyatlari, o‘zaro munosabatlar va boshqalar.

– loyihani iqtisodiy jihatdan qamrab olish - inflyasiya prognozi, valyutani almashtirish kurslarini o‘zgarishi, resurs va mahsulotlarga bo‘layotgan baholar tahlili, soliq tizimi va boshqalar.

– aralash tarmoqda loyihani amalga oshirishdagi samara haqidagi ma’lumot –xalq xo‘jaligi uchun loyihani amalga oshirish samarasini son yoki sifat jihatini yozma ko‘rsatish, aholi mulklarining bozor qiymatini o‘zgarishiga ta’siri, talablarni ortishi, ishsizlik darajasi va boshqalar orqali alohida tovar va xizmatlarning chakana baholari darajasi olinadi.

– investision va moliyaviy faoliyatdan keladigan pul oqimi.

– loyihani oxirgi ko‘rib chiqilishi va bu bo‘yicha qarorni qabul qilish.

– loyihani amalga oshirishni maqsadliligi, yoki qaror qabul qilish uchun asos hisoblangan baholash ishlarini amalga oshirish.

– turli xil ishtirokchilar o‘zini aniq maqsad va riskliligini, xarajatlar va daromadliligini mos holda investision loyihani baholashi mumkin. Loyiha qanchalik sifatli ishlab chiqarilsa, u holda buni baholash shunchalik yengil bo‘ladi. Loyihani baholash uchun qo‘llanalayotgan

usullar shunga mos holda: texnik, tijorat, boshqarish, tashkil etish, moliyaviy va iqtisodiy tomonlari baholanadi.

9.2. Moliyaviy investisiyalar portfeli bo‘yicha risk va daromadlilikni aniqlash

Korxona mablag‘lari investisiyalangan qimmatli qog‘ozlar yig‘indisi investisiya portfeli deb ataladi. Investisiya portfelini shakllantirishda quyidagi tamoyillarga rioya qilinadi:

- xavfsizlik (tavakkalchilikni kamaytirish);
- daromadlilik;
- likvidlik;
- qo‘yilmalarning o‘sishiga erishish.

Bu tamoyillar muayyan darajada bir-biriga nisbatan muqobil xarakterda bo‘ladi. Masalan, daromadlilikni oshirishga intilish tavakkalchilikni kuchaytiradi, ya’ni investisiya qiymatini boy berish xavfi ortishiga olib keladi. Yuqori likvidlikka ega bo‘lgan moliyaviy vositalar hamma vaqt ham yuqori daromad keltirmaydi. Davlat qimmatli qog‘ozlari likvidlik darajasi yuqori, tavakkalchilik past, lekin korxonalar qimmatli qog‘ozlariga nisbatan pastroq daromad keltiradi.

Yangi tashkil topgan, innovasion xarakterdagi (fan-texnika yangi yo‘nalishlariga asoslangan) korxonalar aksiyalariga daromadlar past darajada kafolatlanadi, lekin kapitalning kelajakda o‘sishi nuqtai nazaridan ular istiqbolli hisoblanadi.

Yuqorida ko‘rsatilgan barcha tamoyillarga muhim darajada rioya etilishiga erishilgan investision portfel muvozanatli portfel deyiladi. Taniqli va ishonchli firmalarning qimmatli qog‘ozlaridan shakllangan portfel konservativ portfel bo‘ladi. Agressiv portfel likvidligi yuqori bo‘lmagan, xatar darajasi kuchli, lekin kelajakda tez yuksalishi kutilayotgan kompaniyalar qimmatli qog‘ozlaridan tashkil topadi.

Investision portfelni shakllantirish usullari ko‘p. Ulardan eng obro‘lisi Uilyam Sharp va Garri Markovislarning investision portfel nazariyasidir[21]. Bu nazariyaning qoidalari quyidagicha:

1) investisiyalar aktivlar turlari bo‘yicha to‘g‘ri taqsimlanishi lozim;

2) muayyan turdagi qimmatli qog‘ozga investisiya tavakkalchiligi foydaning kutilayotgan darajadan farqlanishi ehtimoli bilan belgilanadi;

3) investision portfelning umumiy daromadliligi va xatarini uning tarkibini o‘zgartirish orqali o‘zgartirish mumkin;

4) investision portfelni shakllantirishda nazarda tutilayotgan barcha mo‘ljallar va mezonlar ehtimoliy xarakterda.

Portfelning bir nechta turlari mavjud:

- o‘sish portfeli – narxi tez o‘sayotgan moliyaviy vositalar to‘plami;
- daromad portfeli – yuqori va qat’iy joriy daromadni ta’minlovchi moliyaviy vositalar;
- xatarli sarmoya portfeli – yangi, “yosh” va agressiv korxonalarning moliyaviy vositalar;
- maxsus (ixtisoslashgan) portfel – qimmatli qog‘ozlarning ayrim guruhlarinigina o‘z ichiga oladi;
- balansdagi yoki aralash portfel – turli xildagi moliyaviy vositalar.

Portfelni shakllantirishdagi asosiy maqsad tavakkalchilik bilan daromadning investor uchun optimal nisbatiga erishish hisoblanadi.

Optimallik iloji boricha xatar hisobiga yo‘qotishlarni kamaytirish va eng yuqori daromadlilik bilan xarakterlanadi. Xatarni minimallashtirishga ko‘pincha diversifikasiya, ya’ni xilma-xil fond qiymatliklarini sotib olish hisobiga erishiladi. Bir turdagi qimmatli qog‘ozdan olingan yuqori daromad hisobiga qoplanadi.

Portfelni tashkil qilishda sarmoyador quyidagi maqsadlarga e’tibor berishi lozim:

[21] Sharpe W.F. A Simplified Model of Portfolio Analysis//Management Sci. 1963. Jan. P. 277-293.

1) portfeldan daromadni maksimallashtirish maqsadi;

2) portfelga kirgan qimmatli qog‘ozlarni kurs bo‘yicha bahosining oshirishga mo‘ljallangan maqsadlar;

3) korxona uchun foydali tarkibdagi xatar va daromadliligi darajasi bo‘yicha salmog‘ini aniqlash.

Portfelni nazariy va amaliy boshqarishda 2 xil yondashish mavjud: ananaviy va zamonaviy.

Ananaviy yondashish fundamental va texnik moliyaviy tahlilga tayanadi. U ko‘proq qimmatli qog‘ozlarni tarmoqlar bo‘yicha keng doirada sotib olishga mo‘ljallanadi.

Portfellarni zamonaviy boshqarish nazariyasi statistik va matematik usullardan foydalanishni nazarda tutadi. Uning o‘ziga xos xususiyati – bozor tavakkalchiligi va daromadliligi orasidagi bog‘lanish optimallik mezoni orqali aniqlanadi. Bunda kompyuter texnikasi va matematik hisoblash usullari ishga solinadi.

Portfellar strategiyasi moliyaviy menejment strategiyasining ajralmas qismini tashkil qiladi. Portfellar strategiyasining vazifasi tashqi investision strukturadan samarali foydalanishiga sharoit yaratish.

Portfellar strategiyasi korxona va tijorat tashkilotidagi moliyaviy menejment strategiyasiga bo‘ysundiriladi.

Qimmatli qog‘ozlar portfeli bir to‘plamga jamlangan moliyaviy vositalar bo‘yicha investor uchun qulay va zaruriy investision sharoitlarni yaxshilash bo‘lib, unda bu to‘plamdagi moliyaviy vositalarda investorning investision siyosati maqsad-vazifasi doirasida yaratilgan ushbu sharoitlar talablariga javob beruvchi investision xossalar shakllantiriladi. Bunday xossalarni alohida olingan bir turdagi moliyaviy vositalar doirasida ta’minlab bo‘lmaydi, faqat ularning kombinasiyasidagina shakllantirilishi mumkin.

Investisiyalar portfeli bo‘yicha olinadiga daromadni portfel tarkibiga kirgan ma’lum darajada riskli moliyaviy instrumentlar to‘plamidan shakllanuvchi yalpi daromad deyiladi. Shu munosabat bilan har qanday portfelda daromad va risk o‘rtasidagi miqdoriy muvofiqligi muammosi vujudga keladi. Bu muammo portfelni samarali boshqarish evaziga hal qilinadi. Moliyaviy instrumentlarning investision sifatiga

qarab, turli tarkibdagi portfellarni shakllantirish mumkin. Portfel bo‘yicha investorni qiziqtirgan daromad va investor uchun qabul qilinishi mumkin bo‘lgan risk o‘rtasidagi balans darajasiga qarab, portfel turini aniqlash mumkin.

Muntazam daromadli portfel riskning minimal darajasida o‘rtacha daromad keltiruvchi yuqori ishonchli instrumentlardan tarkib topadi.

Daromadli instrumentlardan iborat portfel riskning o‘rtacha darajasida yuqori daromad keltiruvchi qimmatli qog‘ozlar va yuqori daromadli korporasiyalar obligasiyalaridan tarkib topadi.

O‘suvchan va daromad portfel fond instrumenlarining kurs bahosini tushib ketishi va kichrayib ketadigan foiz va dividend to‘lovlari sababli fond bozorida mumkin bo‘lgan yo‘qotishlarni oldini olish uchun shakllantiriladi. Portfelga kirgan moliyaviy aktivlarning bir qismi investorga kapital bahosini o‘sishi bo‘yicha, ikkinchi qismi esa daromadni ortishini ta’minlaydi. Bunda aktivlarning bir qismi bo‘yicha yo‘qotishlar ikkinchisini ko‘tarilishi hisobiga qoplanadi.

Balanslashtirilgan portfellar ma’lum proporsiyada kurs bahosi o‘suvchi va yuqori daromadli qimmatli qog‘ozlardan tarkib topadi. Portfellar tarkibiga bozor konyunkturasiga qarab yuqori riskli qimmatli qog‘ozlar ham kiritiladi, lekin ular odatda oddiy va imtiyozli aksiyalar hamda obligasiyalardan shakllantiriladi.

Agar portfellar turini investor uchun ma’qul bo‘lgan risklar darajasi bo‘yicha tasniflansa, unda portfellar turi to‘rt xil bo‘lishi mumkin: konservativ, me’yorli-agressiv, agressiv va norasional. Demak, investorning har bir turiga unga mos bo‘lgan portfel turi to‘g‘ri keladi: yuqori darajada ishonchli, lekin past daromadli; diversifikasiyalangan; riskli, lekin yuqori daromadli, tizimsiz.

Portfellarni tasniflashda ularning tuzilmasini tashkil etuvchi belgilar sifatida quyida keltirilgan investision sifat ko‘rsatkichlari asosida portfel tarkibida turli investision aktivlar bo‘lishi mumkin.

Likvidlilik portfelning investision sifati tariqasida portfelni tez vaqtda bahosi yo‘qotilmasdan pul mablag‘lariga aylantirilishini anglatadi. Pul bozori portfeli eng likvid hisoblanadi.

Pul bozori portfeli – asosiy maqsadi kapitalni to‘liq saqlab qolishga yo‘naltirilgan portfellar turi bo‘lib, uning tarkibiga ko‘proq pul mablag‘lari va tez sotiladigan aktivlar kiradi. Takidlash joizki, “qimmatli qog‘ozlar” bilan ishlashning asosiy qoidalaridan biri quyidagini ifodalaydi: “qimmatli qog‘ozlarga barcha mablag‘larni qo‘yish mumkin emas, balki kelajakda to‘satdan vujudga keluvchi investision masalalarni yechish uchun bo‘sh mablag‘lar zahirasiga ega bo‘lish lozim”. Ushbu qoida “qimmatli qog‘ozlar bilan ishlashning oltin qoidasi” deb yuritiladi.

Qisqa muddatli fondlar portfellari ham yuqori likvililik darajasiga ega bo‘lib, ular tarkibiga pul bozorida muomalada bo‘luvchi qisqa muddatli qimmatli qog‘ozlar kiradi. Bunday portfellar qisqa muddatli davlat (jumladan munisipal) qog‘ozlaridan tashkil topgan bo‘lsa, unda ular soliqlardan ozod qilingan hisoblanadi. Shunisi qiziqki, davlat qisqa muddatli kuponsiz qog‘ozlari portfeli o‘sish portfeli hisoblanadi, chunki ular bo‘yicha daromad kurs tafovuti bo‘yicha hosil bo‘ladi.

Investisiya qilish maqsadiga bog‘liq holda portfellar tarkibi konvertirlanuvchi qog‘ozlardan (konvertirlanuvchi: obligasiyalar imtiyozli aksiyalardan) iborat bo‘lsa, unda bunday portfellar mos ravishda konvertirlanuvchi portfellar deyiladi. Faol hisoblangan “buqalar” bozorida bunday tarkib qo‘shimcha daromad olish imkonini beradi. Bunday turdagi portfellarga belgilangan daromadli o‘rta va uzoq muddatli investisiyalar portfellari ham kiradi.

Portfelga nisbatan risk omili – ma’lum portfel-investision jarayon bilan bog‘liq bo‘lgan netto pul oqimining o‘zgaruvchanligi.

Qimmatli qog‘ozlar portfelini shakllantirishda oldindan ehtimoliy ravishda ma’lum risklar darajasida rejalashtirilgan daromad miqdorini olish maqsadni ko‘zlaydilar. Bunda ular o‘z mablag‘larini joylashtirish chog‘ida quyidagi ishlarni amalga oshiradilar:

- investisiyalar portfelini shakllantirish uchun kerakli investision aktivlarni (obyektlarni) tanlash;
- har bir moliyaviy instrumentga (qimmatli qog‘ozga) yo‘naltiriladigan pul mablag‘lari hajmini aniqlash;
- moliya bozorini tahlil qilish va portfelni shakllantirish strategiyasini belgilash.

Qimmatli qog‘ozlar portfelini shakllantirish – qimmatli qog‘ozlar bozori holatiga holis ta’sirchan bo‘lgan aktivlar guruhini tanlash jarayoni. Bunda portfel investorlar quyidagi asosiy tamoyillarga rioya qiladilar:

- qimmatli qog‘ozlar bozorining hozirgi (joriy vaqtdagi) holatini aniq belgilashdan qochib, portfel hajmini aniqlashda uzoq muddatli istiqbolni ko‘zlash;
- aktivlarning yirik paketlarini shakllantirishda (portfelga to‘plashda) portfelli investorning faoliyatini qimmatli qog‘ozlar bozoriga ta’sir ko‘rsatishini nazarda tutish;
- siyosiy, iqtisodiy va moliyaviy informasiyaga ega bo‘lishlik muvaffaqiyatning asosiy omili.

Qimmatli qog‘ozlar portfelni shakllantirish chog‘ida muammoning sifat belgilardan kam ahamiyali bo‘lmagan miqdoriy tomonlarini ko‘rish maqsadga muvofiq.

9.3. Qimmatli qog‘ozlarga qo‘yilgan investisiyalar va ular daromadliligini baholash

O‘zbekiston Respublikasining “Qimmatli qog‘ozlar va fond birjasi to‘g‘risida» gi qonuniga asosan mamlakatimiz hududida quyidagi qimmatli qog‘ozlar amal qilishi mumkin. Mamlakatimiz hududida muomalaga chiqarilishi mumkin bo’lgan qimmatli qog‘ozlarni mulkchilikka munosabatiga (ulushli), qarz munosabatiga qarab va hosilaviy qimmatli qog‘ozlarga bo’lish mumkin. Agar biz O‘zbekiston Respublikasi «Qimmatli qog‘ozlar va fond birjasi to‘g‘risida» gi qonunni tahlil etsak, u qonunda qimmatli qog‘ozlarga quyidagicha ta’rif beriladi: Qimmatli qog‘ozlar - bu ularni chiqargan shaxs bilan ularning egasi o‘rtasidagi mulkiy huquqlarni yoki zayom munosabatlarini tasdiqlovchi, dividend yoki foizlar ko‘rinishida daromad to‘lashni hamda ushbu hujjatlardan kelib chiqadigan huquqlarni boshqa shaxslarga berish imkoniyatini nazarda tutuvchi pul hujjatlaridir.

Shuni alohida ta’kidlash lozimki, qimmatli qog‘ozlar puldan farqli o‘z xususiyatlariga ega. Bu xususiyatlar quidagilar:

1. Likvidlik (samaradorlik);

2. Foydalilik;
3. Ishonchlilik darajasi;
4. Kapitalni oshirish manbai;
5. Risk (xatar).

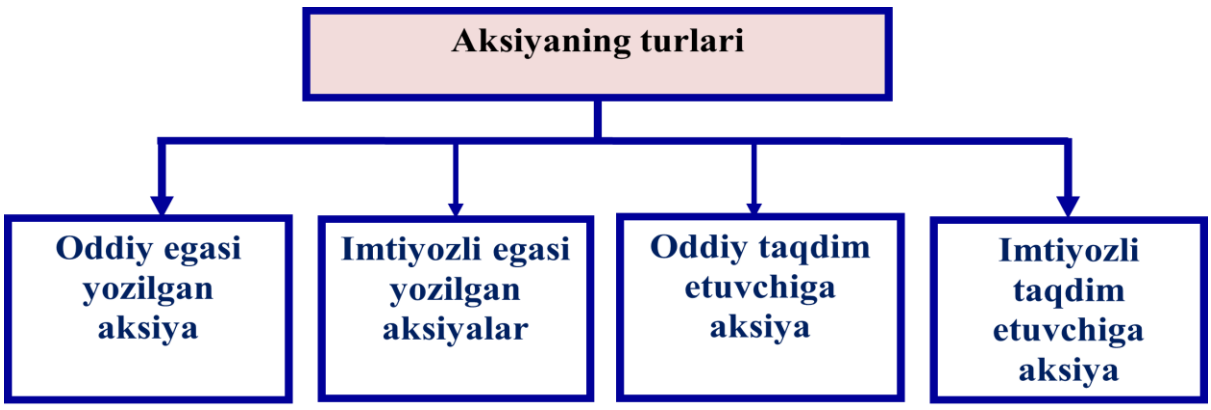
Aksiyalar – aksiyadorlik jamiyatining ustav fondiga yuridik yoki jismoniy shaxs muayyan hissa qo‘shganidan guvohlik beruvchi, aksiya egasining mazkur jamiyat mulkidagi ishtirokini tasdiqlovchi hamda unga dividend olish va qoida tariqasida, ushbu jamiyatni boshqarishda qatnashish huquqini beruvchi, amal qilish muddati belgilanmagan qimmatli qog‘ozdir.

Aksiyalar chiqarish to‘g‘risida qaror aksiyadorlik jamiyati muassasalari tomonidan yoki aksiyadorlarning umumiy yig‘ilishi tomonidan qabul qilinadi. Sotib olingan aksiya uni chiqargan aksiyadorlik jamiyatiga, basharti bu narsa jamiyat ustavida nazarda tutilmagan bo‘lsa, sotilishi mumkin emas.

Aksiyalar quyidagi turlarga bo‘linadi:

1. Oddiy - egasi yozilgan aksiyalar:
2. Imtiyozli - egasi yozilgan aksiyalar:
3. Oddiy - taqdim etuvchiga aksiyalar:
4. Imtiyozli - taqdim etuvchiga aksiyalar.

Aksiya turlarini quyidagi rasmda ko‘rish mumkin.



9.1 - rasm. Aksiya turlarining tasnifi

Oddiy aksiyalar o‘z egasiga aksiyadorlarning umumiy majlisida masalalarni hal qilishda ovoz berish huquqini, belgilangan tartibda

(jamiyat sof foyda bergan yillik hisobot umumiy majlisida dividend berish bo‘yicha qaror qabul qilsa) dividend olish huquqini beradi.

Imtiyozli aksiyalar – o‘z egalariga aksiyadorlik jamiyat moliyaviy holatidan qat’iy-nazar birinchi navbatda dividend olish, jamiyat tugatilayotganda o‘z ulushiga mutanosib mablag‘ olish huquqini beradi.

Amaldagi qonunchilikka asosan har bir aksiya quyidagi rekvizitlarga ega bo’lishi lozim:

- aksiyadorlik jamiyatining manzili va to‘liq nomi;
- aksiya deb nomlangan qimmatli qog‘oz nomi;
- aksiyaning muomalaga chiqarilgan muddati, seriyasi, tartib raqami;
- aksiya nominal qiymati;
- aksiya egasining nomi (nomi yozilgan aksiyalar uchun);
- aksiyalar chiqarilishi davridan aksiyadorlik jamiyatining nizom jamg‘armasi miqdori;
- dividendlarni to‘lash muddati;
- muomalaga chiqarilgan aksiyalar miqdori;
- aksiyadorlik jamiyati boshqaruv raisi va bosh hisobchi imzolari;
- ro‘yxatga oluvchi davlat organi tomonidan berilgan aksiyalar kodi va sanasi aks ettirilgan bo’lishi shart.

Aksiya rekvizitlari aksiyalarning yaxlitligini solishtirish, muomalaga chiqargan emitent va uning egasining emissiyada belgilangan shartlarini aniqlash uchun xizmat qiladi. Qonunchilik asosida aksiyaning eng kam nominal kiymati 1000 so‘m. Aksiyalar bo‘linmasdir. Aksiyalarning eng yuqori nominal qiymati qonunchilikda chegaralanmagan.

Obligasiyalar va ularning mohiyati

Obligasiyalar muddati belgilangan qimmatli qog‘ozlar bo‘lib, ular ulushga egalikni tasdiqlamaydi. Obligasiya egasining ma’lum miqdorda pul mablag‘larini qo‘yganini va ma’lum muddatdan so‘ng unga belgilangan foiz miqdorini qo‘shib, qimmatli qog‘ozlar bahosini qaytarish lozimligini tasdiqlovchi hujjatdir.

Obligasiyalar mulkchilikning barcha shakldagi korxonalari tomonidan amaldagi qonunchilikka va ularning nizomiga asosan (korxonalar obligasiyalari), shuningdek, davlat va mahalliy hokimiyatlar tomonidan chiqarilishi mumkin. Demak, obligasiyalar quyidagi turlarga bo‘linadi:

- Markaziy hukumat obligasiyalari;
- Mahalliy hokimiyat (munisipial) obligasiyalari;
- Korxona obligasiyalari.

Amaldagi qonunchilikka ko‘ra korxonalar obligasiyalari quyidagi turda chiqarilishi mumkin;

- odatdagi;
- yutuqli;
- foizli;
- foizsiz (maqsadli).

Obligasiyalar cheklanmagan miqdordagi investorlar orasida erkin muomalada bo‘lishi mumkin (ochiq joylashtirish), yoki chegaralangan doirada avvaldan ma’lum cheklangan miqdordagi investorlar o‘rtasida muomalada bo‘lishi mumkin (yopiq joylashtirish).

Odatdagi obligasiyalar - qimmatli qog‘ozlarning boshqa turiga ayirboshlash huquqiga ega bo‘lmagan obligasiyalar bo‘lib, ularga xoxish bilan o‘tkazilishi mumkin, ya’ni obligasiya egasi emitentga avvaldan kelishilgan muddatda qaytarish imkoniyatini ta’minlaydi, emitent uni nominal miqdorida qaytarishi shart.

Yutuqli obligasiyalar – obligasiyalar bo‘yicha daromad, doimo o‘tkazilib turadigan tirajga asosan yutuq tarzida to‘lanib turadigan obligasiyalardir.

Foizli obligasiyalar – obligasiya egasiga vaqti-vaqti bilan belgilangan daromadni olib turish va tugatilayotganda obligasiya nominal qiymatini olish huquqini beruvchi obligasiyalardir. To‘lovlar muddati obligasiyalar chiqariluvchi shartlarida belgilanadi.

Foizsiz (maqsadli) obligasiyalar – ushbu obligasiyalar bo‘yicha foiz to‘lanmaydi, obligasiya bo‘yicha daromad nominaliga nisbatan belgilangan diskont hisobiga paydo bo‘ladi (emissiya bahosi nominaliga

nisbatan past bahoda belgilanadi) va faqat obligasiya tugatilayotganda to‘lanadi.

Maqsadli obligasiyalar majburiy rekvizitlari qilib, ularni chiqarishga asos qilib olingan mahsulot (xizmat) belgilanadi. Obligasiyalar emitentning o‘z mulkini kafolati bilan ta’minlanishi mumkin yoki emitentga chiqarish uchun uchinchi shaxslar tomonidan ta’minlanishi mumkin. Agar obligasiyalar chiqarish o‘z mulkini kafolati bilan ta’minlanayotgan bo‘lsa korxona (aksiyadorlik jamiyatlaridan tashqari) chiqarayotgan obligasiyalar miqdori emitentning Nizom kapitali miqdoridan oshmasligi lozim.

Agar obligasiya chiqarish uchinchi shaxs tomonidan ta’minlanayotgan bo‘lsa, korxona ta’minlanish darajasida obligasiyalar chiqarish mumkin. Obligasiyalarni emitent korxona Nizom fondini shakllantirish va xo‘jalik faoliyatidan keltirilgan zararni qoplash uchun chiqarilishiga yo‘l qo‘yilmaydi.

Aksiyadorlik jamiyati obligasiyalarni emitent Nizom fondini 20 foizi mikdorida va avval chiqarilgan aksiyalarni to‘la joylashtirgandan keyingina chiqarishi mumkin.

Obligasiyalarni chiqarishga Nizom fondi to‘lanib to‘la shakllangandan keyingina ruxsat etiladi. Korxona va aksiyadorlik jamiyatlari obligasiyalarni chiqarish to‘g‘risidagi qaror ijroiya organi tomonidan qabul qilinadi va bayon bilan rasmiylashtiriladi. Qarorda emitent, obligasiyalarning chiqariluv shartlari (agarda maksadli obligasiyalar chiqarilsa, ularni chiqarishga asos qilib olingan mahsulot, xizmat turi va miqdori) joylashtirish tartibi belgilanishi lozim.

“Aksiya bahosi” tushunchasini ko‘rishda hisoblab topiladigan bahosi nazarda tutilgan. Hisoblab topiladigan bahodan tashqari aksiya yana quyidagi baholarga ega:

- nominal bahoga (nominalga);

- kurs bahoga (aksiyaning bozor bahosi yoki birja narhi sifatida xizmat qiladi);

- buxgalterlik (hisob kitobidagi) balans bahosi.

Nominal – bu aksiyaning birlamchi emissiyasida ko‘rsatilgan bahosi.

Aksiyalarning kelajakdagi davrlardagi bozor bahosini (narhini) texnik tahlil metodlari yordamida hisoblab topiladi (4.7-paragrafga qaralsin). Bu metodlarga asosan avvalgi davrlar bo‘yicha ma’lum bo‘lgan aksiyalarning kurs narhlari statistikasi asosida ushbu aksiyalar kursini kelajakdagi o‘zgarishi prognoz qilinadi.

Aksiyalarning balans narhi – bu aksiyadorlik jamiyatining sof aktivlari hajmini (so‘mlardagi) uning joylashtirilgan (to‘langan) aksiyalari soniga nisbati. Aksiyadorlik jamiyatning sof aktivlari quyidagicha hisoblanadi: aktivlar (asosiy vositalar, nomaterial aktivlar, oborot mablag‘lar) summasi minus jamiyatning qarzlari (kreditorlar bilan hisob-kitoblar, qarz mablag‘lari, kelajak davrlar daromadlari). Aksiyalarning balans bahosi har yili bir marotaba yillik balansni yopilishidan keyin hisoblanadi. Ko‘pincha aksiyaning bozor narhini hisoblashda uning balans bahosi ishlatiladi.

Yuqorida ta’kidlanganidek, aksiyalar daromadliligining to‘liq normasi uch o‘zgaruvchiga bog‘liq: dividendlar miqdoriga, bankning ssuda stavkasiga va aksiyaning sotilish narhiga. Bu o‘zgaruvchilar aksiyalar bo‘yicha noaniq miqdorlar hisoblanadi, obligasiyalar bo‘yicha esa faqat ssuda foizi (nominal va kupon ma’lum) miqdorigina noaniq bo‘lishi mumkin. Bu holat (noaniqlik) ishonchsizlikni keltirib chiqarmaydi.

Obligasiyalarning bahosi va daromadliligini (daromad olish usuliga bog‘liq holda) aniqlashda obligasiyalarning quyidagi har xil turlarini ko‘rib chiqamiz:

• nominal narxida so‘ndiriluvchi oldindan belgilangan kupon (foiz) stavkali obligasiyalar;

• nominal bo‘yicha so‘ndiriluvchi diskont bilan sotiladigan (joylashtiriladigan) nol kuponli obligasiyalar;

• nominal bo‘yicha so‘ndiriluvchi bir maromda ortib boruvchi kupon stavkali obligasiyalar;

• “fransuz turidagi” obligasiyalar (ular bo‘yicha daromad ularni egalari qo‘lida bo‘lgan davridagina to‘lab boriladi). Obligasiyalarning daromadlari uch ko‘rsatkich asosida belgilanadi:

1.daromadlilikning kupon normasi (me’yori) bilan (kuponda ko‘rsatilgan foiz stavkasida);

2.daromadlilikning joriy normasi bilan (kupon daromadini sotib olish narhiga nisbati bilan);

3.daromadlilikning to‘liq normasi bilan (obligasiyadan to‘liq foydalanganligidan: foiz daromad olish, ularni kapitalizasiyasi va nominal bahosini olish).

9.4. Korxona moliyaviy menejerining investision qarorlari

Korxonalarda inqiroz sharoitida investision qaror qabul qilishda avvalambor moliyaviy resurslarning chegaralanganligini hisobga olish lozim. Shuningdek, quyidagi qoidalarni ham e’tiborga olish lozim:

1) korxonadagi ishlab chiqarish, moliyalashtirish va investisiyalash jarayonlarini biznesning yagona tizimi sifatida o‘rganib, korxona o‘zlik mablag‘larining bozor qiymatini oshishiga olib kelishiga ta’sir etuvchi omil ekanligini hisobga olish;

2) kelajakda hali aniqlab olinmagan bozor holati asosida riskning mumkin bo‘lgan darajasini hamda ko‘p variantli bashoratga tayanib investision strategiyani ishlab chiqish;

3) pulning vaqtinchalik qiymatini hisobga olish;

4) investision loyiha daromadliligining to‘g‘ri keladigan stavkasini hisoblashda inflyasiya darajasi va uning oqibatlarini belgilash;

5) investisiyalash jarayonida chetdan jalb etilgan pul mablag‘larining qiymatini tashqi cheklov sifatida batafsil hisobga olish hamda investision loyihalarning yo‘l qo‘yilishi mumkin bo‘lgan darajadagi daromadlilik darajasini moliyaviy resurslarning ichki cheklovi sifatida hisobga olish.

Korxonalarda investision qaror qabul qilishda, avvalo korxonani rivojlantirishning samarali yo‘llarini (kriteriylarini) belgilash lozim. Bular quyidagilar:

1.Investisiya tabiatini aniqlash- bu jarayon investisiyalarni ma’lum bir belgilari bo‘yicha klassifikasiyalashni talab etadi:

- Tarmoq bo‘yicha;

- Investision loyihani amalga oshirishning majburiyligi nuqtai nazaridan;

- Investision loyihadan qo‘lga kiritilgan daromadlarga boshqa mavjud bo‘lgan investisiyalarning ta’sir etishiga qarab.

2. Kelajakdagi pul oqimlarini joriy baholash ayniqsa inqirozli holat mavjud bo‘lganda muhim ahamiyatga ega bo‘lib, bunda pul oqimlarining kelajakdagi qiymatiga inflyasiya darajasining ta’sirini aniqlash talab etiladi. Bu jarayon esa bevosita diskontlash usuli orqali amalga oshiriladi.

3. Qo‘shimcha pul oqimlarini hisobga olish. Investisiyalarni boshqarish jarayoni murakkab bo‘lib, bunda barcha omillarni hisobga olish lozim. Fikrimizcha investisiyalarni boshqarish bu – qabul qilingan strategiya asosida investision faoliyatni doimiy ravishda amalga oshirish va resurslar bilan ta’minlanganlik ustidan investorlarning (davlat, korxona, xorijiy sarmoyador, fuqaro) nazoratidir. Korxona yoki alohida xo‘jalik subyektlarida investisiyalarni boshqarish bugungi kunda dolzarb hisoblanadi. Korxonalarda qisqa muddatda kapital qo‘yilmasini boshqarish va uni foydaliligini nazorat qilish korxonaning kelajakdagi istiqboliga bog‘liqdir. O‘z navbatida, investisiya jarayonlarini boshqarishning asosiy funksiyalari quyidagilardan iborat:

- investisiya jarayonlarini rivojlanish strategiyasini qayta ishlash. Bu funksiyani amalga oshirish jarayonida rivojlanishning umumiy strategiyasi va tashqi iqtisodiy vositalarning bashorat hajmlarini butun tizimda va bundan tashqari investision faoliyatning butun ko‘rsatkichlarini uzoq muddatli davrda ham shakllantiradi investisiyalardan foydalanishning muhimligini ko‘rsatib beradi, yaqin istiqboldagi yechimlarni asoslaydi va investisiya siyosatini qayta ishlaydi;

- investisiyalarni boshqarishning samarali axborot tizimini yaratish, boshqaruvning turli muqobil variantlarini asoslash. Bu bosqichda dastlabki tashqi va ichki ma’lumot manbalari shakllantiriladi, rivojlanishning asosiy parametrlari bo‘yicha monitoring tashkil qilinadi va shu asosida investisiyalardan foydalaniladi;

- investision jarayonlarni turli jihatlarining tahlilini amalga oshirish. Hududda investision faoliyatning tezkor tahlili o‘tkaziladi. Investisiyalardan samarali foydalanish ko‘rsatkichlarining asosiy dinamikasi tadqiq etiladi. Omillarning fundamental tahlili amalga oshiriladi. Investision jarayonlarga ta’sir etuvchi ko‘rsatkichlar aniqlanadi;

- investisiyalardan samarali foydalanish va rejali rivojlantirishni amalga oshirish. Bu funksiyalarni amalga oshirish joriy rejalar tizimini qayta ishlaydi va investision resurslardan foydalanish bo‘yicha tezkor byudjet tuziladi. Bu rejaga asosan investision jarayonlarni rivojlanish strategiyasi qayta ishlab chiqiladi;

- investisiya faoliyati doirasida samarali boshqaruv va nazorat tizimini amalga oshirish. Bu esa investisiyalarni doimiy ravishda monitoring qilish imkoniyatini beradi;

- investision bozorni rivojlanishini tahlil qilish va bashoratlash, investision bozor konyukturasi va investision faoliyat bo‘yicha umumdavlat extiyojlarini aniqlashga imkon beradi;

- mamlakatning rivojlanish yo‘lida investisiya siyosati yo‘nalishlari strategiyasini ishlab chiqish;

- davlatning yaxlit investision dasturlarini ishlab chiqish;

- investision faoliyatni nazorat qilish, tartibga solish,

- rag‘batlantirish borasidagi qonunchilik faoliyatini ko‘rib chiqish;

- investision faoliyatni va barcha darajadagi tartibga solish chora-tadbirlarini amalga oshirish va monitoring qilish, shuningdek, alohida investision loyihalarni moliyalashtirish va qo‘llab-quvvatlash shular jumlasidandir.

Tayanch so‘z va iboralar

Restruktrizasiya, reorganizasiya, sanasiya, davr xarajatlari, bankrotlik, korxonani tugatish qiymati.

Test topshiriqlari

1. Yalpi investitsiyalar bu – ...

A.Moddiy boylik barpo etish uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish, pul va tovar shakllarida jamg'arilgan zahiralardir.
B.Ishlab chiqarish vositalarining iste'mol qilingan qismini qoplash hamda ularni qo'shimcha o'sishi maqsadida yo'naltirilgan ishlab chiqarish jamg'armalari va aholi mablag'lari qo'yilmalaridir.
C. Mulkiy huquqlar shaklidagi investisiyalar, aqliy mehnatga oid shakldagi investisiyalar va tabiiy resurslardan foydalanish shaklidagi investisiyalardir.
D. Ichki investisiyalar hamda tashqi investisiyalardir.

2. ***Xorijiy investitsiyalarning turlari qaysilar?***

A. Kapital, innovasion, ijtimoiy
B. Aqliy, maishiy, iqtisodiy
C. Asosiy, qo'shimcha, strtegik
D. Geografik, fiziologik, demografik

3. Investitsiya jarayoni bu – ...
A. Ishlab chiqarish vositalarini taklif qiluvchilar bilan ishlab chiqaruvchilarni shartnomalari bo'yicha nazorat qilinishi
B. Mahsulotga ehtiyoj sezayotganlar bilan sotuvchilarni uchrashtiradigan joy, makon
C. Omonatlarni qabul qiladiganlar bilan mablag'larni investisiyalaydiganlarning harakatining natijalari
D. Pul taklif qiluvchilarni pul talab qilayotganlar bilan uchrashtirish mexanizmi

4. Xorijiy investitsiya deb nimaga aytiladi?

A. Iqtisodiy samara olish yoki ijobiy ijtimoiy natijaga erishish uchun sarflanadigan pul mablag'lari, banklarga qo'yilgan omonatlar, qimmatli qog'ozlar, texnologiyalar, asbob-uskunalar, lisenziyalar va samara beradigan boshqa har qanday boyliklardir

B. Barcha turdagi milliy va intellektual boyliklar tushunilib, ular tadbirkorlik faoliyati obyektlariga yo'naltirilib daromad keltirishi yoki biror-bir ijobiy samaraga erishishi zarur
C. Bir davlatdan boshqa davlatga daromad olishi uchun yo'naltirilgan har qanday shakldagi mulk
D. Tadbirkorlik faoliyatiga yo'naltirilgan mablag'lar

5. Xorijiy investisiyaning ichki investitsiyadan farqi nimada?

A. Boshqa davlat tomonidan o'zlashtiriladi
B. Investor boshqa mamlakat fuqarosi bo'ladi
C. Investisiya chet ellik investor tomonidan mamlakat hududiga olib kiriladi
D. Investisiyalarni moliyaviy manbalari turlicha bo'ladi

6. O'zbekistonda tuzilmaviy investitsiya siyosatining tarkibiy qismlari nimalardan iborat?
A. Hududlar investisiya siyosati, tarmoqlar investisiya siyosati, korxonalar investisiya siyosati
B. Ijtimoiy investision siyosat, tarmoq investisiya siyosati, davlat investisiya siyosati
C. Xorijiy investisiya siyosati, milliy investisiya siyosati, hududiy investisiya siyosati
D. Innovasion siyosat, milliy investision siyosat, hududiy investision siyosat

7. Investitsiya loyihasini samaradorligini baholash usullari nechta va ular qaysilar?
A. 2 ta, moliyaviy va iqtisodiy
B. 2 ta, innovasion va investision
C. 2 ta, innovasion va loyihaviy
D. 2 ta, matematik va iqtisodiy

8. Investisiya loyihalarining samaradorligini chuqur tahlil etish uchun qanday koeffisiyentlardan foydalaniladi?
A. NPV, PI, IRR, DPP
B. NPV, ICOR, BERI

C. NPV, WACC
D. NPV, SARM

9. Qanday ko'rinishdagi mulk shakllarini biz xorijiy investitsiya deya olmaymiz?
A. Elchixona
B. Texnika-texnologiya
C. Asbob-uskunalar
D. Barcha javoblar to'g'ri

10. Real investitsiyalar bu – ...
A. Korxona mablag'larini bevosita ishlab chiqarishga sarflaydigan investisiyalari
B. Kapital qurilishga sarflanishi mo'ljalangan moliyaviy investisiyalar
C. Pul mablag'larini korxonaning moddiy va nomoddiy aktivlariga sarflanishi
D. Chetdan safarbar etilgan investisiya

X BOB. DEBITORLIK VA KREDITORLIK QARZLARINI BOSHQARISH

10.1 Korxonalarda debitorlik va kreditorlik qarzlarining vujudga kelish sabablari.

10.2 Korxonalarda debitorlik va kreditorlik qarzlarini boshqarishning asosiy jihatlari.

10.3 Debitorlik va kreditorlik qarzlarini boshqarish siyosat turlari va ulardan korxona uchun optimalini tanlash masalalari.

10.4 Debitorlik qarzlarini qayta investisiya qilishning zamonaviy shakllari va ulardan foydalanish masalalari.

10.1. Korxonalarda debitorlik va kreditorlik qarzlarining vujudga kelish sabablari

Debitorlik qarzi deganda korxona o‘z mijozlaridan kreditga sotilgan tovarlar yoki xizmatlar uchun olish huquqiga ega bo‘lgan summani anglatadi. Boshqacha qilib aytganda, bu sizning mijozingizning shartnoma majburiyatlari bo‘yicha sizga qarzi bo‘lgan miqdordir. Debitorlik qarzlari, shuningdek, qarzdorlar, savdo debitorlari, debitorlik qarzlari yoki tijorat debitorlik qarzlari sifatida ham tanilgan.

Kreditorlik qarzi - bu korxona balansida majburiyat sifatida ko‘rsatilgan korxonaning yetkazib beruvchilarga qarzi bo‘lgan har qanday pul summasi. Oddiy so‘zlar bilan aytganda, tovar yoki xizmatlarni keyinroq to‘lash sharti bilan sotib olinganda, to‘langunga qadar hisoblangan summa kreditorlik qarzi deb ataladi. Kreditorlik qarzlari kreditor qarzlar deb ham ataladi va korxona to‘lashi kerak bo‘lgan umumiy summa balansda "har xil kreditor" boshidagi majburiyat sifatida ko‘rsatiladi.

Debitorlik va kreditorlik qarzlarini to‘g‘ri boshqarish korxonaning moliyaviy holatini baholash uchun juda muhimdir. Ikkala turdagi hisobvaraqlar ko‘p yoki kamroq o‘xshash tarzda qayd etilgan bo‘lsa-da, ulardan biri aktiv hisobi, ikkinchisi esa majburiyat ekanligini yodda tutish kerak. Yuqoridagi ta’rifga ko‘ra, debitorlik qarzlari mijozlar tomonidan biznesga qarzdor bo‘lgan pul, kreditorlik qarzi esa yetkazib beruvchilarga qarz bo‘lgan pul degan xulosaga kelish mumkin. Bu

korxonaning moliyaviy hisobotida qaysi mezonlar bo‘yicha qayd etilganligini aniq tushunish imkonini beradi. Debitorlik qarzi sizga qarz bo‘lganligi sababli, bu aktivlar bo‘limida, kreditorlik qarzlari esa siz qarz bo‘lgan pul bo‘lganligi sababli, u majburiyatlar bo‘limida qayd etiladi.

Kreditorlik va debitorlik qarzlari bir tanganing ikki tomonidir. Qancha qarz bor? Ushbu ma’lumot korxona biznesining moliyaviy kuchini tushunishga va sog‘lom pul oqimini yaratish amaliyotini qo‘llashga yordam beradi. Moliya va buxgalteriya hisobi yechimi korxonalarga vaqtni tejash, nazoratni yaxshilash va hisob-fakturalarni qayta ishlash va to‘lovlarni avtomatlashtirish orqali samaradorlikni oshirishga yordam beradi. Masalan, dasturiy ta’minot qo‘lda kiritishni bekor qilish va chegirmalarni avtomatik hisoblash orqali hisob-fakturalarni qayta ishlash uchun zarur bo‘lgan vaqt va kuchni minimallashtirishi mumkin. Hisob-fakturalar va xarid buyurtmalari o‘rtasida nomuvofiqliklar mavjud bo‘lganda, u avtomatik ravishda istisnolarni qayta ishlashni amalga oshiradi va yo‘qolgan hisobvaraqlar yoki soxta hisob-faktura to‘lovlari ehtimolini kamaytirish uchun barcha kreditorlik qarzlari jarayoni haqida real vaqt rejimida ma’lumot beradi.

Kreditorlik va debitorlik qarzlari o‘rtasidagi asosiy farq nimada? Kreditorlik qarzlari biznes xarajatlari uchun sotuvchilar va yetkazib beruvchilardan qarzdor bo‘lgan pul bilan bog‘liq. Ushbu hisoblar odatda takrorlanadi va korxona balansida joriy majburiyat sifatida ko‘rib chiqiladi. Debitorlik qarzlari - bu sizning tovarlaringiz va xizmatlaringiz uchun mijozlar sizga qarzdor bo‘lgan puldir. Ular balans va boshqa buxgalteriya hisobotlarida joriy aktivlar sifatida qayd etiladi. "Umumiy qoida - kreditorlik qarzlari bo‘yicha qulay shartlarni muzokara qilishdir, bu esa siz imkon qadar kechroq to‘lashingiz mumkinligini anglatadi", deydi Richmond. "Debitorlik qarzlari bo‘yicha to‘lovni tezda olishingiz muhim."

Kreditorlik va debitorlik qarzlar biznesga to‘lash uchun yetarli mablag‘lar kelishini ta’minlaydi. Kreditorlik va debitorlik qarzlarini hisobga olmasdan, pul oqimlarini samarali boshqarib bo‘lmayidi. Ikkala turdagi hisoblarni boshqarish kelgusidagi hisob-kitoblarni byudjetlashtirish, sotuvchilar va yetkazib beruvchilar bilan yaxshiroq

shartlarga ega bo‘lish yo‘llarini aniqlash va mijozlarni o‘z hisoblarini tezroq to‘lashga rag‘batlantirish imkonini beradi. Bundan tashqari, muddati o‘tgan hisoblarni yig‘ish uchun ketadigan vaqtni qisqartirishi mumkin. Naqd pul oqimini noto‘g‘ri boshqarish biznesdagi muvaffaqiyatsizliklarning taxminan 80 foiziga sabab bo‘ladi.

Kreditorlik qarzlari biznes yuritishning standart qismidir. Ularni yaqindan kuzatib, sotuvchilar va yetkazib beruvchilar haqida yaxshiroq ma’lumotga ega bo‘lish mumkin. Bu haddan tashqari ishonadigan biznes hamkorlarni aniqlashga yordam beradi va erta to‘lasan yoki ulardan ko‘proq sotib olish bo‘yicha yaxshiroq shartlarni tuzishingiz mumkin.

Debitorlik qarzlarini boshqarish mijozlarga to‘lovlarni amalga oshirish va qachon to‘lash haqida xabardor bo‘lishni talab qiladi. Maqsad - imkon qadar tezroq to‘lov olishingiz, ya’ni mijozlarga hisob-fakturalarni zudlik bilan yuborish, to‘lanmagan hisob-kitoblarni kuzatib borish va erta to‘lagan mijozlarga chegirmalar taklif qilish mumkin bo‘ladi. Iloji bo‘lsa, mijozlarning 10 kunlik siklda to‘layotganiga ishonch hosil qiling. Defolt bo‘lgan mijozlardan yig‘ish paytida his-tuyg‘ularni aralashtirmaslik ham muhimdir.

Naqd pul oqimini optimallashtirish uchun odatda imkon qadar to‘lovchidan tezroq to‘lovlarni olishni va sotuvchilarga esa to‘lash uchun imkon qadar ko‘proq vaqt talab qilinadi. Bu yerda kreditorlik va debitorlik qarzlari bo‘yicha chegirmalar paydo bo‘ladi. Debitorlik qarzlari bo‘yicha chegirmalar mijozlarni erta to‘lashga majburlashning keng tarqalgan usuli bu erta to‘lov uchun chegirmani taklif qilishdir. Bu, agar mijoz muddatidan oldin to‘lasa, undan arzonlashtirilgan narxni undirishni anglatadi. Qancha chegirma taklif qilish kerakligini aniqlash uchun joriy foyda marjasini ko‘rib chiqish lozim bo‘ladi.

Maqsad har doim sotuvchilarga imkon qadar kech va eng yaxshi shartlarda to‘lashdir. Yetkazib beruvchi bilan bo‘lgan munosabatlarda erta yoki oldindan to‘langan harid uchun sotuvchi chegirma berish mumkin.

Jadal iqtisodiy sharoitlarda debitorlik va kreditorlik qarzlari ishlab chiqarishni rivojlantirishga, korxonaning moliyaviy ahvolini yaxshilashga yordam beradigan zarur hodisadir. Lekin

mikroiqtisodiyotda debitorlik va kreditorlik qarzlari me’yordan oshib ketib muddatidan kechiktirilsa iqtisodiyotning mikro va makro darajalarida jiddiy falokat sifatida bir qator korxonalarning to‘lov qobiliyatsizligini keltirib chiqaradi. Bular esa korxonalarni bankrot bo‘lishga olib boradi, davlat byudjetiga daromad tushishini kamaytiradi, iqtisodiyotning barqaror taraqqiyotiga putur yetkazadi. Debitorlik qarzlari o‘z mohiyatiga ko‘ra ikki guruhga bo‘linadi: normal va normal bo‘lmagan debitorlar.

Normal jarayon tufayli kelib chiqadigan qarzga quyidagilar kiradi: mahsulot yetkazib beruvchilarga shartnoma asosida beriladigan bo‘naklar (gaz, elektr energiyasi, avtotransport va aloqa xizmatlari, materiallar xarid qilish), shuningdek, to‘lovlarning tovar bilan qaytarilmagan qismi, hisobot berish sharti bilan pul olgan (berilgan bo‘naklar bo‘yicha) shaxslarning belgilangan hisobot topshirish muddatlari doirasidagi qarzlari.

Normal bo‘lmagan debitorlik qarzi: kamomadlar, talon-tarojlar, va o‘g‘riliklar bo‘yicha qarzlarni, tovarlar (yoki xizmatlar) miqdori va sifati belgilangan assortimentga mos kelmasligi tufayli bildirilgan hamda javob beruvchilar tan olgan yoki hakamlar qaror qilgan qarzlardir.

Debitorlik va kreditorlik qarzlarini o‘rganish debitorlik qarzi qoida tariqasida, pul va moddiy mablag‘lar amalda chiqib ketishi hisobiga paydo bo‘lishini, ularning kamayishi esa pul va moddiy mablag‘lar qaytib kelishi yoki qayta baholanishi natijasi bo‘lishi mumkinligini ko‘rsatmoqda.

Kreditorlik qarzi tashqaridan mablag‘lar kelishi (mahsulot yetkazib berilishi, sho‘ba va uyushmaga kirgan korxonalarga qarzlar) hamda xo‘jalik faoliyati jarayonida qarz paydo bo‘lib, uning yozilishi natijasida vujudga keladi. Kreditorlik qarzining ushbu guruhi bo‘yicha qarz xo‘jalik faoliyati jarayonida yozilganida paydo bo‘ladi, qarzlar olingan daromadlar hisobiga to‘lanadi.

Shu munosabat bilan korxona rahbarlari qarzni yozish davrining qisqarishiga va u korxona daromadlari hisobidan to‘lanishlariga erishishlari kerak. Debitorlik va kreditorlik qarzlarini o‘rganish va tahlil qilish uchun ularni ifodalovchi ko‘rsatkichlarni bilishni taqozo qiladi.

10.2. Korxonalarda debitorlik va kreditorlik qarzlarini boshqarishning asosiy jihatlari

Debitorlik qarzlarini boshqarish kredit sotish hisobiga mijoz oldidagi qarzni rejalashtirish va nazorat qilishni anglatadi. Oddiy so‘zlar bilan aytganda, korxona buyurtmasining muvaffaqiyatli yopilishi faqat savdoni naqd pulga aylantirshda aniqlanadi. Savdolar naqd pulga aylantirilgunga qadar, korxona "qancha pul olishi kerakligini" boshqarish kerak. Kimdan? Va qachon? Buning uchun kreditni boshqarish tizimi sifatida mashhur bo‘lgan debitorlik qarzlarini boshqarish kerak. Yana bir sabab, debitorlik qarzlari naqd pul tushumining asosiy manbalaridan biri bo‘lib, kredit sotish hajmini hisobga olgan holda, debitorlik qarzlarida katta miqdorda pul bog‘lanib qoladi. Bu shunchaki ko‘p pul to‘lanmaguncha mavjud emasligini anglatadi. Agar ular samarali boshqarilmasa, bu biznesning aylanma mablag‘lariga bevosita ta’sir qiladi va biznesning rivojlanishiga to‘sqinlik qiladi.

Debitorlik qarzlarining miqdori aylanma aktivlar tarkibida egallagan ulushidan kelib chiqib o‘z ta’sirini ko‘rsatadi. Korxonada ko‘p holatlarda oz bo‘lsada debitorlik qarzlari bo‘ladi. Bu odiy holat bo‘lishi mumkin, lekin hozirgi kunga kelib korxonalar bo‘sh pul mablag‘laridan yanada samarali foydalanishga intilishlarini hisobga oladigan bo‘lsak, debitorlik qarzlari bu holatda foydalanib bo‘lmaydigan bo‘sh turgan mablag‘lar hisoblanadi. Bundan tashqari, debitorlik qarzlarini boshqarish korxona marketing siyosati bilan chambarchas bog‘liq bo‘lishi kerak.

Debitorlik qarzlari :

- Xaridor va buyurtmachilar qarzi;
- Olingan veksellar;
- Sho‘ba va filiallar qarzi;
- Berilgan avanslar;

Boshqa debitorlik qarzlari.

Korxona moliyasining alohida e’tibor talab qiladigan jihatlaridan biri bu debitorlik qarzlaridir. Buning sababi shundaki, debitorlik qarz har qanday biznes jarayoni uchun juda muhimdir. Bu korxonalar faoliyatida ishonchli to‘lovni qayta ishlashga bog‘liq. Moliyaviy

boshqaruvi yomon bo‘lgan korxonalar bankrotlik yo‘lida bo‘lishadi. Xo‘sh, biznesning bir xil yo‘ldan bormasligiga qanday ishonch hosil qilish mumkin?

Mijozlar bilan biznes qilishdan kutayotgan foyda biznesning qon tomiridir. Shunday qilib, debitorlik qarzni noto‘g‘ri boshqarishning har qanday shakli biznesning moliyaviy holatiga bevosita ta’sir qilishi mumkin. Hech bir korxona, qanchalik katta bo‘lishidan qati nazar, o‘z boshqaruvidan chetlana olmaydi va biznesining rivojlanishini kuta olmaydi. Shuning uchun korxonada debitorlik qarzlarini boshqarishni yaxshi tushunish va uni kuzatib borayotganligiga ishonch hosil qilish uchun barcha zarur choralarni ko‘rish zarur.

Korxonalar kreditni kengaytirish siyosatini ishlab chiqishlari kerak, unga har doim rioya qilish va yo‘l qo‘yiladigan kamchiliklarni bartaraf etish uchun vaqti-vaqti bilan qayta ko‘rib chiqilishi kerak, shuningdek, uning joriy iqtisodiy sharoitlarga mos kelishiga ishonch hosil qilish kerak. Siyosat yangi mijozlarni jalb qilish uchun potensial va ma’lum tendentsiyaga ega bo‘lishi kerak, shuningdek potentsial yomon mijozlardan himoyalanish kerak. Korxonalar savdo kreditlarini boshqarishda va muddati o‘tgan qarzlarni qoplashda foydalanilishi lozim bo‘lgan kredit undirish bo‘yicha mukammal tamoyillar va amaliyotlarni aniq ifodalovchi mustahkam siyosatga ega bo‘lishi kerak. Siyosat pul oqimini yaxshilash va o‘rtacha yig‘ish muddatini keskin qisqartirish uchun qarzlarni undirish bo‘yicha turli strategiyalarni o‘z ichiga olishi kerak. Bu umidsiz qarz yo‘qotishlarini qisqartirish vositasidir.

Rahbariyat umidsiz qarz yo‘qotishlarini keskin kamaytirish va o‘rtacha yig‘ish muddatlarini qisqartirish orqali likvidlikni yaxshilash uchun keng qamrovli operatsion siyosat va tartiblarni yaratishga imkon beradigan mustahkam avtonom kredit bo‘limini tashkil etishni ma’qullashi juda muhimdir. Chunki hozirda ko‘p sonli o‘rganilayotgan korxona va firmalar faoliyatida mavjud bo‘lgan debitorlik qarzlariga ortiqcha investitsiyalarni kamaytirish va debitorlik qarzlarining sifatini baholash uchun kredit monitoringini kuchaytirish zarur. Korxjnalar mijozlarga schyot-fakturalarni taqdim etish vaqtini qisqartirish uchun hisob-faktura tizimini avtomatlashtirishlari kerak. Bu o‘rtacha yig‘ish

muddatini qisqartiradi. Shuningdek avtomatlashtirilgan hisob-fakturalar, hisob-fakturalardagi xatolarni bartaraf etishga intiladi va bu sohadagi muammalar sonini kamaytiradi.

Kreditorlik qarzlari quyidagilardan iborat:

- mol yetkazib beruvchi va pudratchilardan qarz;
- to‘lanadigan veksellar;
- ish haqi bo‘yicha qarzlar;
- byudjet oldidagi qarzlar;
- olingan avanslar;
- boshqa kreditorlik qarzlari.

Korxonaning to‘lovga qobiliyatliligini va moliyaviy barqarorligini saqlash maqsadida kreditorlik qarzlarini boshqarishda quyidagilarga e’tibor qaratiladi:

1. Uzoq muddatli kreditlar bo‘yicha amalga oshirilayotgan loyihalar samaradorligini oldindan baholash;

2. Kreditorlik qarzlari va debitorlik qarzlarining miqdor va vaqt jihatdan bir-biriga o‘zaro muvofiqligini ta’minlash;

3. Kreditorlik qarzlarini o‘z vaqtida qoplash maqsadida to‘lov kalendarlarini ishlab chiqish;

4. Kreditorlik qarzlarining ta’sir doirasidan kelib chiqqan holda suniy ravishda qarzlarni yuzaga keltirish

5. Shartnomaviy munosabatlarni to‘g‘ri tashkil etish (oy yoki chorak oxirida mahsulot sotish bo‘yicha debitorlik qarzi shakllanishi navbatdagi oy yoki chorak boshida soliq to‘lovlari bo‘yicha kreditorlik qarzi shakllanishiga sabab bo‘ladi).

Kreditorlik qarzlari:

- ► mol yetkazib beruvchi va pudratchilardan qarz;
- ► to‘lanadigan veksellar;
- ► ish haqi bo‘yicha qarzlar;
- ► byudjet oldidagi qarzlar;
- ► olingan avanslar;
- ► boshqa kreditorlik qarzlari.

Korxonaning to‘lovga qobiliyatliligini va moliyaviy barqarorligini saqlash maqsadida kreditorlik qarzlarini boshqarishda quyidagilarga amalga oshirilad:

Debitorlik qarzlari to‘lanmagan schyot-fakturalar yoki mijozlaringiz tomonidan hali to‘lanishi kerak bo‘lgan pullarni anglatadi. To‘lanmaguncha, bunday hisob-fakturalar yoki pullar debitorlik qarzlari sifatida hisobga olinadi. Debitorlik qarzlari sifatida ham tanilgan. Sizning biznesingiz muammosiz ishlashi uchun sizga doimo naqd pul kerak bo‘ladi va debitorlik qarzlarining o‘z vaqtida to‘lanishi pul oqimini samarali boshqarish uchun juda muhimdir. Va atama shuni ko‘rsatadiki, debitorlik qarzlaringizni boshqarish debitorlik boshqaruvi deb ataladi. Asosan, kredit siyosatini aniqlash, to‘lov shartlarini belgilash, to‘lovlar bo‘yicha kuzatuvlarni jo‘natish va to‘langan to‘lovlarni o‘z vaqtida undirish jarayoni debitorlik qarzlarini boshqarish sifatida belgilanishi mumkin. Debitorlik qarzlarini boshqarish ham shunday nomlanadi:

- to‘lovlarni undirish;
- To‘plamni boshqarish
- debitorlik qarzlari

Debitorlik qarzlarini boshqarishning maqsadlari.

Garchi debitorlik qarzlarini boshqarish oddiy bo‘lib tuyulsa-da, lekin biznesning tabiatiga qarab, uni boshqarish juda zerikarli vazifaga aylanishi mumkin. Biznes o‘sib borishi bilan jarayonlar ham rivojlanadi va tobora murakkablashadi, shuning uchun debitorlik qarzlarтıı boshqarish uchun buxgalteriya dasturi korxona standartlari va ehtiyojlariga mos kelishi kerak. Endi biznesni muvaffaqiyatli yuritish uchun nima kerak? Pul! To‘g‘rimi? Shunday qilib, naqd pul oqimini optimal darajada ushlab turish uchun debitorlik qarzlarтi diqqat bilan kuzatib borish juda muhimdir. Shunday qilib, quyida debitorlik qarzlarini boshqarishning asosiy maqsadlari keltirilgan:

1. Pul oqimini yaxshilashga yordam beradi. Shubhasiz, debitorlik qarzlarini to‘g‘ri boshqarish biznes egalariga naqd pul oqimini barqaror saqlashga yordam beradi. Bu jarayon sizga naqd pulingiz qayerda tiqilib qolganligi haqida aniq tasavvurga ega bo‘lib, barcha savdo operatsiyalarining tizimli yozuvini saqlab qoladi. Bu sizning

kundalik tranzaktsiyalaringizni amalga oshirish uchun yetarli miqdorda naqd pulga ega bo‘lishingizni ta’minlaydi va siz o‘zingizning kredit siyosatingiz yoki kredit limitingizdan ortiq kredit mablag‘larini bermaysiz.

2. Noto‘g‘ri qarzlar tufayli yo‘qotishlarni kamaytiradi. Bloklangan naqd pul sizning kundalik faoliyatingizni amalga oshirish uchun mablag‘ yetishmasligini anglatadi. Hech bir korxona har qanday yo‘qotishlarga duchor bo‘lishni xohlamaydi. Agar debitorlik qarzlari samarali boshqarilmasa, ular umidsiz qarzlarga olib keladi va natijada yo‘qotishlarga olib keladi. Debitorlik boshqaruvi sizga to‘lovlar jadvalini yaqindan kuzatib borish imkonini beradi, shunda siz o‘z qarzdorlaringizni muntazam kuzatib borishingiz va naqd pul oqimining maqbul darajasini saqlab qolishingiz mumkin.

3. Mijozlarning qoniqish darajasi yaxshilandi. Debitorlik boshqaruvi sizning xaridorlaringiz va ularning to‘lov ko‘rsatkichlarini ham kuzatib borgani uchun siz mijozlaringizga chegirmalar va barqaror to‘lov rekordini saqlab qolish uchun takliflar berib, ular bilan munosabatlaringizni yaxshilashingiz mumkin. Bu sizning biznesingiz va mijozlaringiz o‘rtasidagi shaffoflikni oshirishga yordam beradi va shu bilan uzoq muddatli munosabatlar bilan mustahkam aloqani o‘rnatadi.

4. Savdo hajmini oshiring. Debitorlik boshqaruvi sotishni ko‘paytirishga yordam beradi, natijada rentabellik oshadi. Korxonalar o‘z mijozlariga kredit imkoniyatlarini kengaytirishlari mumkin, bu esa ularning savdo hajmini oshirishga yordam beradi, chunki ko‘proq mijozlar kredit asosida mahsulot sotib olish orqali ushbu imkoniyatdan foydalanadilar.

Kreditga savdo qilinganda, albatta, tomonlar qarzdor bo‘lgan to‘lovlarni kuzatib borishi kerak bo‘ladi. Qarsdorlardan olingan barcha bunday to‘lovlar to‘lanmagan debitorlik qarzlar bo‘ladi. To‘lanmagan debitorlik qarzlarini boshqarish biznes uchun juda muhim bo‘lishi mumkin, chunki bu nafaqat tomonlarning qancha qarzdorligini tushunishga yordam beradi, balki to‘lovlarni o‘z vaqtida undirib, kerak bo‘lganda uni biznes uchun ishlatishga yordam beradi.

To‘lovlarni yozib va kuzatib boorish, redit muddatidan foydalanish, uzoq vaqt davomida kutilayotgan hisob varaqlarni diqqat bilan kuzatish mijozning to‘lov samaradorligini ta’minlaydi.

Debitorlik qarzlarini samarali boshqarish biznesga bir necha jihatdan foyda keltiradi. Eng muhimi, naqd pulga sotishni tezroq amalga oshirish orqali pul tushumining oshishidir. Bu, shuningdek, kutilayotgan hisobvaraqlarda nomuvofiqlikka yo‘l qo‘ymaslik orqali mijozingiz bilan yaxshi munosabatlarni o‘rnatishga yordam beradi va umidsiz qarzlar xavfini kamaytiradi. Bularning barchasi sizning hisobingizdagi debitorlik qarzlarining yuqori qismida bo‘lishingizni talab qiladi va siz buxgalteriya dasturidan foydalangan holda bunga osongina erishishingiz mumkin. Bu sizga muddati o‘tgan, uzoq muddatda to‘lanmagan hisobvaraqlar bo‘yicha harakatlaringizni kuzatish va o‘z vaqtida amalga oshirishda yordam beradi, natijada biznesning rivojlanishi uchun zarur bo‘lgan naqd pul oqimi ko‘payadi.

10.3. Debitorlik va kreditorlik qarzlarini boshqarish siyosat turlari va ulardan korxona uchun optimalini tanlash masalalari

Aksariyat korxonalarda rasmiy debitorlik siyosati mavjud bo‘lib, ular qachon to‘lash, qancha to‘lash va qachon qayitarish kerakligini belgilaydi. Afsuski, hamma korxonalar ham ushbu siyosatni samarali qo‘llamaydilar, hatto to‘g‘ri jarayonlarni ham qabul qilmaydilar.

Savdoni birinchi o‘ringa qo‘yadigan korxonalar ko‘pincha mijozlarga kredit berish, chegirmalarni taklif qilish yoki to‘lov shartlarini e’tiborsiz qoldirish tuzog‘iga tushib qolishadi. Bunday hollarda menenjer aylanma mablag‘larga e’tibor qaratmasa, beixtiyor mijozlarni bepul moliyalashtirish ta’minlanadi.

Ba’zilar bu katta ish emas deb ta’kidlashi mumkin, ammo haqiqat unchalik oddiy emas. Agar korxona o‘z majburiyatlarini bajarish uchun qarz olishi kerak bo‘lsa, chunki mijozlar to‘lovni kechiktirsa, u faqat moliyalashtirish to‘lovlari bo‘yicha yo‘qotishlarga duch kelishi mumkin. Agar bunday bo‘lmasa ham, muddati o‘tgan debitorlik qarzlarini mavjudligi korxonalar uchun qimmatga tushadi. O‘sish imkoniyatlariga

sarmoya kiritish, aksiyadorlar to‘lovlarini ko‘paytirish, yangi uskunalar sotib olish yoki yangi mahsulotlarni joriy qilish uchun bo‘sh kapitalga ega bo‘lish o‘rniga, mablag‘lar balansga bog‘langan bo‘ladi.

Ushbu siyosat kreditorlik qarzlari bilan bog‘liq potentsial risklarni kamaytirish bo‘yicha nazorat choralarini belgilaydi va quyidagilarni belgilaydi:

- to‘lovlar to‘g‘ri sotuvchiga yetkazib berilgan tovarlar va xizmatlar uchun to‘g‘ri miqdorda to‘langanligiga ishonch hosil qilish uchun barcha hisob-fakturalar tekshirilishi kerak;
- buyurtma asosidagi to‘lovlar uchun sotuvchi hisob-fakturasi va xarid buyurtmasi o‘rtasidagi 10 foizdan ortiq yoki 1000 AQSh dollari yoki mahalliy valyutadagi ekvivalenti (ikkisidan kichigi) to‘lovni amalga oshirishdan oldin hal qilinishi kerak;
- to‘lov so‘rovini tekshirish ro‘yxati barcha to‘lovlar uchun to‘ldirilishi kerak;
- imzoni nazorat qilish hujjati har bir idoraning ushbu siyosatda keltirilgan shablon va ko‘rsatmalar asosida yuritilishiga masuldir va to‘lovlarni amalga oshirishda vakolatli tasdiqlovchilarga tayanishi kerak;
- moliyaviy majburiyatning boshlanishidan to uning amalda to‘lanishigacha tegishli moliyaviy nazoratni ta’minlash uchun funktsional masuliyatning tegishli taqsimlanishi bo‘lishi kerak.

Korxonaning debitorlik qarzlarini tahlil qilishda bir nechta ko‘rsatkichlarni o‘rganish maqsadga muvofiqdir. Bu ko‘rsatkichlarning ayrimlarini ko‘rib o‘tamiz:

Sarmoyani immobilizasiyalash koeffisiyenti (Ks.im.) xo‘jalik mablag‘lari umumiy summasida debitorlik qarzining ulushini ko‘rsatadi va u quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$\mathbf{K_{s.im}=\frac{Deb.qarz}{S}}, \qquad (10.1)$$

bunda: Deb.qarz - debitorlik qarzi;

S - xo‘jalik mablag‘lari (sarmoya)ning umumiy summasi.

Ushbu koeffisiyent qancha katta bo‘lsa, umumiy sarmoya summasidan shuncha ko‘p mablag‘ debitorlik qarziga jalb etiladi va boshqa yuridik hamda jismoniy shaxslar qo‘lida bo‘ladi.

Aylanma mablag‘larni immobilizasiyalash koeffisiyenti ($\mathbf{K_{mab.im}}$.) debitorlik qarzining aylanma mablag‘lardagi ulushini ko‘rsatadi va u quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$\mathbf{K_{mab.im}} = \frac{\mathbf{deb.qarz}}{\mathbf{Ayl.mab}} \qquad (10.2)$$

bunda: Ayl.mab. - aylanma mablag‘lar so‘mmasi.

Ushbu koeffisiyent qancha yuqori bo‘lsa, shuncha ko‘p aylanma mablag‘ aylanishdan debitorlik qarzlariga jalb etilgan bo‘ladi va boshqa yuridik hamda jismoniy shaxslar ixtiyorida bo‘ladi.

Jalb etilgan mablag‘lar koeffisiyenti ($\mathbf{K_{jm}}$) kreditorlik qarzining xo‘jalik mablag‘lari umumiy summasidagi ulushini ko‘rsatadi va u quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$\mathbf{K_{jm}} = \frac{\mathbf{Kred.qarz}}{\mathbf{S}} \qquad (10.3)$$

bunda: $\mathbf{K_{jm}}$ – muayyan sanadagi kreditorlik qarzi summasi.

Koeffisiyent oshib borgan sari kreditorlik qarzining korxona umumiy xo‘jalik mablag‘lari summasidagi salmog‘i ham oshib boradi va boshqa jismoniy hamda yuridik shaxslarning aylanmaga jalb etilgan mablag‘lari ko‘payishidan dalolat beradi.

Ushbu koeffisiyentdan kreditorlik qarzini tahlil qilish chog‘ida foydalaniladi. Agar mablag‘lar manbalari tahlil qilinayotgan bo‘lsa, jalb etilgan mablag‘lar koeffisiyentini quyidagi formula bo‘yicha hisoblash zarur:

$$\mathbf{K_{jm}} = \frac{\mathbf{P_2B}}{\mathbf{S}}, \qquad (10.4)$$

bunda: $\mathbf{P_2B}$ - balans passivi 2-bo‘limining jami.

U jalb etilgan mablag‘larning xo‘jalik mablag‘lari umumiy summasidagi ulushini ko‘rsatadi.

Kreditorlik va debitorlik qarzlari nisbatining koeffisiyenti ($\mathbf{K_{kr.deb}}$) kreditorlik qarzining debitorlik qarzidagi ulushini ko‘rsatadi va u quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$\mathbf{K_{kr.deb}} = \frac{\mathbf{Kred.qarz}}{\mathbf{Deb.qarz}}, \quad (10.5)$$

Agar ushbu koeffisiyent 1,0 dan ko‘p bo‘lsa, u kreditorlik qarzi debitorlik qarzidan oshib ketganligini, ya’ni xo‘jalik mablag‘lari umumiy summasidagi jalb etilgan mablag‘lar boshqa yuridik va jismoniy shaxslar qo‘lidagi mablag‘lardan ortiq ekanligini ko‘rsatadi va aksincha. Agar bu koeffisiyent 1,0 dan kam bo‘lsa - boshqa yuridik va jismoniy shaxslarga foydalanish uchun berilgan mablag‘lar jalb etilgan mablag‘lardan ortiq ekanligini ko‘rsatadi.

Muddati o‘tgan debitorlik qarzi koeffisiyenti (Kmud.d.k.) debitorlik qarzida uning muddati o‘tgan qismi qanday ulushga egaligini ko‘rsatadi va quyidagi formula bo‘yicha belgilanadi:

$$\mathbf{Kmud.d.k.} = \frac{\mathbf{mud.deb.k.}}{\mathbf{Deb.qarz}} \quad (10.6)$$

bunda: Mud.deb.k. - muddati o‘tgan debitorlik qarzi so‘mmasi.

Ushbu koeffisiyentning ortib borishi qarzlarni undirishdagi mavjud kamchiliklarni, moliyaviy ahvol, buyurtmachilar, xaridorlar tomonidan hisob-kitob-to‘lov intizomi buzilayotganligi kabi salbiy jarayonlarni ko‘rsatadi.

Muddati o‘tgan kreditorlik qarzi koeffisiyenti (Kmud.kr.k.) kreditorlik qarzida uning muddati o‘tgan qismi qanday ulushga egaligini ko‘rsatadi va u quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$\mathbf{Kmud.kr.k.} = \frac{\mathbf{Mud.kred.k.}}{\mathbf{Kred.qarz}} \quad (10.7)$$

bunda: Mud.kred.k - muddati o‘tgan kreditorlik qarzi summasi.

Bu koeffisiyentning ortishi hisob-kitob-to‘lov intizomida kamchiliklar mavjudligini, korxonaning moliyaviy ahvoli yomonligini, uning nolikvidliligi va to‘lovga qobiliyatsizligini ko‘rsatadi.

Bularning barchasi korxonaning moliyaviy ahvoliga salbiy ta’sir ko‘rsatadi. Korxona rahbarlari muddati o‘tgan debitorlik va kreditorlik

qarzlarini tugatish, shuningdek, mahsulot yetkazib beruvchilar va xaridorlar bilan hisob-kitob hamda to‘lov intizomini yaxshilash uchun hamma choralarni ko‘rishi, byudjetga soliqlarni o‘z vaqtida va to‘la hajmda to‘lashi kerak.

Muddati o‘tgan debitorlik va kreditorlik qarzlarining har bir turi bo‘yicha ularning kelib chiqish sabablarini, bu mablag‘larni qaytarish imkoniyatini aniqlash, ularni kamaytirish yuzasidan aniq tavsiyalar ishlab chiqish zarur.

Har bir korxona rahbari debitorlik va kreditorlik qarzlari holati faqat shu korxonaning emas, balki unga hamkor korxonalarning va umuman butun respublika iqtisodiyotining moliyaviy ahvoliga ta’sir ko‘rsatadigan asosiy omillardan biri ekanligini doimo nazarda tutishi kerak.

Taxlil etishda debitorlik majburiyatlarining hajmi tarkibi hamda vujudga kelish muddati bo‘yicha o‘rganish asosida ularning holatiga, aylanuvchanlik darajasiga, debitorlik qarzlari bilan bog‘liq bo‘lgan moliyaviy holat ko‘rsatkichlariga baho beriladi.

Kreditorlik majburiyatlarini tahlil etishda ularning yuzaga kelish o‘rni, muddati va tarkibiga alohida ahamiyat qaratilmog‘i lozim. Muddati o‘tgan kreditorlik qarzlarga yo‘l qo‘yilishi korxonaga nisbatan turli iqtisodiy ogoxlantirishlarning ko‘llanilishiga, iqtisodiy jarimalarga hamda korxonaga bo‘lgan ishonchning pasayishiga olib keladi.

Ikki tomonlama shartnoma majburiyatlarida bir korxonaning o‘zi ham debitor, ham kreditor bo‘lishi mumkin. Masalan, tovar yetkazib berish shartnomasi bo‘yicha tovarlar berilgan bo‘lsa-yu, ularning puli to‘lanmagan bo‘lsa, mahsulot yetkazib beruvchida bu summa debitorlik qarzi deb ko‘rsatiladi va u debitor deb, ya’ni xaridorga ma’lum summadagi tovarlarni qarzga bergan deb hisoblanadi. Shu korxonaning o‘zi mazkur tovarlarni sotib olgan xaridor uchun kreditor bo‘ladi. Xaridor sotib olingan tovarlar bo‘yicha mana shu qarz summasini batamom to‘lab bo‘lguncha kreditorlik qarzi deb ko‘rsatadi.

10.4. Debitorlik qarzlarini qayta investisiya qilishning zamonaviy shakllari va ulardan foydalanish masalalari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida, ayniqsa, mamlakatlar o‘rtasida texnik-iqtisodiy, ijtimoiy-siyosiy munosabatlar juda keng va chuqur bog‘lanib borayotgan hozirgi davrda, umuman olganda, ochiq iqtisodiyotning qonuniyatlariga ko‘ra korxonalar debitor qarzdorligi tabiiy jarayon hisoblanadi. Xalqaro amaliyotda korxona debitor va kreditor qarzdorligini boshqarish orqali ularning moliyaviy barqarorligini ta’minlash va kelgusida muvaffaqiyatli rivojlanish imkoniyatlarini yaratish mumkinligi amaliyotda isbotlangan.

Xalqaro amaliyotda debitor qarzlarni boshqarishda ularning muddati va summasi bo‘yicha mezonlarni o‘rnatish, debitor va kreditor qarzlarni sotib oladigan maxsus moliyaviy muassasalarni tashkil etish, korxonaning xalqaro va mahalliy doiradagi mavqeini reyting ko‘rsatkichlari bilan baholash va boshqa shu kabi mexanizmlar orqali boshqarish uslubiyatini joriy etgan. Masalan, AQSh Savdo vazirligi korxonalarning moliyaviy holatiga baho berayotganda debitor qarz summasining undirish muddati 30 kungacha bo‘lganida 4 foizini, 31-60 kungachasining 17 foizini, 91-120 kungachasining 26 foizini va undan yuqori bo‘lganlarini 100 foiz umidsiz qarzdor sifatida baholaydi. Albatta, korxonalarning debitor qarzdorligini bu tartibda tasniflanishi ularning moliyaviy faoliyatiga baho berayotganda va reytingini aniqlayotganda muhim ahamiyat kasb etib, korxonaning xalqaro va mahalliy doiradagi mavqei va imijiga ta’sir etadi.

Xalqaro amaliyotda korxonalarning debitor qarzlarini boshqarishda ananaviy usullar bilan birga, qator noananaviylari ham keng qo‘llaniladi. Xususan, faktoring, kontokorrent va forfeyting operasiyalari shular jumlasidandir. Mazkur operasiyalar banklar yoki maxsus tashkil etilgan moliyaviy korxonalar tomonidan amalga oshirilib, ularning asosiy maqsadi foyda olishga qaratilgan bo‘lsada, iqtisodiyotda korxonalar o‘rtasidagi debitor qarzlar hajmini pasaytirishga, mamlakatda to‘lov intizomini mustahkamlashda va pul muomalasini barqarorligini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Ushbu operasiyalarni bajarishda bank yoki maxsus tashkilot ma’lum miqdordagi komission to‘lovlar asosida mablag‘ oluvchidan uni to‘lovchilar nomiga rasmiylashtirilgan to‘lov hujjatlarni sotib oladi va sotib oluvchi o‘rtasida noto‘lovsizlik holatiga barham beradi. Biroq, to‘lovchi tomonidan to‘lanishi lozim bo‘lgan to‘lov majburiyatiga egalik huquqi uni sotib olgan bank yoki maxsus tashkilot vakolatiga o‘tadi.

Xalqaro amaliyotda korxona debitor qarzdorligini boshqarishda elektron to‘lov tizimi keng qo‘llaniladi. Masalan, AQShda korxonalar debitor qarzlarini boshqarishda Wells Fargo dasturlash korporasiyasi korporativ moliyaviy resurslarni boshqarish bo‘yicha Commercial Electronic Office korxonasining murojaatiga asosan onlayn rejimda ishlaydigan Trade Finance Online (TFO) – elektron xizmatini joriy etgan. Ushbu elektron xizmat AQShning mahalliy va xorijiy korxonalarining debitor qarzlarini undirish imkoniyatini beradi. Tizimning ishlash tartibi juda oddiy bo‘lib, WellsFargo mutaxassislari mijozlarning debitor qarzlarini tegishli nazoratdan o‘tkazgandan keyin uni maxsus moliyaviy tashkilotlarga sotish yoki uni garovga olib kredit berish mumkin. Bu albatta, iqtisodiyotda pul mablag‘lari aylanishini tezlashtirishga va xo‘jalik yurituvchi subyektlar o‘rtasidagi to‘lovsizlik hajmini oshirmaslik imkoniyatini beradi.

Korxonalar debitor qarzlarini boshqarishda AQShda ularni bankrotlik holatiga tushib qolish yoki qolmasliklarini baholash muhim rol o‘ynaydi. Bu borada qator moliyaviy muassasalar, iqtisodchi olimlar va mutaxassislar ish olib boradi. Xususan, korxonalar debitor va kreditor qarzdorligini o‘rganuvchi iqtisodchi olim va mutaxassis E.Altman korxonaning moliyaviy barqarorligini tahlili natijasida korxona buxgalteriya hisobining ahamiyatini e’tirof etib, undagi yozuvlar korxonani bankrotlik holatiga tushish yoki tushmaslik ehtimoli haqida ogohlantiruvchi ma’lumotni berishi zarurligini qayd etadi. Buni aniqlash uchun turli tengliklar va mezonlar joriy etilgan bo‘lib, quyida AQSh amaliyotida keng qo‘llaniladigan E.Altmanning Z-modeli keltirilgan.

$$\mathbf{Z = 1{,}2\ X1 + 1{,}4X2 + 3{,}3X3 + 0{,}6X4 + 1{,}0X5,}\ (10.8)$$

Bu yerda (1)

X1 – aktivlar tarkibida sof aylanma mablag‘lar (sof aylanma mablag‘lar, aktivlar summasi);

X2 – taqsimlanmagan foydaning aktivlarga nisbati (taqsimlanmagan foyda, aktivlar summasi);

X3 – aktivlarning rentabelligi (foizlar va soliqlarni to‘lagungacha bo‘lgan foyda summasi, aktivlar summasi);

X4 – korxonaning oddiy va imtiyozli aksiyalari summasining qarz mablag‘lariga nisbati (o‘z mablag‘larining bozor qiymati, qarz mablag‘lari);

X5 – aktivlarning aylanishi (sotilgan tovarlar hisobidan tushgan tushumlar summasi, aktivlar summasi).

Korxonalarning debitor qarzlarini boshqarishda E.Altmanning Z modeli bo‘yicha ularning bankrotlik ehtimolining darajasi quyidagi ko‘rsatkichlar asosida baholanadi.

Z modelning mezonlari	**Bankrotlikka tushish ehtimoli**
1,81 gacha	Juda yuqori
1,81-2,67	O‘rtacha
2,67	50 foizga teng
2,67-2,99	Yuqori emas
2,99 dan yuqori	Deyarli mavjud emas

Tahlillar va o‘rganishlar shuni ko‘rsatmoqdaki, korxonalar debitor qarzdorligini boshqarishda xorijiy amaliyotda turlicha usullar va mexanizmlar mavjud bo‘lib, korxonalar bankrotlik holatiga tushib qolmasliklari uchun barcha chora-tadbirlarni amalga oshiradi.

Amalga oshirilgan o‘rganishlar natijasida korxonalar debitor qarzdorligini samarali boshqarish bo‘yicha quyidagi xulosalar shakllantirildi:

– jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi va turli darajadagi iqtisodiy tebranishlar sharoitida korxonalarning debitor qarzlari tabiiy me’yorlardan ortib borishi kuzatiladi, tabiiy me’yorlardan oshgan debitor

qarzlarni vaqtida bartaraf etilmasligi korxonalarning moliyaviy barqarorligiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi;

– xalqaro amaliyotda korxonalar debitorlik qarzlarini bartaraf etish va boshqarishda noananaviy usullaridan keng foydalanadi. Xususan, faktoring, kontakorrent va forfeyting operasiyalari shular jumlasidan bo‘lib, korxonalar debitor qarzdorligi hajmini pasaytirish va boshqarishda juda samarali hisoblanadi;

– mahalliy amaliyotda korxonalar debitor qarzlari summasini kamaytirish va ularni samarali boshqarishda xorijiy amaliyotda o‘zining ijobiy natijasini bergan operasiyalarni joriy etish bilan birga, kollektorlik xizmatini joriy etish maqsadga muvofiq. Buning uchun kollektorlik faoliyatini tartibga soluvchi tashkiliy-huquqiy bazani to‘liq shakllantirish va uni mamlakatning alohida olingan hududlarida eksperiment sifatida joriy etish lozim.

Tayanch so‘z va iboralar

Debitorlik qarzi, kreditorlik qarzi, buxgalteriya balansi, faktoring.

Nazorat uchun savollar

1. *Debitorlik va kreditorlik majburiyatlarini o‘rganishda moliyaviy tahlilning asosiy vazifalari nimalardan iborat?*
2. *Xalqaro amaliyotda korxona debitor qarzdorligini boshqarishda qanday tizimlardan foydalaniladi va ularning mohiyati?*
3. *Xo‘jalik yurituvchi subyektlarning debitorlik va kreditorlik qarzlarini o‘rganishda asosiy axborot manbalari bo‘lib nimalar hisoblanadi?*

Test topshiriqlari

1. ***Debitorlik va kreditorlik majburiyatlarining undirib olish muddati necha kun qilib belgilangan?***

A. 90
B. 120
C. 60
D. 30

2. ***Debitorlik va kreditorlik majburiyatlarini hisobdan chiqarish muddati sifatida huquqiy shaxslar o‘rtasida ham, korxona bilan jismoniy shaxslar o‘rtasida xam necha yil muddat qilib belgilangan?***

A. 3 yil
B. 5 yil
C. 2 yil
D. 6 yil

3. ***Debitorlik qarzlari o‘z mohiyatiga ko‘ra necha guruhga bo‘linadi va ular qaysilar?***

A. 2 guruhga, normal va normal bo‘lmagan
B. 2 guruhga, iqtisodiy va moliyaviy
C. 2 guruhga, mavsumiy va hududiy
D. 2 guruhga, doimiy va vaqtincha

4. ***Makroiqtisodiy beqarorlik holatlarini yuzaga kelishi va avans to‘lovlari amal qilishi sababli qanday qarzlar yuzaga kelishi mumkin?***

A. Debitorlik va kreditorlik qarzlari
B. Normal bo‘lmagan debitorlik qarzlari
C. Debitorlik qarzlari
D. Kreditorlik qarzlari

5. ***Olingan veksellar va berilgan avanslar qaysi qarzlar tarkibiga kiritiladi?***

A. Debitorlik qarzlari
B. Kreditorlik qarzlari
C. Buyurtmachilar qarzlari
D. Debitorlik va kreditorlik qarzlari

6. ***Debitorlik va kreditorlik majburiyatlarini hisobdan chiqarish muddati sifatida huquqiy shaxslar o‘rtasida necha yil, korxona bilan jismoniy shaxslar o‘rtasida esa necha yil muddat belgilangan?***

A. 1 yil va 3 yil
B. 1 yil va 5 yil
C. 3 yil va 1 yil

D. 5 yil va 1 yil

7. ***Sarmoyani immobilizasiyalash koeffitsienti xo‘jalik mablag‘lari umumiy summasida debitorlik qarzining ulushini ko‘rsatadi va u qaysi formula bo‘yicha aniqlanadi?***

A. $Ks.im = \frac{D□棵b.qarz}{S}$

B. $Ks.im = \frac{Kred.qarz}{S}$

C. $Ks.im = \frac{Deb.qarz}{NPV}$

D. $Ks.im = \frac{Kred.qarz}{NPV}$

8. ***Kreditorlik va debitorlik qarzlari nisbatining koeffitsienti 1,0 dan kam bo‘lsa nimani anglatadi?***

A. Boshqa yuridik va jismoniy shaxslarga foydalanish uchun berilgan mablag‘lar jalb etilgan mablag‘lardan ortiq ekanligini

B. Kreditorlik qarzi debitorlik qarzidan oshib ketganligini

C. Kreditorlik qarzining muddati o‘tib ketganligini

D. Qarzlarni undirishdagi mavjud kamchiliklarni

9. ***Korxonalar debitor va kreditor qarzdorligini o‘rganuvchi qaysi iqtisodchi olim va mutaxassis korxonaning moliyaviy barqarorligini tahlili natijasida korxona buxgalteriya hisobining ahamiyatini e’tirof etib, undagi yozuvlar korxonani bankrotlik holatiga tushish yoki tushmaslik ehtimoli haqida ogohlantiruvchi ma’lumotni berishi zarurligini qayd etadi?***

A. E.Altman

B. J.M. Keyns

C. M. Porter

D. N.T. Altman

10. ***Z modeli tarkibidagi X4 nimani anglatadi?***

A. Taqsimlanmagan foydaning aktivlarga nisbati

B. Aktivlar tarkibida sof aylanma mablag‘lar

C. Aktivlarning aylanishi

D. Korxonaning oddiy va imtiyozli aksiyalari summasining qarz mablag‘lariga nisbati

XI BOB. KORXONALARDA MOLIYAVIY RISKLARNI BOSHQARISH

11.1. Moliyaviy risklarni boshqarish moliyaviy menejmentning asosiy boshqaruv obyektlaridan biri sifatida.
11.2. Moliyaviy risklarni boshqarishning maqsad va vazifalari. Moliyaviy risklarni boshqarish prinsiplari va metodlari.
11.3. Korxona moliyaviy resurslarga ta’sir etuvchi xavf-xatarlarni minimallashtirish.
11.4. Moliyaviy risklarni boshqarish mexanizmlari. Moliyaviy risklarni baholovchi ko‘rsatkichlar.

11.1. Moliyaviy risklarni boshqarish moliyaviy menejmentning asosiy boshqaruv obyektlaridan biri sifatida

Tadbirkorlik faoliyatida moliyaviy risklarning paydo bo‘lishi tabiiy hisoblanib, korxona moliyaviy menejerlari tomonidan boshqaruv qarorlarini qabul qilishda alohida e’tibor qaratilishi va boshqarilishi lozim bo‘lgan obyekt sifatida namoyon bo‘ladi. Umumiy ko‘rinishda korxonalar faoliyatiga xos bo‘lgan o‘zaro uzviy bog‘liq ikki turdagi, ya’ni operasion va moliyaviy risklarni ajratish mumkin.

Iqtisodchi olimlar “moliyaviy risk” tushunchasiga turlicha tarif berib o‘tadilar. Jumladan, iqtisodchi olimlar R.Xasanov, N.Haydarov va T.Malikovlarning fikriga ko‘ra, korxona moliyaviy risklari – bu uning moliyaviy faoliyati davomida foyda yoki kapitalini yo‘qotish ehtimolligidir[22].

Moliyaviy risklarni boshqarishning nazariy va amaliy masalalariga doir ko‘plab ilmiy tadqiqot va izlanishlar olib borgan rus iqtisodchi olimi A.Shapkinning fikriga ko‘ra, moliyaviy risklar korxonada tomonidan moliyaviy majburiyatlarini bajara olish imkoniyatining yo‘qligi natijasida yuzaga keladi xamda bunga asosiy sabab sifatida pulning sotib

[22] Б.Тошмуродова, О.Ҳамдамов. “Молиявий менежмент”. Ўқув қўлланма. Тошкент. “Иқтисод-молия”. 2012 йил. 160-б.

olish qobiliyatining o‘zgarishi, to‘lovlarni amalga oshirmaslik, valyuta kurslarini o‘zgarishi va shu kabilardir[23].

Korxonalarda moliyaviy menejment strukturasini tashkillashtirish sohasiga doir ko‘plab iqtisodiy adabiyotlar muallifi, I.Ya.Lukasevich moliyaviy risk tushunchasini quyidagicha izohlaydi: Moliyaviy risklar, har qanday korxonani moliyaviy faoliyatini amalga oshirish mobaynida unga ta’sir etuvchi omil hisoblanib, tadbirkorlik faoliyatini yuritilishi bilan bir vaqtda vujudga keluvchi obyektiv jarayon sanaladi. Korxona moliyaviy menejerlari barcha boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayonida moliyaviy risklarni boshqarish masalasiga puxtalik bilan va jiddiy ravishda e’tibor berishi talab etiladi[24]. Yuqorida iqtisodchi olimlar tomonidan berilgan tariflardan kelib chiqqan holda, fikrimizcha, moliyaviy risk – bu tashqi muhitning noaniqliq sharoitida korxonalar tomonidan xo‘jalik-moliyaviy faoliyatini amalga oshirishda daromad va moliyaviy resurslarni yo‘qotilishi kabi salbiy oqibatlarni paydo bo‘lish ehtimolligidir. Korxonada moliyaviy risklar o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lib, samarali boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish maqsadida aniq bir belgilari bo‘yicha tasniflanishi lozim. Moliyaviy risklarning yuzaga kelishi korxonalarning xususiyatlaridan kelib chiqqan holda turlicha bo‘lib, ularni asosan quyidagi turlarga ajratish mumkin:

- foiz riski;
- investision risk;
- valyuta riski;
- kredit riski;
- soliq riski;
- inflyasion risk va boshqalar.

Dastlab moliyaviy risklarni sug‘urtalash imkoniyatiga ko‘ra, turkumlanishi maqsadga muvofiq hisoblanadi. Xorijiy kompaniyalar amaliyotiga e’tibor beradigan bo‘lsak, aksariyat qismi yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan moliyaviy risklarni sug‘urtalash jarayonlariga alohida

[23] Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций. 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», - 2012.

[24] http://www.education.vic.gov.au/risk.aspx - “School Policy & Advisory Guide” департаментининг расмий сайти.

e’tibor qaratadi. Shunga ko‘ra, moliyaviy risklarni sug‘urtalanadigan va sug‘urtalash imkoniyati mavjud bo‘lmagan risklarga ajratish mumkin.

Moliyaviy risklarga berilgan ta’rifdan kelib chiqqan holda, har qanday korxona moliyaviy faoliyatini amalga oshirish jarayonida unga ta’sir etuvchi omillar alohida ahamiyatga ega, shunga muvofiq moliyaviy risklarni vujudga kelish manbaiga ko‘ra tashqi va ichki manbalarga ajratish mumkin. Rasm ma’lumotlaridan ko‘rinadiki, bulardan tashqari, moliyaviy risklarni oldindan xal etish imkoniyatiga, ta’sir etishning davomiyligiga va moliyaviy oqibatlariga ko‘ra ham turkumlashimiz mumkin bo‘ladi.

Korxonalarda moliyaviy risklarni boshqarish ma’lum bir tamoyillarga asoslangan holda amalga oshiriladi.

Risk vujudga kelishini oldindan qabul qilish yoki tan olish. Korxona rahbarlari yoki moliyaviy menejerlari moliyaviy operasiyalarni amalga oshirish asosida daromad olishni maqsad qilsa, oldindan risk vujudga kelishini qabul qilishi yoki tan olishi lozim bo‘ladi. Korxona moliyaviy rahbarlari “riskdan qochish” taktikasiga amal qilgan holatda moliyaviy operasiyalarni bajargan taqdirda ham, korxona faoliyatiga riskning ta’sirini yo‘qotib bo‘lmaydi, chunki moliyaviy risk xo‘jalik-moliyaviy operasiyalarni amalga oshirish jarayonida vujudga keluvchi obyektiv hodisa hisoblanadi. Qabul qilinayotgan risklarni boshqarish imkoniyatining mavjudligi. Moliyaviy risklar portfeliga obyektiv yoki subyektiv xususiyatidan qati nazar boshqarish jarayonida bartaraf qilish va salbiy oqibatlarini kamaytirish imkoniyati mavjud bo‘lgan risklarni kiritish zarur. Boshqarish imkoniyati mavjud bo‘lmagan ya’ni, fors – major guruhiga mansub risklarni bekor qilish, biznes hamkorlarga (sheriklarga) yoki tashqi sug‘urtalovchilarga o‘tkazish zarur bo‘ladi.

Moliyaviy faoliyatdan olinadigan daromad hajmi bilan qabul qilinayotgan risk darajasining taqqoslanishi. Korxonada moliyaviy risklarni samarali boshqarish jarayonida mazkur tamoyil muhim ahamiyat kasb etib, mazkur tamoyilning muhimligi shundaki, korxona xo‘jalik-moliyaviy faoliyatini amalga oshirishdan olinadigan daromadning hajmi mos ravishda mazkur faoliyat natijasida vujudga kelishi mumkin bo‘lgan moliyaviy risklarni bartaraf etish uchun qilingan

xarajatlarni qoplay olishi zarur. Risk darajasi bilan korxona ko‘rishi mumkin bo‘lgan zararlarni taqqoslanishi. Korxona tomonidan risk darajasi yuqori hisoblangan operasiyalarni amalga oshirish jarayonida ko‘rilishi mumkin bo‘lgan zararlarning hajmi, mazkur turdagi faoliyatdan ko‘rilgan zararlarni qoplash maqsadida qilingan zahiralar miqdoriga mos kelishi lozim. Aks holda, risk vaziyatlarini vujudga kelishi korxona aktivlarining ma’lum bir qismini yo‘qotilishiga sabab bo‘lib, istiqboldagi rivojlanish darajasini salbiy tarafga o‘zgarishi va foydaning tushib ketishi kabi holatlarni vujudga keltirishi mumkin.

Risklarni boshqarishda vaqt omilini e’tiborga olish. Korxona tomonidan amalga oshiriladigan moliyaviy operasiyalarning davomiyligi qancha ko‘p bo‘lsa, moliyaviy risklarni ta’sir doirasi mos ravishda kengayib boradi. Buning natijasida moliyaviy risklarni salbiy oqibatlarini bartaraf etish imkoniyatlari kamayish tendensiyasiga egadir. Shuning uchun korxona moliyaviy menejerlari moliyaviy risklarni boshqarish jarayonida risk darajasi yuqori sanalgan moliyaviy operasiyalarning muddatlarini doimiy nazoratga olishi muhim. Boshqaruv tizimini bunday tartibda ishlab chiqish, korxonaga maksimal foyda olib keluvchi risklarni boshqarish uchun asosiy kuchlarni bir joyga yig‘ish, korxona qabul qilishi mumkin bo‘lgan risklarni me’yoriy hajmini aniqlash hamda risklarni boshqarish uchun zarur bo‘ladigan moliyaviy resurslarni ajratish imkoniyatini beradi. O‘z navbatida, aytish kerakki, moliyaviy risklarni boshqarish, boshqarishning tejamkorligi hamda risklarni o‘tkazish (taqsimlash) imkoniyatini hisobga olish kabi muhim tamoyillarga ham tayanishi lozim.

11.2. Moliyaviy risklarni boshqarishning maqsad va vazifalari. Moliyaviy risklarni boshqarish prinsiplari va metodlari

Korxonalar xo‘jalik-moliyaviy faoliyatida yuzaga keladigan risklarni kamaytirishning jahon tajribasini keng o‘rgangan holda amaliyotda qo‘llash bo‘yicha asosiy e’tiborli jihatlarni tadqiq etish dolzarb ahamiyatga ega. Korxonalar moliyaviy risklarni boshqarish jarayoni o‘ziga xos bosqichlardan iboratdir.

Korxonalarda moliyaviy risklarni boshqarish jarayonining birinchi bosqichida moliyaviy risklarni boshqarishga doir asosiy yo‘nalishlar ya’ni, korxona faoliyatiga ta’sir etuvchi tashqi va ichki omillarni aniqlash, risklarni boshqarishga doir aniq maqsadlarni belgilash hamda riskka moyillikni aniqlashdan iborat bo‘ladi. Keyingi asosiy bosqich risklarni baholash bosqichi bo‘lib, bunda alohida quyi bosqichlar tizimi ishlab chiqilishi lozim:

1. Risklarni aniqlash. Korxona moliyaviy menejerlari korxona xo‘jalik-moliyaviy faoliyati xususiyatlaridan kelib chiqqan, korxonada yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan risklarni ularning tavsifi, vujudga kelish manbalari hamda yakuniy natija va oqibatlarini aniqlashi muhim ahamiyat kasb etadi.

2. Risklarni taxlil qilish. Har qanday korxona rahbari yoki moliyaviy menejerining asosiy funksiyalaridan biri risklarni to‘g‘ri tahlil qilish asosida boshqaruv qarorlarini qabul qilish hisoblanadi. Risklarni baholashning ushbu bosqichida korxonada yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan risklarni to‘g‘ri anglagan holda uning darajasini aniqlash lozim bo‘ladi.

3. Risklarni baholash. Ushbu quyi bosqichda yuqorida amalga oshirilgan ketma-ketlik vazifalardan so‘ng, riskni baholashning samarali usulini tanlash va amaliyotga to‘g‘ri tatbiq etish lozim bo‘ladi. Riskni baholash usulini amaliyotga joriy etish bilan bir qatorda, qabul qilingan qarorlarning korxona strategiyasiga muvofiqligini nazorat qilish kerak.

4. Risklarga munosabat. Moliyaviy risklarni boshqarish jarayonining ushbu bosqichida, asosiy e’tibor risklarni kamaytirish mexanizmiga qaratilishi lozim. Risklarning kamaytirishda korxona mavjud imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda aniq yo‘nalishlarini belgilash, risklarni sheriklarga yoki sug‘urtalash orqali taqsimlash, yuzaga kelgan risklarning salbiy oqibatlarini to‘xtatish hamda risklardan qochish borasida aniq chora-tadbirlarni joriy etish zarur bo‘ladi.

Moliyaviy risklarni boshqarish jarayonining barcha bosqichlarida, korxona tomonidan tashqi konsalting (sug‘urta, audit, soliq va sh.k.) xizmatlaridan keng foydalangan holda maslahatlarni amalga oshirish, korporativ tuzilmalar bilan o‘zaro munosabatlarni olib borish hamda

yuqoridagi barcha bosqichlarda amalga oshirilayotgan ishlarning natijalari va samaradorligini monitoring va nazorat qilib borish talab etiladi.

Bunday maqsadga erishishda quyidagi vazifalarni amalga oshirish maqsadga muvofiq: korxonalarda boshqaruvning tashkiliy tuzilishini ishlab chiqish jarayonida moliyaviy risklarni boshqarish bo‘yicha alohida yo‘nalish tashkil qilish; korxonalarda moliyaviy risklarni boshqarish siyosatini ishlab chiqish va amaliyotga tadbiq qilish; korxonalar moliya-xo‘jalik faoliyatidan kelib chiqqan holda, alohida operasiyalari bo‘yicha risklarni baholash tizimini amaliyotga tatbiq etish; aksiyadorlik jamiyatlari tomonidan emissiya qilanayotgan korporativ qimmatli qog‘ozlarning daromadlilik va risklilik darajasini xalqaro amaliyot tajribalaridan xisoblash mexanizmini takomillashtirish; korxonada risklarni kamaytirishda diversifikasilash va sug‘urtalash mexanizmini rivojlantirish lozim.

Avval ta’kidlaganimizdek, korxonalar faoliyatida asosiy e’tibor berilishi lozim bo‘lgan masalalardan biri risklarni boshqarishdir. Bugungi kunda riskni boshqarish jarayoni quyidagi asosiy bosqichlarni o‘z ichiga oladi:

1. Korxonaning strategiyasi va maqsadni belgilash.
2. Riskni aniqlash.
3. Riskni baholash.
4. Riskni boshqarishni choralari, usullarini tanlash va joriy qilish.
5. Amalga oshirilgan ishlarni samaradorligini nazorat qilish.

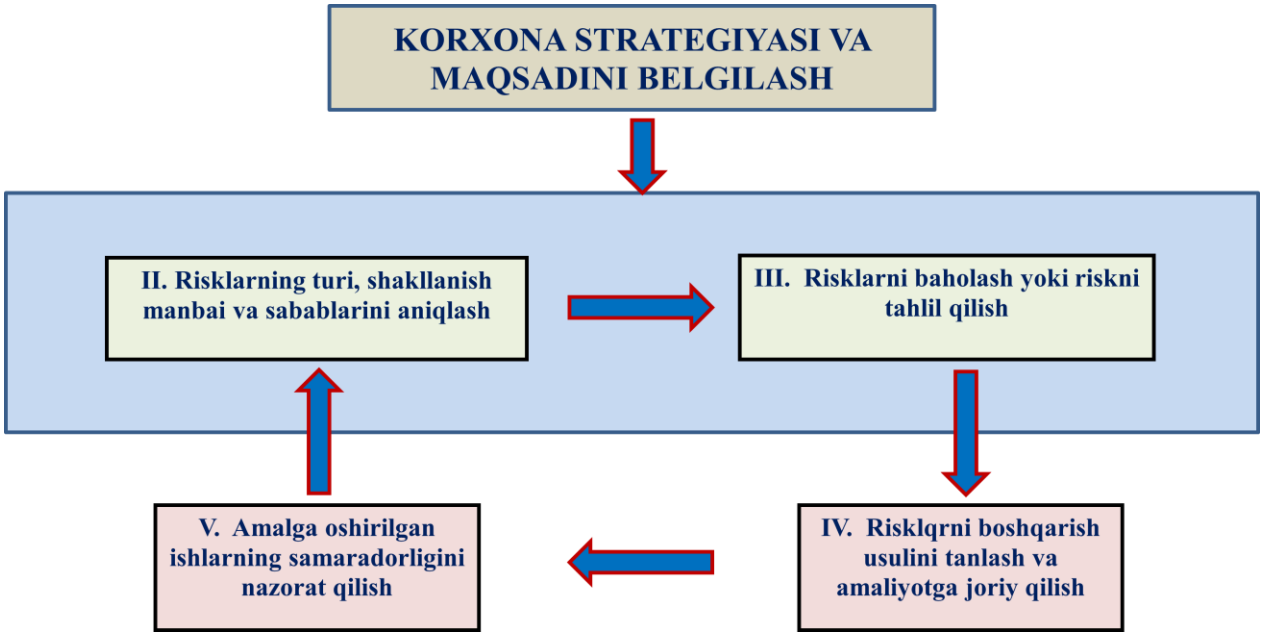
Korxonalarda riskni boshqarish jarayonini quyidagi rasm yordamida ifodalash mumkin (11.1-rasm).

Risklarni pasaytirishning boshqa usullari va yo‘llari ham mavjud:

- korxona faoliyatini strategik rejalashtirish;
- shartnomalarga kiritilgan jarima sanksiyalari tizimi hisobiga mumkin bo‘lgan moliyaviy zararlarning qoplanishi ta’minlanadi;
- hamkorlar bilan shartnomalardagi fors-major vaziyatlar ro‘yxatini qisqartirish;
- korxona aylanma mablag‘larini boshqarishni takomillashtirish;
- moliya bozori to‘g‘risidagi qo‘shimcha ma’lumotlarni yig‘ish va tahlil qilish;

• tashqi muhit va moliya bozori konyukturasining o‘zgarish tendensiyalarini prognoz qilish;

xo‘jalik faoliyatining axborot bilan ta’minlash darajasini oshirish.



11.1-rasm. Korxonalarda riskni boshqarish jarayoni.

Korxona menejerlarining risklarni boshqarishdagi asosiy vazifalaridan biri bo‘lib, risklarni paydo bo‘lish manbalarini aniqlash, ularni bartaraf etishning alohida yo‘llari va usullarini belgilash hamda bunday risklarni kelgusida oldini olish bo‘yicha aniq chora-tadbirlar ishlab chiqish hisoblanadi. Iqtisodiyotni modernizasiyalash sharoitida korxonalarda risklarni boshqarish mexanizmini to‘g‘ri tashkil etish va risklarni samarali boshqarish, korxonaning moliyaviy barqarorligini saqlab qolish bilan birgalikda ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish jarayonini uzluksizligini ta’minlovchi muhim omillardan biri sanaladi.

Xorijiy kompaniyalarda risklarni boshqarish bo‘yicha alohida bo‘limlar va masul xodimlar tayinlangan bo‘lib, ushbu bo‘lim yoki risk-menejmentining asosiy funksiyalariga quyidagilar kiradi:

- risklarni yuzaga kelish sohalari va manbalarini aniqlash;
- risklarni kamaytirish yo‘llari va usullarini belgilash;
- risklarni sug‘urtalash jarayonini boshqarish;
- risklarni bashoratlash;
- diversifikasiyalash jarayonini boshqarish;

- risklarni boshqarish va kamaytirish bo‘yicha ishlarni tashkil etish;
- rag‘batlantirish;
- nazorat va boshqalar.

Risk-menejmentining asosiy maqsadi tadbirkorlik faoliyatining maqsadi bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, bozor qonuniyatlaridan kelib chiqqan holda risklarni kamaytirish yoki oldini olishning eng optimal usulini tanlash hisobiga foydani maksimallashtirish hisoblanadi.

Xulosa o‘rnida aytish mumkinki, iqtisodiyotni rivojlanish siklining har qanday bosqichida ham korxonalarda riskni samarali boshqarish dolzarb hisoblanadi. Shuning uchun ham korxonalar moliyaviy siyosatini ishlab chiqishda riskni boshqarishga alohida e’tiborni qaratish lozim. Korxonada riskni boshqaruvchi menejerlar yuksak mahorat, nazariy bilimlarning mukammalligi va chuqur amaliy ko‘nikmalarga ega bo‘lishi lozim. Mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan korxonalar xorijiy davlatlarning bu boradagi ilg‘or tajribalarini o‘rgangan holda amaliyotga tadbiq qilishlari istiqbolda ijobiy natajalarga olib keladi.

11.3. Korxona moliyaviy resurslarga ta’sir etuvchi xavf-xatarlarni minimallashtirish

Ish dunyosi noaniqlik, xavf-xatar va hayratlanarli burilishlarga to‘la. Hech bir kompaniya duch keladigan har bir xavfni to‘liq nazorat qila olmaydi. Ba’zan oldinda nima bo‘lishini bilish mumkin, lekin ba’zida bunday emas. Shuning uchun tajribali tadbirkor turli xildagi xavf-xatarning oldini olish choralarini ko‘ra biladi va juda qiyin bolsada ularni boshqara oladi. To‘siqlarni boshqarish nafaqat kichik tuzoqlarni bosib o‘tish, balki katta xavflarni qanday qilib barqaror ravishda kamaytirishni bilishdir. Korxonada qanday xavf-xatarlar borligini va bu xavflar kelajakdagi qanday kush bilan na’sir ko‘rsatishini oldindan bilish qiyin bo‘lishi mumkin. Risklarni boshqarishning muvaffaqiyatli rejasi tashkilotlarga risklarning to‘liq spektrini ko‘rib chiqishga va strategik maqsadlar o‘rtasidagi munosabatlarni baholashga yordam beradi. Ushbu xavflar yuridik majburiyatlar, iqtisodiy noaniqliklar, texnologiya

muammolari va tabiiy ofatlar kabi turli shart-sharoitlardan kelib chiqishi mumkin. Korxonalar xavfli vaziyatlarni hal qilish uchun koʻplab resurslarga va boshqa vositalarga ega. Masalan, sotuvchilar xavfsizligi va kiberxavfsizlik risklarini boshqarish uchun maxfiylikni baholash dasturi va moliyaviy xavflarni boshqarish uchun boshqa vositalar.

Har bir korxona xavf-xatarlarga duch keladi. Bu moliyaviy, ekologik yoki texnologik xavf boʻladimi, ularning har biri toʻgʻri boshqarilmasa, biznesni ishdan chiqarishi mumkin. Risklarni samarali boshqarish strategiyasi mumkin boʻlgan xavflar va yakuniy maqsadlar oʻrtasidagi munosabatni koʻrib chiqadi. Xavf kamchiliklar va zaif tomonlarni ochib beradi, vaqtni cheklaydi va uning echiimi variantlarini koʻrib chiqishga majbur qiladi. Buning yaxshi tomoni shundaki korxona oʻz imkoniyatlarini tahlil qiladi va atrofdagilar tajribalarini oʻrganib tuzilgan yangi strategiyalarni sinab koʻrish orqali optimal echim topiladi. Risk (xavf-xatar) faoliyat uchun salbiy ta’sir koʻrsatuvchi hodisadir. Uni boshqarish yoʻlda nima borligini aniqlashga yordam beradi, ushbu muammolarni hal qilishga undaydi. Risklarni boshqarish har bir korxona faoliyatining muhim qismidir. Ehtiyojlar oʻsishi va raqobat kuchayishi bilan korxonalar koʻpincha xavflarni va ular keltirishi mumkin boʻlgan zararni kam baholaydilar. Risklarni (xavf-xatarlarni) boshqarish bilan biznesning uzluksizligi doimo yonma-yon boʻladi. Bugungi sharoitda korxonalar oʻzlarining IT-operatsiyalariga koʻproq va katta mablagʻ sarflayotganligi sababli bu xolat tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Biznesning uzluksizligi va uning risklar (xavf-xatarlar) bilan yonma-yon borishi koʻpincha ularni birlashtiriladi, lekin ularni alohida- alohida koʻrib chiqish kerak.

Korxona risklarini boshqarish - bu butun korxonada risklarni (xavf-xatarlarni) tushunishga urgʻu beradigan hamda ularni bashorat qilish va boshqarishga qaratilgan yaxlit yondashuvdir. Bunda shu narsaga alohida e’tabor qaratish kerakki, ichki va tashqi tahdidlarвфт tashqari, ijobiy xavfni ham boshqarish zarur. Ijobiy risklar, bu korxonada qiymat yaratishi mumkin boʻlgan imkoniyatlardir. Agar u qabul qilinmasa korxonaga zarar yetkazishi mumkin. Har qanday risklarni boshqarish rejasining maqsadi barcha xavflarni bartaraf etish emas, balki

ehtiyotkorlik bilan qaror qabul qilish bilan tashkilot uchun qiymat yaratish va himoya qilishdir. Xatarlarni boshqarish jarayoni favqulodda xavflarni ushlaydi va boshqaradi va loyiha faoliyatining dinamik xususiyatini aks ettiruvchi joriy risklarni tahlil qilishda yangi bilimlarni o‘z ichiga oladi.

Risklarni minimallashtirish - xavf-xatarli vaziyatlarning yuzaga kelishi ehtimolini kamaytirishga qaratilgan harakatlar yoki yuzaga kelgan vaziyatlarni hal qilishda biznes yo‘qotishlarini minimallashtirishga qaratilgan harakatlardir. Bu risklarni boshqarish obekti sifatida talqin qilinishi mumkin. Agar oldindan choralar ko‘rilsa, xavfni minimallashtirish eng samarali hisoblanadi. Xatarlarni boshqarish ichki va tashqi ehtimoliy tahdidlarni aniqlashdan boshlanadi. Ushbu tahdidlarni aniqlash uchun prognoz va tahlilga asoslangan usullar qo‘llaniladi. Qoida tariqasida, bozor tahlili amalga oshiriladi, mavjud vaziyat tahlili, korxonani rivojlantirish rejalari va boshqa omillar o‘rganiladi.

Bugungi kunga kelib, korxona risklarini minimallashtirish uchun eng ko‘p qo‘llaniladigan usullar quyidagilardan iborat:

• korxona faoliyatini diversifikatsiya qilish;

• yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan xavflarni bashorat qilish uchun yangi ma’lumotlarni olish;

• xavflarni cheklash;

• sug‘urta va o‘zini o‘zi sug‘urta qilish;

• korxonaning umumiy fondlarida foydalanilgan aniq mablag‘lar miqdorini hisobga olish va baholashni amalga oshirish;

• xavfni minimallashtirishning boshqa usullari.

Xatarlarni minimallashtirishning o‘ziga xos usulini qo‘llashda korxona quyidagi tamyillarga asoslanishi kerak:

• korxonaning o‘z kapitalidan oshib ketadigan miqyosdagi risklardan qochish;

• tavakkalchilikning yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan oqibatlarini bashorat qilish va hisobga olish;

• strategik boshqaruvda oz narsa uchun katta narsaga tavakkal qilmaslik.

Ushbu tamoyillarni amalga oshirish har bir xavf turi uchun mumkin bo‘lgan maksimal yo‘qotishlarni hisoblash zarurati bilan duch keladi. Ularning hajmini korxonaning o‘z mablag‘lari qiymati va korxona ixtiyoridagi kapitalning umumiy miqdori bilan taqqoslash kerak. Bu har qanday tavakkalchilikni qabul qilishning maqbulligi to‘g‘risida qaror qabul qilish uchun asos bo‘ladi.

Xatarlarni minimallashtirishning samarali strategiyasini shakllantirish ushbu strategiyani amalga oshirish xarajatlarining uni amalga oshirish natijasida olingan marjinal foydalilik qiymatidan oshib ketishining oldini olishga asoslanishi kerak. Biroq, aslida, bu nazariy postulatani amalga oshirish qiyin. Ko‘pincha, amalda ular oddiyroq mezonlardan boshlanadi, masalan, xavf darajasini maqbul chegaragacha kamaytirish bo‘yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish uchun xarajatlarning minimal darajasini aniqlash.

11.4. Moliyaviy risklarni boshqarish mexanizmlari. Moliyaviy risklarni baholovchi ko‘rsatkichlar

Korxonalarni boshqaruv munosabatlarida aksiyadorlik kompaniyalarining moliyaviy va raqobatdagi barqarorligini ta’minlash, uning investision jozibadorligini oshirish imkoniyatini beruvchi risklarni boshqarish amaliyotidan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Risklarni boshqarishda tavakkalchilikni baholash masalasiga alohida e’tibor beriladi.

Yuridik yoki jismoniy shaxslar tomonidan kapital qo‘yilmalar yo‘nalishini tanlashda investisiyaviy riskni baholash asosiy me’zonlardan biri hisoblanadi.

Risk deganda quyidagilarni tushunish mumkin:

- haqiqatda ro‘y bergan hodisalarning kutilganiga nisbatan chetlanishini;
- tadbirkorlik g‘oyasiga nisbatan biznesning rivojlanishini;
- loyihadagi pul oqimlarining rejalashtirilgan miqdoriga nisbatan o‘zgarishini;

➢ daromadlar yoki qo‘yilgan kapital qaytishining noaniqligi yoki o‘zgaruvchanligini.

Risk aniq yoki noaniq moliyaviy yo‘qotish sifatida quyidagilar bilan bog‘liq:

✓ qo‘yilgan maqsadning norealligi;
✓ istiqbolli ko‘rsatkichlarni hisoblashdagi xatoliklar;
✓ kutilayotgan natijalarni baholashda subyektiv yondashuv.

Tadbirkor tavakkal qilar ekan yuqori foyda olish bilan bir vaqtda zarar ham ko‘rib qolish ehtimolini tanlaydi, masalan:

➢ mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirish va u bilan ishlab chiqarish quvvatlariga qo‘shimcha investisiyalarni jalb qilish orqali bozordagi ulushini oshirishga qaratilgan agressiv siyosat zarar ko‘rish tavakkallchiligini oshiradi. Bozordagi ahvolning o‘zgarishiga operasion dastak ta’sir etadi;

➢ haddan ziyod zahiralarni tashkil etish aktivlarning aylanuvchanligi va rentabelligi pasayishiga olib kelishi mumkin.

Bundan tashqari aktivlarga qo‘yilmalardan kutilayotgan daromadlarni ololmaslik xavfi ham risk orqasidan to‘g‘ridan-to‘g‘ri yo‘qotish hisoblanadi. Aktivlar (aksiya) bahosining oshishi va ularni ishlatishdan olinadigan daromad foizlarining (dividend) oshishi hisobiga olinadigan daromad – o‘z kapitali rentabelligining pasayishi tavakkalligini oshiradi.

Risklar tizimli va tizimsiz turlariga bo‘linadi.

Tizimli risklar xalqaro iqtisodiy maydonda (megoiqtisodiy risklar) va mamlakatda (makroiqtisodiy) ro‘y berayotgan umumiqtisodiy va siyosiy ahvol, resurslar bahosining o‘sishi va umumbozor miqyosida moliyaviy aktivlar bahosining pasayishi bilan bog‘liq.

Tizimli riskning alohida turlarini tahlil qilib chiqamiz:

➢ Mamlakatdagi makroiqtisodiy risklar deganda iqtisodiy beqarorlik hukm surayotgan biror bir davlat yoki uning kompaniyalari qimmatli qog‘ozlariga mablag‘ qo‘yish, do‘stona munosabati bo‘lmagan davlatlar rezidentlarining bir-biriga investisiyasi tushuniladi:

➢ Qonunchilik o‘zgarishi bilan bog‘liq risklar – iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solishning o‘zgarishi bilan bog‘liq;

➢ Valyuta tavakkalligi – milliy valyuta kursini o‘zgarishi bilan bog‘liq risk. Bunda milliy valyuta kursining chet el valyutasiga nisbatan oshishi investorlar tomonidan yo‘qotishlarga olib keladi.

➢ Investisiyaviy risklar – moliyaviy aktivlar qiymati va aholi xarid qobiliyatining pasayishi, ishlab chiqarish harajatlarining oshishiga, milliy pul birliklarining devalvasiyasiga, ssuda foizlarining oshishi, debitorlik qarzlari va inkassasiya muddatlarining cho‘zilishiga, energetika, xom ashyo va kommunikasiya bozorlarining monopoliya yoki oligopoliyalashuviga olib keladi.

➢ Tarmoq risri – alohida tarmoqlarga xos inqirozlar bilan bog‘liq.

Tizimsiz risklar (mikroiqtisodiy risklar) konkret qimmatli qog‘oz yoki emitentlar bilan bog‘liq risklar bo‘lib, quyidagilarga bo‘linadi:

➢ Kredit (qarz) riski – emitentning ma’lum bir faoliyat orqali foyda olish va asosiy qarz, foizlarni to‘lash imkoniyati bilan bog‘liq risk;

➢ Likvidlik riski – qimmatli qog‘ozlarni sotishda ularning sifati o‘zgarishi bilan bog‘liq yo‘qotishlar;

➢ Foizlar riski – kredit bozorida foiz stavkalarining o‘zgarishi bilan investorlar tomonidan yo‘qotishlar ehtimoli. Depozit hisoblar uchun foiz stavkasi oshsa, past foizlarda chiqarilgan aksiyalar bozorga ommaviy tashlanadi.

➢ Kapital riski – qimmatli qog‘ozlarning barcha turiga mablag‘ qo‘yishning riskidir. Bunda asosan mablag‘ ko‘chmas mulk, tovar yoki valyutaga tikiladi.

➢ Selektiv risk – investisiya portfelini shakllantirishda qimmatli qog‘ozlarni boshqalariga nisbatan noto‘g‘ri tanlash bilan bog‘liq risklar, yoki ularning investisiyaviy sifatlarini noto‘g‘ri baholash;

➢ Qimmatli qog‘ozlarni yetkazib berishdagi risklar – Fyuchers bo‘yicha qimmatli qog‘ozlarning o‘z vaqtida yetkazib bera olinmasligi bilan bog‘liq risklar;

➢ Operasion risklar – axborotlarni kompyuterda qayta ishlashdagi nosozliklar, menejerlar va texnik xodimlar malakasining pastligi, texnologiyalarning buzilishi bilan bog‘liq risklar.

Moliyaviy leveridj – korxonaning o‘z kapitali rentabelligi koeffisenti o‘zgarishiga ta’sir etuvchi qarz mablag‘laridan foydalanishni

tavsiflaydi. Qarz mablag‘larining turli nisbatida o‘z kapitalining qo‘shimcha foyda darajasini ifodalovchi ko‘rsatkich moliyaviy leveridj bo‘lib, quydagi formula bo‘yicha hisoblanadi:

$$\mathbf{EFL + (1\text{-}S_{np}) * (KVR_a - PK) * ZK\ \ SK\ ,} \quad (11.1)$$

bu yerda, EFL - o‘z kapitali rentabellik koeffisiyentining o‘sishini ifodalovchi moliyaviy leveridj samarasi, %

S_{np} - o‘nlik kasr ko‘rinishida foydaga soliq stavkasi,%;

KVR_a - yalpi aktivlar rentabelligi koeffisiyenti, (yalpi foydaning o‘rtacha bahoga nisbati),%;

PK - korxona tomonidan olingan kredit uchun o‘rtacha to‘lov foizi,%;

ZK – korxona tomonidan olingan kreditlarning o‘rtacha miqdori;

SK - korxona o‘z kapitalining o‘rtacha miqdori;

Moliyaviy leveridj – korxonaning o‘z va qarz moliyaviy mablag‘lari o‘zgarishining o‘z kapitali rentabelligi darajasiga ta’sir etish mexanizmidir.

Operasion leveridj – rentabellikka doimiy va o‘zgaruvchan harajatlar nisbati o‘zgarishining ta’sirini ifodalaydi.

Moliyaviy risklarni pasaytirishning bir necha usullari mavjud. Moliyaviy risklar ulardan qochish, ushlab turish yoki uning darajasini pasaytirish orqali kamaytiriladi.

Riskdan qochish – tavakkalchilik bilan bog‘liq bo‘lgan tadbirlardan voz kechish orqali amalga oshiriladi.

Riskni ushlab turish deganda moliyaviy tavakkalchiligi uchun javobgarlikni boshqa shaxs, ya’ni sug‘urta kompaniyalari zimmasiga yuklash tushuniladi.

Risk darajasini pasaytirish – yo‘qotishlar ehtimolligi va miqdorini qisqartirish.

Korxonada moliyaviy risklar oldini olishning aniq vositasini tanlashda 11.3 bandda keltirilgan quyidagi tamoyillarga tayanadi:

- o‘z kapitalidan katta mablag‘lar bilan tavakkalchilikka yo‘l qo‘ymaslik;
- tavakkalchilik oqibatlarini oldindan hisobga olish;

➢ kichik foyda uchun katta mablag‘ bilan tavakkal qilish maqsadga muvofiq emas.

Birinchi tamoyilda investorlar kapital qo‘yishdan oldin ushbu risk hisobiga mumkin bo‘lgan eng katta zarar ko‘rish riskini baholash va zarar miqdorini jami qo‘yilayotgan kapital va o‘z kapitali miqdori bilan taqqoslab ko‘rishlari kerak.

Bevosita investisiyalarda odatda zarar hajmi venchur kapitali miqdoriga teng. Portfel investisiyalarda esa, ya’ni qimmatli qog‘ozlarni sotib olishda, zarar hajmi sarflangan kapital hajmidan kam bo‘ladi. Kutilishi mumkin bo‘lgan eng katta zarar miqdorining investor o‘z moliyaviy resurslariga nisbati korxonani bankrotlikka olib kelishi mumkin bo‘lgan risk darajasini belgilaydi. Risk darajasi risk koeffisiyenti ($\boldsymbol{R_k}$)bilan o‘lchanadi.

$$\boldsymbol{R_k = \frac{Z_{max}}{MR_{oz}}}, \qquad \textbf{(}11.2)$$

bu erda,

$\boldsymbol{Z_{max}}$ – korxonaning qarzga olgan resurslarning maksimal miqdori;

$\boldsymbol{MR_{o‘z}}$ – korxonaning o‘z mabkag‘lari miqdori.

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, koeffisiyentning optimal qiymati - 0,3ga teng bo‘lib, 0,7 va undan katta bo‘lsa investorning bankrotlikka uchrash xavfi yuqori bo‘ladi.

Ikkinchi tamoyilga ko‘ra investor ko‘rishi mumkin bo‘lgan zararning eng katta miqdorini bilishi va uning riskini o‘z zimmasiga olishi yoki boshqalarga yuklashi mumkin.

Uchinchi tamoyil asosan riskni boshqa shaxs zimmasiga o‘tkazilayotganda qo‘llaniladi. Bu holatda investorni sug‘urta badali va sug‘urta puli o‘rtasidagi muvofiqlik qanoatlantirishi kerak.

Sug‘urta badali – bu sug‘urtalanuvchining sug‘urtalovchiga sug‘urta tavakkalligi uchun to‘lovi.

Sug‘urta puli – sug‘urtalangan moddiy qimmatliklar sug‘urtalangan pul miqdori.

Moliyaviy risklarni kamaytirish uchun quyidagi usullardan foydalaniladi:

- diversifikasiya;
- tanlash va natijalar to‘g‘risida qo‘shimcha axborotlarni sotib olish;
- limitlash;
- sug‘urtalash va boshqalar.

Diversifikasiya deganda sarmoyani turli-xil, bir-biriga bog‘liq bo‘lmagan obyektlarga qo‘yish tushuniladi. Investisiya jamg‘armalarining faoliyati asosan diversifikasiyalashga asoslanib, ular o‘z mijozlariga sotgan aksiyalardan tushgan tushumni boshqa barqaror daromad keltiruvchi qimmatli qog‘ozlarga qo‘yadilar[25].

Axborotlar yoki ma’lumotlar ham kerak bo‘lganda qimmatbaho tovar sifatida sotib olinadi. To‘liq ma’lumotlarning bahosiga biror bir sotib olinayotgan narsa bahosining kutilayotgan bahosidan farqi sifatida qaraladi.

Limitlash – bu limitni o‘rnatish, ya’ni xarajatlarni chegaralash bo‘lib, banklar tomonidan ssuda berishda, xo‘jalik subyektlari tomonidan tovarlarni qarzga sotishda, investorlar tomonidan qo‘yiladigan kapital summasini belgilashda foydalaniladi.

Sug‘urtalashdan maqsad, investor riskdan qisman yoki butunlay qochish maqsadida o‘z daromadining bir qismidan voz kechadi. Riskni (risk) sug‘urtalash uning darajasini pasaytirishning eng keng tarqalgan usullaridan hisoblanadi.

Tayanch so‘z va iboralar

Risk, moliyaviy risk, diversifikasiya, limitlashtirish, sug‘urtalash, axborot yig‘ish, o‘z-o‘zini sug‘urtalash.

Nazorat uchun savollar

1. *Moliyaviy risklarni boshqarish mexanizmlari*
2. *Moliyaviy risklarni baholovchi ko‘rsatkichlar*
3. *Moliyaviy risklarni boshqarish prinsiplari va metodlari*
4. *Operasion risklarning mohiyati*
5. *Risklarni diversifikasiyalash deganda nimani tushunasiz?*

[25] James C. Van Horne, John M. Wachowicz, Jr. Fundamentals of Financial Management, 13th ed. FT: Prentice Hall, 2009. p 129.

Test topshiriqlari

1. ***Risklarni qanday usullar yordamida kamaytirish mumkin?***

A. Rejalashtirish, tahlil qilish, nazorat qilish,prognozlashtirish
B. Sug‘urtalash, xedjerlash, xo‘jalik faoliyati haqida ma’lumot olish;
C. Divesifikasiyalash, limitlashtirish
D. Barcha javoblar to‘g‘ri

2. ***Moliyaviy risklarning yuzaga kelishi korxonalarning xususiyatlaridan kelib chiqqan holda turlicha bo‘lib, ularni asosan qanday turlarga ajratiladi?***

A. Foiz, investision, valyuta, kredit, soliq, inflyasion risklar
B. Deflyasion, investisiya, innovasion, valyuta risklari
C. Depozit, investisiya, inflyasion, rejalashtirish, foiz risklari
D. Kredit, soliq, rejalashtirish, foiz risklari

3. ***Risklarni baholash bosqichi tarkibi qanday quyi bosqichlardan tashkil topgan?***

A. Risklarni aniqlash, tahlil qilish, baholash, risklarga munosabat
B. Korxonaning strategiyasi va maqsadni belgilash, riskni aniqlash
C. Riskning turi, shakllanish manbai va sabablarini aniqlash
D. Riskni boshqarish usulini tanlash va amaliyotga joriy qilish

4. ***Xalqaro iqtisodiy maydonda va mamlakatda ro‘y berayotgan umumiqtisodiy va siyosiy ahvol, resurslar bahosining o‘sishi va umumbozor miqyosida moliyaviy aktivlar bahosining pasayishi bilan bog‘liq risklar qanday nomlanadi?***

A. Tizimli risk
B. Siyosiy risk
C. Tizimsiz risk
D. Bozor riski

5. … – axborotlarni kompyuterda qayta ishlashdagi nosozliklar, menejerlar va texnik hodimlar malakasining pastligi, texnologiyalarning buzilishi bilan bog‘liq risklardir. Nuqtalar o‘rniga kerakli so‘zni qo‘ying.

A. Operasion risk
B. Selektiv risk
C. Moliyaviy risk
D. Tarmoq riski

6. Risklarning iqtisodiy mohiyatini yoriting.

A. Noaniq bo‘lgan sharoitda, mol-mulk yoki foydadan mahrum bo‘lish riskini o‘z zimmasiga olib amalga oshiriladigan faoliyat
B. Korxonada daromad olish maqsadida o‘z mol-mulkini tavakkkalchilik asosida biznesga to‘liq va qisman yo‘naltirih jarayoni
C. Biznes faoliyati bilan shug‘ullanishni o‘z oldiga asosiy maqsad qilib qo‘ygan korxonalarning ish jarayoni
D. Korxonada ishlab chiqarish jarayoni yoki biznesga sarflangan moliyaviy resurslarning pul qiymati jarayoni

7. Sug‘urtalanadigan moliyaviy risklar deganda qanday risklarni tushunish mumkin?

A. Qonunchilik bilan ta’qiqlanmagan sug‘urta kompaniyalari tomonidan sug‘urtalanishi mumkin bo‘lgan moliyaviy risklarni
B. Faqatgina ayrim sug‘urta kompaniyalari tomonidan sug‘urtalanishi mumkin bo‘lgan risklarni
C. Soliq risklaridan boshqa barcha moliyaviy risklarni
D. Amaliyotda barcha moliyaviy risklarni sug‘urtalanadigan moliyaviy risklar sifatida izohlash mumkin

8. Fan-texnika yutuqlarini amaliyotga joriy etish natijasida kutilgan iqtisodiy samaradorlikka erisha olmaslik xavfi qanday moliyaviy risk turini o‘zida ifodalaydi?

A. Innovatsion moliyaviy risk
B. Investitsion risk
C. Kriminogen risk
D. Sug‘urtalanmaydigan moliyaviy risk

9. ***Korxona tashqi iqtisodiy faoliyatidagi operatsiyalarida foydalaniladigan xorijiy valyuta ayirboshlash kursining o‘zgarishi bevosita ta’siri natijasida kutilgan daromadlarning va bu operatsiyalardan kutilgan pul oqimlarining to‘liq olinmasligi orqali ko‘zga tashlanadigan moliyaviy risk turi:***

A. Valyuta riski
B. Kredit riski
C. Foiz riski
D. Depozit riski

10. ***Risklilik darajasi yuqori bo‘lgan moliyaviy operatsiyalardan voz kechish, shartnoma majburiyatlarini tizimli ravishda buzib kelayotgan hamkorlardan voz kechish, yuqori miqdordagi qarz kapitalidan foydalanishdan voz kechish, past likvidli aylanma aktivlardan yuqori darajada foydalanishdan voz kechish moliyaviy risklarni neytrallashtirishning qaysi mexanizmiga mos keladi?***

A. Risklardan qochish amaliyoti
B. Risklarni diversifikatsiyalash amaliyoti
C. Risklarni minimallashtirish amaliyoti
D. Risklarni tizimlashtirish amaliyoti

XII BOB. KORXONALARDA XARAJATLARNI BOSHQARISH

12.1. Korxonalarda xarajatlarni boshqarishning mohiyati va ahamiyati.
12.2. Korxonalarda xarajatlarni boshqarish bosqichlari.
12.3. Korxona xarajatlarining tasniflanishi. Mahsulot ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish yo‘llari.
12.4. Korxonalarda mahsulot ishlab chiqarish zararsizlik nuqtasi.
12.5. Korxona xarajatlarining samaradorlik ko‘rsatkichlari.

12.1. Korxonalarda xarajatlarni boshqarishning mohiyati va ahamiyati

Xarajat material, resurslar, sarflangan vaqt va hokazolarni pul bilan baholash sifatida aniqlanadi. Oddiy so‘zlar bilan aytganda, bu sotib olinadigan tovar (xizmat) uchun to‘lanishi kerak bo‘lgan miqdorni bildiradi va biznesda ishlatiladigan umumiy atama hisoblanadi. Ushbu bandda biz biznes uchun xarajatlarni boshqarishning ahamiyatini muhokama qilamiz. Xarajatlarni boshqarish deganda nimani tushunasiz? Buni biznes byudjetini rejalashtirish va nazorat qilish jarayoni sifatida aniqlash mumkin. Bu biznes xarajatlarini bashorat qilishga yordam beradi, shuning uchun ularning xarajatlarini byudjet doirasida cheklash mumkin. Shu bilan birga bu jarayon biznesni boshqarishning ajralmas qismi hisoblanadi. Biznes uchun xarajatlarni boshqarish xarajatlarni kamaytirish yoki hech bo‘lmaganda xarajatlarning o‘sishini cheklash orqali biznes xarajatlarini optimallashtirishga qaratilgan usullarni o‘z ichiga oladi.

Nima uchun biznes uchun xarajatlarni boshqarishni qabul qilish kerak?

Xarajatlarni boshqarish strategiyasi biznes uchun juda muhim, chunki u tovarlar va xizmatlar narxini belgilashda yordam beradi. Narxlar juda past yoki juda yuqori bo‘lmasligi kerak. Past narx siz uchun hech qanday foyda qoldirmaydi, yuqori narx esa mijozni yo‘qotishingizga olib keladi. Bu xarajatlarni boshqarishda va korxonaning biznes strategiyasini muvofiqlashtirishda yordam beradi. Zamonaviy raqobatbardosh bozorda ustunlikka erishish uchun har

qanday korxona uchun xarajatlarni boshqarish va strategiyalar muhim ahamiyatga ega. Loyihani amalga oshirishdan oldin, har qanday ortiqcha xarajatlarning oldini olish uchun maqsadlarni aniqlash kerak. Bu xarajatlarning ortiqcha yoki kam baholanishini oldini olishga yordam beradi. Yaxshi aniqlangan loyiha xarajatlarni to‘g‘ri boshqarishga yordam beradi va loyihani foydali qiladi. Xarajatlarni boshqarish bilan kutilmagan xarajatlarni ular sodir bo‘lganda va qachon osonlik bilan hal qilish mumkin.

Xarajatlarni boshqarish har qanday loyiha yoki biznesning muvaffaqiyati uchun zarur jarayon hisoblanadi. Agar biznes ko‘tara oladigan xarajat hajmi malum bo‘lsa, maqsadlarni belgilash va shunga mos ravishda unga erishish nisbatan osonroq bo‘ladi.

Xarajatlarni boshqarishga quyidagi omillar ta’sir qiladi:

1. Texnologiyaning o‘sishi;
2. Global va umumiy ichki raqobat;
3. Ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohalarining o‘sishi.

Biznes uchun xarajatlarni boshqarish texnikalari. Ushbu segmentda biz biznesning umumiy xarajatlarini kerakli chegaralarda nazorat qilish va ushlab turishga yordam beradigan biznes uchun xarajatlarni boshqarishning ba’zi usullariga to‘xtalamiz:

- texnologiyadan maksimal darajada foydalaning. Texnologiya biznesni soddalashtirishga yordam beradi va shu bilan xarajatlarni boshqarishi mumkin. Eng so‘nggi ilg‘or texnologiyalar yordamida yuqori standartlar sifatini, kam vaqt sarfini va unumdorlikni oshirishni ta’minlang. Bularning barchasi biznesning umumiy xarajatlarida kuchli aks etadi;
- vaqtni boshqarish. Biznesga ega bo‘lgan odamdan vaqt muhimligini so‘rang. Istalgan natijaga erishish uchun uni biznes ierarxiyasi bo‘ylab o‘tkazish kerak. Xodimlar, shuningdek, vaqtning qadrini va qanday qilib samaraliroq bo‘lishni bilishlari kerak. Bu mehnat tannarxini qo‘shmasdan, hosildorlikni oshirishga yordam beradi.
- inventarizatsiyani boshqarish. Tovar-moddiy zaxiralar daromad olishning asosiy usullaridan biridir. Birinchidan, inventarizatsiyaga qo‘yiladigan talablar, miqdorni tekshirish, sotuvchi xarajatlari va

hokazolarni aniqlash kerak. Bularning barchasi biznes talablarini bilishga va ortiqcha “inventar” xarajatlardan qochishga va kapitalni boshqa yo‘nalishga joylashtirishga yordam beradi.

- Bu, ayniqsa, bir martalik loyihalarni o‘z ichiga olgan bo‘lsa, xodimlarni uchinchi tomon rollariga jalb qilish usullaridan biridir. Bu ish beruvchini xarajatlarni kitobga olishdan qutqaradi. Bu, albatta, autsorsing hamkorlari biznes mijozlariga xizmat ko‘rsatish sifatiga to‘sqinlik qilmasligi uchun amalga oshiriladi. Xodimlardan tashqari, ba’zi loyihalarni ham autsorsing qilish mumkin. Bu qo‘shimcha xodimlarning xarajatlarini tejashga yordam beradi, shuningdek, tashqi iste’dod va texnologiyalardan foydalanishga yordam beradi.

- bozor hissi. Bozor tendentsiyalari bilan yangilanib turish juda muhimdir. Doimiy ravishda sotuvchilar bilan aloqada bo‘lish va shartnomalarni yangilash narxlarning tendentsiyasi bilan sodir bo‘lishini ko‘rish kerak. Bu uzoq muddatli shartnomalar uchun belgilangan narxlarni tortish o‘rniga eng yaxshi mavjud narxlar bo‘yicha muzokaralar olib borishga yordam beradi.

Xarajatlarni boshqarishning ko‘plab afzalliklari mavjud. Jumladan:

1. Xarajatlarni boshqarish loyihaning o‘ziga xos narxini va umumiy biznes xarajatlarini nazorat qilishga yordam beradi;
2. Xarajatlarni boshqarish bilan kelajakdagi xarajatlar va xarajatlarni osongina oldindan ko‘rish mumkin, bu esa o‘z navbatida kutilgan daromadlarga erishishga yordam beradi;
3. Oldindan belgilangan xarajatlar biznes uchun rekord maqsadlarda saqlanishi mumkin; Bu resurslar va biznes operatsiyalari maqsad va maqsadlarga erishishga qaratilganligiga ishonch hosil qilish uchun zarur bo‘lgan harakatlarni bajarishga yordam beradi;
4. Bu biznesning uzoq muddatli tendentsiyalarini tahlil qilishga yordam beradi;
5. Bu biznesning biron bir tarkibiy qismi kutilganidan ko‘proq mablag‘ sarflaganligini bilish uchun haqiqiy xarajatlarni byudjet bilan solishtirishga yordam beradi;

6. Xarajatlarni boshqarish, xarajatlar komponentini sotib olish faktoringini amalga oshirish nuqtai nazaridan biznesning joylashishini tahlil qilishga yordam beradi;

7. Xarajatlarni boshqarish yaxshi rejalashtirish va moliyaviy menejment, shuningdek, ko‘proq xavfsizlik va byudjet ko‘rinishini keltirib chiqaradi, bu esa qarzga botishning oldini olish bo‘yicha qarorlar qabul qilish imkonini beradi.

Xulosa qilib aytganda, har bir biznes qiyinchiliklarga, xavf-xatarlarga va ishlarni bajarish usullariga duch keladi, ammo xarajatlarni boshqarish muvaffaqiyatga olib keladigan asosiy qiymat bo‘lib qoladi. Yuqori o‘sish uchun farqlash va raqobatdosh ustunlik uning innovatsiyalar qobiliyatidan kelib chiqadi. Biznes uchun xarajatlarni samarali boshqarish biznes innovatsiyalarini qo‘llab-quvvatlaydi va to‘ldiradi. Bilish kerak bo‘lgan narsa shundaki, na hayotda, na biznesda sehrli zinapoya yo‘q; shuning uchun to‘g‘ri xarajatlarni boshqarish tizimini qabul qilish barqaror biznesni qurishning asosiy kalitidir.

12.2. Korxonalarda xarajatlarni boshqarish bosqichlari

Xarajatlar boshqarish hisobining asosiy maqsadi birinchi navbatda ichki foydalanuvchilarni xarajatlar haqidagi zarur va yetarli o‘z vaqtida boshqaruv qarorlarini ishlab chiqarish uchun yetarli ma’lumot bilan ta’minlashdir. “Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to‘g‘risida nizom”ga muvofiq ayrim tarmoqlar xarajatlari tarkibi va ularni hisobga olish xususiyatlari O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi, Davlat soliq qo‘mitasi bilan kelishilgan holda tegishli vazirliklar va idoralar, xo‘jalik birlashmalari (korporasiyalar, konsernlar, uyushmalar, kompaniyalari va boshqalar) tomonidan aniqlan[26].

Xarajatlar hisobini bir butun holga keltirish tufayli, korxonalarning joriy, moliyaviy va sarmoyaviy faoliyati davomida yuzaga keladigan keng qamrovli yondashuvlarni aniqlash va muammolarni yechish uchun

[26] Маҳсулот (ишлар, хизматлар)ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларининг таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисида низом.1999 йил 5 февралдаги 54-сонли қарори.

oldingi, joriy va kelgusi xarajatlarning yaxlit ko‘rinishi hosil bo‘ladi. Bu maqsadga muvofiq ravishda keng qamrovli xarajatlarni boshqarish tizimi quyidagi vazifalarni amalga oshirishni osonlashtirishi kerak[27]:

- xarajatlarning haqiqiy darajasini o‘rnatilgan qoidalarga to‘g‘ri kelishini kuzatib borish va tekshirish hamda kelajak uchun iqtisodiy strategiyani shakllantirish;
- ishlab chiqarilgan tayyor mahsulot (ish,xizmat) larni tannarxini hisoblash va moliyaviy natijani aniqlash;
- ishlab chiqarish faoliyatini iqtisodiy samarasini aniqlash va baholash;
- qarorlar qabul qilish uchun xarajatlar to‘g‘risidagi ma’lumotni tizimlashtirish.

Ma’lumki, xarajatlarni boshqarish o‘z ichiga quyidagilarni oladi[28]: prognozlashtirish va xarajatlarni rejalashtirish, tashkil qilish, muvofiqlashtirish va tartibga solish, xodimlarni rag‘batlantirish, hisobga olish, tahlil va nazorat qilish (monitoring). Bunda boshqarish obekti bo‘lib, amaliyotda korxonaning tarkibiy bo‘linmalari (sexlar)doirasi xarajatlarni kelib chiqish joylari hisoblanadi. Sexlarni xarajatlar markazi sifatida tavsiflash, korxona xarajatlarini nisbatan oson aniqlash va ishlab chiqarilgan mahsulotga ketgan bilvosita xarajatlarni qisqartirish imkonini beradi. Qora metallurgiya sanoati korxonalarida xarajatlarni boshqarish hisobining o‘ziga xos xususiyatlaridan biri xarajatlarning paydo bo‘lish joylari bo‘yicha guruhlashdir. Xarajatlarning paydo bo‘lish joyi bilan javobgarlik markazini to‘g‘ri aniqlab olish katta ahamiyatga ega.

Iqtisodiyotni hozirgi rivojlanish bosqichida xarajatlarni boshqarish jarayonida asosiy o‘rinni byudjetlashtirish egallaydi. Byudjetlashtirish vazifalari bo‘lib, quyidagilar hisoblanadi[29]:

- ✓ korxona maqsadlariga erishishni ta’minlash uchun jarayonlarni rejalashtirish;

[27] JablanStefanović, R. (2009), „Traditional Methods for Allocating Costs to Cost Drivers“,12.World Congress of Accounting Historians (WCAH), Congress Proceedings Vol. II, Istanbul, pp 1193-1210.

[28] Аткинсон Э.А., Банкер Р.Д., Каплан Р.С. Управленческий учет/пер.с англ. А.Д. Рахубовского. – М.: Вильямс, 2005.

[29] Paul A. Sharman and Kurt Vikas, “Lessons from German Cost Accounting,” Strategic Finance, December 2008,pp. 28-35.

- ✓ alohida bo‘linmalarni faoliyatlarni va korxona ishchi guruhlar manfaatlarini muvofiqlashtirish;
- ✓ maqsadga erishish uchun javobgarlik markazi rahbarlarini rag‘batlantirish;
- ✓ rejalashtirilgan tartibni ta’minlash maqsadida joriy faoliyatni nazorat qilish;
- ✓ javobgarlik markazlari faoliyatini nazorat qilish va rahbarlarini baholash;
- ✓ boshqaruvchilar malakasini oshirish.

Amaliyotda byudjetlashtirish korxona tarkibiy bo‘linmalari bilan cheklanib qolmoqda. Bo‘limlar va sexlar xarajatlari miqdori uchun javobgarlik korxona tarkibiy bo‘limlari rahbarlari zimmasiga yuklatilgan bo‘ladi. Bizningcha bu yondashuv moliyaviy-xo‘jalik faoliyatini boshqarish vositasi sifatida byudjetlashtirishni samaradorligini pasaytiradi, xarajatlar qiymatini pasaytirishdan manfaatdor korxona menejerlar doirasini chegaralaydi hamda xarajatlarni kamaytirishda korxonani barcha xodimlarini rag‘batlantirish tizimini ishlab chiqish imkonini bermaydi. Boshqa tomondan, korxona tarkibiy bo‘linmalari darajasida xarajatlar markazini mustahkamlash, xarajatlar markazi bo‘yicha mahsulot ishlab chiqarishda resurslarga qilinadigan xarajatlar normasini tayyorlash imkonini bermaydi.

Xarajatlar markazi bo‘yicha xarajatlarni rejalashtirish va hisobini tashkil qilishning o‘ziga xos xususiyati shundaki, bu joyda xarajatlar uning uchun to‘g‘ri xarajatlar bo‘lib hisoblanadi. Shunday qilib, egri xarajatlar biroz kamayadi va mahsulot tannarxida to‘g‘ri xarajatlar ulushi kengayadi natijada kalkulyasiyani yanada aniq hisoblash imkoni paydo bo‘ladi.

Biroq, “xarajatlar kelib chiqish joylari” tushunchasini paydo bo‘lganiga ancha vaqt bo‘lgan bo‘lsa ham, faoliyat yuritayotgan korxonada xarajatlarni kelib chiqish joylarini aniqlashda aniq ishlab chiqilgan usul mavjud emas.

Xarajatlarni kelib chiqish joylarini aniqlash usulining asosini korxonani xo‘jalik faoliyati natijasida oladigan foydasi tashkil etadi. Bu usulning maqsadi korxonaning umumiy faoliyati natijasida har bir bo‘lim

(sexlar, bo‘linmalar, xizmat ko‘rsatuvchi xo‘jaliklar) daromad va xarajatlari ulushini aniqlash hisoblanadi.

Korxonalarda boshqaruv hisobini xarajatlarni kelib chiqish joylar bo‘yicha tashkil qilish quyidagi bosqichlarni o‘z ichiga oladi:

- xarajatlarni kelib chiqish joylarini ajratib olish;
- ishlab chiqarish jarayoniga nisbatan qismlarda xarajatlar markazini tasniflash;
- xarajatlarni kelib chiqish joyi bo‘yicha ma’lumot ishlab chiqish;
- har bir xarajatlarni kelib chiqish joylari bo‘yicha xarajatlar obyektini aniqlash;
- xarajatlar moddalari bo‘yicha ro‘yxatni shakllantirish;

Xulosa qilib aytganda, xarajatlarni boshqarish jarayoning asosiy bosqichida javobgarlik markazlari faoliyatini moliyaviy nazorati amalga oshiriladi. Xarajatlarni nazorat qilishda ikki asosiy yondashuv mavjud:

a) iste’mol qilingan resurslarga qilinadigan xarajatlarni normalar asosida rejalashtirilgani bilan haqiqatdagi xarajatlar o‘rtasidagi chetlanishlar sabablari hisobga olinadi va tahlil qilinadi;

b) vaqt davomidagi haqiqiy xarajatlarni o‘zgarish yo‘nalishlari o‘rganiladi.

Har bir nazorat usuli o‘z afzalliklari va kamchiliklariga ega. Chetlanishlar bo‘yicha tahlil qilishning ijobiy xususiyati shundaki, iste’mol qilingan rerurslar qiymati xarajatlar normasi asosida belgilangan bo‘ladi. Binobarin, ishchilarni samarali ishlashi uchun ko‘rsatkich va mezonlari bo‘ladi. Biroq, norma va normativlar korxona boshqaruvchilari va iqtisodchilari tomonidan o‘rnatiladi, shuning uchun normalar subyektiv bo‘lishi mumkin, shuning uchun mehnat unumdorligini o‘sishini rag‘batlantirishga barcha hollarda ham qodir bo‘lmaydi. Javobgarlik markazlari bo‘yicha xarajatlar smetasi o‘rnatilgan resurslarga qilingan xarajatlar normalari asosida ishlab chiqiladi. Bunday smetalarda qiymatiga shu bo‘lim boshlig‘i ma’sul bo‘lgan (tartibga solinadigan xarajatlar) va o‘sha xarajatlarga boshliq ta’sir qila olmaydigan (nazorat ostidagi xarajatlar) xarajatlar aniq belgilangan bo‘lishi kerak. Nazorat ostidagi xarajatlar bo‘yicha

chetlanishlar bu bo‘limda qayd etib boriladi va yuqori boshqaruv organiga qaror qabul qilish uchun uzatiladi.

12.3. Korxona xarajatlarining tasniflanishi. Mahsulot ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish yo‘llari

Buxgalteriya hisobidagi xarajatlar juda murakkab mavzu bo‘lib tuyulsa-da, bu juda muhim masala. Darhaqiqat, xarajatlarsiz biznesdan daromad ham olib bo‘lmaydi. Eng keng tarqalgan xarajatlardan ba’zilari:

Zavod ijarasi

Yetkazib beruvchilarga to‘lov

Xodimlarga ish haqi

Uskunaning amortizatsiyasi

Bularning barchasi va yana ko‘p narsalar nafaqat savdo hajmini oshirish, mijozlarning og‘riqli nuqtalarini hal qilish, mijozlarni ushlab turishni ko‘paytirish, ko‘proq yalpi foyda va hatto sof foyda olish, balki biznesingiz faoliyatidan olinadigan daromadni oshirish uchun ham sarflanadigan xarajatlardir. Bundan tashqari, xarajatlar haqida to‘liq tushunchaga ega bo‘lish, shuningdek, hisobdan chiqarish mumkin bo‘lgan barcha xarajatlarni aniqlashga yordam beradi, shuning uchun ularning soliqqa tortiladigan daromadlarini va keyinchalik ularning soliq majburiyatlarini kamaytiradi. Shunday qilib, buxgalteriya hisobidagi xarajatlar biznes faoliyatining juda muhim qismidir.

Buxgalteriya hisobidagi xarajatlar - bu daromad olish uchun korxona tomonidan sarflangan pul yoki boshqa xarajatlardir. Demak, buxgalteriya hisobidagi xarajatlar biznesni yuritish xarajatlari, shu jumladan foyda keltiradigan barcha tadbirlar yig‘indisidir. Buxgalteriya hisobida xarajatlarni aniqlashning turli usullaridan ba’zilari quyidagilar:

- ofis buyumlari naqd pulni (aktiv) ishlatadi;
- amortizatsiya xarajatlari - bu mashina yoki bino kabi kapital uskunalarning balans qiymatini kamaytiradigan to‘lov. Bu uning ma’lum vaqt davomida ishlatilishini aks ettirish uchun amalga oshiriladi;
- oldindan to‘langan xarajat, masalan, oldindan to‘langan ijara haqi, ijara har oy foydalanilganda naqd xarajatlarga aylanadigan aktivdir/

Bunday barcha xarajatlarning qisqacha mazmuni daromadlar to‘g‘risidagi hisobotga umumiy daromaddan chegirmalar sifatida kiritilgan. Shuning uchun, ma’lum bir davr uchun daromad minus xarajatlar sof foydani beradi. Biroq, ikki tomonlama buxgalteriya tizimi uchun xarajatlarni ko‘rib chiqayotganda, xarajatlar barcha moliyaviy operatsiyalar qayd etilgan beshta asosiy guruhdan faqat bittasidir. Qolgan to‘rtta toifaga daromad, mulkdorning kapitali, aktivlari va majburiyatlari kiradi. Ikki tomonlama buxgalteriya hisobi tizimidagi xarajatlar aniq xarajatlar schyotining debetida hisobga olinadi. Shu bilan birga, bir xil miqdordagi kredit yozuvi ham qayd etilishi kerak, bu aktivlarni kamaytiradi va majburiyatlarni oshiradi.

Bu yerda shuni ta’kidlash kerakki, yer va asbob-uskunalarni sotib olish kabi xarajatlar buxgalteriya hisobida oddiy xarajatlar sifatida emas, balki kapital xarajatlar sifatida qabul qilinadi. Bu shuni anglatadiki, ushbu aktivlar butun foydalanish muddati davomida amortizatsiya hisobiga sarflanadi.

Xarajatlarni farqlash. Xarajatlar to‘lov yoki majburiyatning paydo bo‘lishi bo‘lsa-da, xarajatlar aktivning iste’molini ifodalaydi. Masalan, sizning kompaniyangiz asosiy vositani sotib olish uchun 10 000 AQSh dollari miqdorida naqd pul sarfladi. Biroq, ushbu aktiv amortizatsiya va amortizatsiya hisobiga foydali xizmat muddati davomida xarajat sifatida olinadi. Shunday qilib, xarajatlar oldindan sodir bo‘lishiga qaramasdan, sizning biznesingiz tomonidan qilingan xarajatlarni tan olish uzoq vaqt davomida tarqalish ehtimoli ko‘proq. Biroq, sizning xarajatlaringizni hisobga olishda har doim e’tiborga olinishi kerak bo‘lgan boshqa narsalar mavjud. Masalan, aktivingiz miqdori va biznesingizning kapitallashuv chegarasi.

Buxgalteriya hisobida xarajatlar biznes aktivlariga, ayniqsa amortizatsiya qilinadigan aktivlarga nisbatan qo‘llaniladi. Aktivning tannarxi aktivni sotib olish, yetkazib berish va o‘rnatish bilan bog‘liq har bir xarajatlarni o‘z ichiga oladi. Shuningdek, u xodimlarni undan foydalanishga o‘rgatish uchun sarflangan xarajatlarni ham o‘z ichiga oladi. Sizning biznesingiz balansida xarajatlar hisobga olinadi. Birinchidan, dastlabki qiymat hisobot qilinadi, so‘ngra undan yig‘ilgan

amortizatsiya ayiriladi va natijada sizning aktivingizning balans qiymati beriladi.

Bundan farqli o‘laroq, buxgalteriya hisobidagi xarajatlar foydani aniqlash uchun ishlatiladi. Biznesтштп foydasini hisoblash uchun xarajatlar daromaddan shunchaki ayiriladi. Biroq, bu yerda eslash kerak bo‘lgan narsa shundaki, buxgalter bu yerda ikki turdagi xarajatlarni ko‘rib chiqadi - belgilangan xarajatlar va o‘zgaruvchan xarajatlar. Buxgalteriya hisobini yuritayotganda har ikkala xarajatlarni hisobga olishning afzalligi shundaki, u foydaning zararsizlanish nuqtasini bilishga yordam beradi va shu bilan foyda marjasini maksimal darajada oshirish mumkin bo‘lgan darajalarni beradi.

Bundan tashqari, xarajatlarni minimallashtirish va kerak bo‘lganda byudjetni tejash haqida qimmatli ma’lumotlarni beradi. Xarajatlar biznes daromadlari to‘g‘risidagi hisobotda hisobga olinadi. Darhaqiqat, tegishli soliq щкпфтlari tomonidan ko‘rsatilgandek, zarur biznes xarajatlari soliqqa tortiladigan daromaddan chegirib tashlanishi mumkin.

Barcha turdagi xarajatlar moliyaviy hisobotlarga ta’sir qilsa-da, ular daromadlar to‘g‘risidagi hisobotga eng ko‘p ta’sir qiladi. Xarajatlar daromadlar to‘g‘risidagi hisobotda ko‘rsatiladigan beshta asosiy sarlavha:

- sotilgan mahsulot tannarxi;
- operatsion xarajatlar;
- moliyaviy xarajatlar;
- favqulodda xarajatlar;
- operatsion bo‘lmagan xarajatlar.

Biroq, biznes amalga oshiradigan va to‘g‘ridan-to‘g‘ri daromadlar to‘g‘risidagi hisobotda qayd etilmagan xarajatlar turlari mavjud. Buxgalteriya hisobida bu har xil turdagi xarajatlardan iborat:

Sotilgan mahsulot tannarxi - bu xom ashyoni sotib olish va keyin ularni tayyor mahsulotga aylantirish uchun qilingan xarajatlar. Biroq, sotilgan mahsulot tannarxi butun kompaniyangiz tomonidan amalga oshirilgan sotish va ma’muriy xarajatlarni o‘z ichiga olmaydi, shuningdek, foiz xarajatlari yoki favqulodda obektlar bo‘yicha yo‘qotishlarni o‘z ichiga olmaydi. Ishlab chiqarish firmalari uchun

sotilgan mahsulot tannarxi to‘g‘ridan-to‘g‘ri materiallar, to‘g‘ridan-to‘g‘ri mehnat va ishlab chiqarish xarajatlarini o‘z ichiga oladi. Xizmat ko‘rsatuvchi kompaniya uchun sotilgan mahsulot tannarxi xizmatlar narxi deb ataladi. Tovar va xizmatlarni sotadigan kompaniya uchun u sotish narxi deb nomlanadi.

Operatsion xarajatlar - operatsion xarajatlar - bu tovarlar va xizmatlarni sotish bilan bog‘liq xarajatlar. Shuningdek, u reklama xarajatlari, do‘koningiz ijarasi va sotuvchilarning maoshlarini o‘z ichiga oladi. Operatsion xarajatlar ostida umumiy va ma’muriy xarajatlar - bu biznesning asosiy yo‘nalishini yuritish paytida qilingan xarajatlardir. Bular ilmiy-tadqiqot ishlari, rahbarlarning ish haqi, sayohat va treninglar va IT xarajatlarini o‘z ichiga oladi.

Moliyaviy xarajatlar. Korxonaning kreditorlar va kreditorlardan qarz olganida moliyaviy xarajatlar yuzaga keladi. Bu korxonaning asosiy biznes yo‘nalishidan tashqarida bo‘lgan xarajatlardir. Masalan, qarzga olingan pul bo‘yicha foizlar, kredit olish uchun to‘lovlar.

Favqulodda xarajatlar. Korxonaning muntazam biznes faoliyatidan tashqari va bir martalik yirik tadbir yoki operatsiyalar paytida qilingan xarajatlardir. Masalan, yerni sotish, muhim mulkni yo‘q qilish, xodimlarni ishdan bo‘shatish, kutilmaganda mashinani ta’mirlash yoki almashtirish.

Operatsion bo‘lmagan xarajatlar. Bular operatsion daromad bilan bog‘liq bo‘lmagan xarajatlardir. Operatsion bo‘lmagan xarajatlarning eng keng tarqalgan misollaridan biri bu foizli xarajatlardir. Buning sababi shundaki, foizlar kreditor yoki bankdan qarz olish qiymati bo‘lsa-da, ular hech qanday operatsion daromad keltirmaydi. Bu foiz to‘lovlarini operatsion bo‘lmagan xarajatlarning bir qismiga aylantiradi.

Naqd bo‘lmagan xarajatlar. Hisoblash usuliga ko‘ra, naqd pulsiz xarajatlar to‘g‘ridan-to‘g‘ri naqd pul bilan to‘lanmaydigan xarajatlardir. Biroq, faoliyatning daromadlari to‘g‘risidagi hisobotda qayd etilgan. Masalan, amortizatsiya naqd bo‘lmagan xarajatdir, chunki u sizning sof foydangizni kamaytiradi, shu bilan birga naqd pul oqimi ham bo‘lmaydi. Uning buxgalteriya hisobi quyidagicha bo‘ladi: amortizatsiya xarajatlari

schyotining debeti, kontraaktiv aktivlar hisobining krediti, ya’ni yig‘ilgan amortizatsiya. Balansda ushbu aktivning balans qiymati yig‘ilgan amortizatsiya hisobiga kamayadi.

Demak, xarajatlar - bu schyotning debetida aks ettirilgan daromadlar to‘g‘risidagi schyotlar, tegishli kredit esa qarama-qarshi aktiv yoki passiv hisob varag‘iga yoziladi.

Oldindan to‘langan xarajatlar. Biznes xarajatlari oldindan to‘langan bo‘lsa, u xarajat sifatida emas, balki "oldindan to‘langan xarajatlar" deb ataladigan aktiv sifatida tan olinadi. Tegishli xarajatlar korxona tomonidan amalga oshirilganda, oldindan to‘langan xarajatlar schyoti kreditlanadi va tegishli xarajatlar schyoti debetlanadi. Masalan, korxona butun yil uchun ijara haqini yanvar oyida oldindan to‘lagan. O‘sha paytda bu summa oldindan to‘langan ijara aktivi hisobi sifatida qayd etiladi. Biroq, har oyning oxirida, bir oylik ijara haqi allaqachon to‘langan bo‘lsa, oldindan to‘langan ijara haqining bir qismi kreditga o‘tkaziladi, shu bilan birga, ijara xarajatlari yuzaga kelgan ijara xarajatlarini tan olish sifatida debetlanadi.

Hisoblangan xarajatlar. Agar korxona xarajat qilgan bo‘lsa-yu, lekin uning uchun hali to‘lanmagan bo‘lsa, "hisoblangan xarajatlar" deb nomlangan tegishli javobgarlik hisobi tan olinishi kerak. Bu xarajatlar qaysi davrda amalga oshirilgan bo‘lsa, xuddi shu davrda qayd etilishini ta’minlaydi. Misol uchun, agar korxona ijara haqini 2021-yil dekabri uchun, 2022-yil yanvar oyida to‘lagan bo‘lsa va koxona ijara haqini faqat haqiqiy to‘langanida qayd etgan bo‘lsa, u holda 2021-yilgi ijara xarajatlari oshirib ko‘rsatilgan 2022-yilning ijara xarajatlariga aylanadi.

Ruxsat etilgan xarajatlar. Ular ma’lum vaqt davomida o‘zgarmaydigan va manfaatdor tomonlar o‘rtasidagi kelishuvga muvofiq to‘lanadigan xarajatlardir. Ruxsat etilgan xarajatlar o‘zgargan taqdirda ham, bu faqat kichik farq bilan bo‘ladi. Bundan tashqari, qatiy xarajatlar siz ishlab chiqaradigan yoki sotadigan birliklar soniga bog‘liq emas. Masalan, ijara, ish haqi, nafaqa, belgilangan ish haqi.

O‘zgaruvchan xarajatlar. Bular asosan oydan oyga o‘zgarib turadigan va koxjnaning eng katta xarajatlar qismiga kiruvchi

xarajatlardir. O‘zgaruvchan xarajatlar siz ishlab chiqaradigan yoki sotadigan birliklar soniga bog‘liq.

Buxgalteriya hisobida xarajatlar qanday qayd etiladi? Daromadlar to‘g‘risidagi hisobotda korxjna xarajatlari va daromadlarini ajratib ko‘rsatish kerak bo‘ladi. Biroq, xarajatlarni hisobga olishda tushunish kerak bo‘lgan bir nechta nozik narsalar mavjud. Misol uchun, agar korxona kapitalizatsiya chegarasidan kamroq miqdorda aktiv sotib olgan bo‘lsa, u bir martalik xarajat sifatida qayd etilishi kerak. Biroq, agar aktivlarni sotib olish summasi kapitalizatsiya chegarasidan yuqori bo‘lsa, u aktiv sifatida qayd etilishi va keyinchalik aktivdan foydalanilganda xarajatlarga to‘lanishi kerak.

Xarajatlarni hisobga olishda eng keng tarqalgan operatsiyalar quyidagilardir:

Xarajatga debet, naqd pulga kredit - Naqd to‘lovni aks ettiradi.

Xarajatlarga debet, kreditorlik qarzlari krediti - kreditga qilingan xaridni aks ettiradi.

Xarajatga debet, aktiv hisobvarag‘ining krediti - aktiv bo‘yicha xarajatlarning hisoblanishini aks ettiradi.

Masalan, asosiy vositaga amortizatsiyani hisoblash.

Xarajatlar bo‘yicha debet, boshqa majburiyatlar schyotining krediti - kredit bo‘yicha foizlarni to‘lash, hisoblangan xarajatlar va boshqalar kabi savdo kreditorlik qarzlarini o‘z ichiga olmaydigan to‘lovni aks ettiradi. Shuning uchun, buxgalteriya hisobining hisob-kitob usuli yoki kassa usuliga buxgalteriya xarajatlarni mos ravishda qayd qiladi.

Vaqt og‘ir bo‘lganida va daromad kam bo‘lsa, ko‘plab biznes egalari mahsulot sifatini buzmasdan yoki ish joylarini xavf ostiga qo‘ymasdan, o‘z korxonasida ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish yo‘llarini izlaydilar. Shu maqsadda bisnes maslahat tarzda xarajatlarni kamaytirishning eng samarali o‘nta usulini ko‘rib chiqamiz:

1. **Obektingizni audit qiling**. Ishlab chiqarish xarajatlarini qanday kamaytirish haqida o‘ylayotganingizda qilish kerak bo‘lgan birinchi narsa, ular nima ekanligini aniq bilishingizga ishonch hosil qilishdir. Barcha asosiy operatsion xarajatlaringizning auditini o‘tkazing va ularni belgilangan muddat davomida kuzatib boring. Ma’muriy xarajatlarni

cheklash va qarzni boshqarish orqali nima yo‘q qilinishi mumkinligini baholang. Binoni saqlash, ijara, kommunal xizmatlar, sug‘urta qoplamasi, ofis jihozlari va boshqa nosozliklar kabi qo‘shimcha xarajatlar uchun qancha to‘layotganingizni ham ko‘rib chiqing.

2. **Materiallarning bevosita narxini kamaytirish**. Materiallaringiz uchun raqobatbardosh yetkazib beruvchilarni izlash orqali xarajatlarni kamaytirishingiz mumkin. Agar arzonroq yetkazib beruvchini topa olmasangiz, birlik narxini pasaytirish uchun uzoq muddatli shartnoma tuzishingiz mumkin. Agar sizning biznesingiz yetkazib beruvchining yillik aylanmasi yoki daromadini sezilarli darajada oshirsa, ba’zan ommaviy chegirmalar taklif etiladi va ba’zi yetkazib beruvchilar siz tezda yoki naqd pulda to‘lasangiz chegirmalarni taklif qilishlari mumkin.

3. **Ishlab chiqarish jarayonlarini baholang**. Mahsulotingiz qanday ishlab chiqarilganiga qarang va ortiqcha vaqt talab qiladigan yoki ortiqcha jarayonlardan xalos bo‘ling. Siz ishlab chiqarish tsiklining har bir alohida bosqichini ajratib ko‘rsatishingiz va har bir qadam qancha davom etishini kuzatishingiz kerak, kerak bo‘lganda maxsus jihozlardan foydalanadigan yoki muayyan vazifalarni bajaradigan xodimlar bilan maslahatlashing. Barcha mexanizmlarni eng yaxshi holatda saqlash ishlamay qolish vaqtini kamaytirishga yordam beradi, shuning uchun siz bashoratli yoki oldindan xizmat ko‘rsatish dasturlariga e’tibor qaratishingiz kerak.

4. **Mahsulotingizni qayta tuzing**. Sifatga jiddiy ta’sir qilmasdan buni qila olsangiz, mahsulotingiz uchun kamroq yoki arzonroq asosiy materiallardan foydalanishni ham o‘ylab ko‘rishingiz mumkin. Mahsulotingizning bozordagi jozibadorligiga bevosita hissa qo‘shmaydigan har qanday xususiyatlardan voz kechish orqali uni soddalashtiring.

5. **Ortiqcha narsalarni olib tashlang**. Hujjatlar va qadoqlash kabi yordamchi materiallar ham qisqartirilishi mumkin. Haddan tashqari qadoqlash nafaqat isrofgarchilik va ko‘pincha atrof-muhitga zarar yetkazadi, balki buyumning umumiy og‘irligini oshiradi va shuning uchun yuk tashish xarajatlarini oshiradi. Hujjatlar jarayonlarini qog‘ozsiz

ilovalarga aylantirib koʻring va printerlar, siyohlar va nusxa koʻchirish vositalari hamda qogʻozning oʻzi sarfini kamaytiring.

6. Yetkazib berish xarajatlarini qisqartirish. Xom ashyoni olib kelish va tayyor mahsulotni yetkazib berish uchun qancha vaqt va yoqilgʻi sarflanishini baholang. Sayohat vaqtini optimallashtirish yoki masofalarni qisqartirish va shu bilan kunlik joʻnatmalar sonini oshirish uchun yetkazib berish yoʻnalishlarini sozlashingiz mumkin. Agar siz yuk tashish bilan shartnoma tuzsangiz, yuklash va tushirishni ham oʻz zimmasiga oladigan transport kompaniyasini toping. Raqobatbardosh narxdagi firma, afzalroq mahalliy yoki brend boʻlmagan kompaniya bilan uzoq muddatli shartnoma tuzish mumkinmi yoki yoʻqligini bilib oling.

7. Ishchi kuchi samaradorligini optimallashtirish. Ishchi kuchingiz bilan aralashib, ularni jamoa sifatida ragʻbatlantirish, maqsadlar va muvaffaqiyatlarni baham koʻrishdan boshlang, shunda ular biznesga sarmoya kiritilganligini his qilishadi. Xodimlarning samaradorligini ularni qanday qilib tezroq ishlashga oʻrgatish orqali oshirish mumkin. Oʻrtacha birlik ishlab chiqarish vaqtini qisqartirgan ishchilarni ragʻbatlantirishni taklif qilishingiz mumkin. Ishchilarning oʻziga xos koʻnikmalari ularga berilgan vazifalarga koʻproq mos kelishiga ishonch hosil qiling. Yangi texnologiya ham yordam beradi, ammo xodimlar undan foydalanish boʻyicha toʻgʻri oʻqitilishi kerak.

8. Energiya sarfini kamaytirish. Kamroq energiya talab qilinadigan vaqtlar bor-yoʻqligini bilish uchun ishlaydigan mashinangiz va umumiy ish jarayonini tekshirib koʻring. Iloji boricha keraksiz energiya talablarini, masalan, konditsioner va foydalanilmayotganda oʻchirilishi mumkin boʻlgan boshqa elektr jihozlarini kamaytiring. Iloji boʻlsa, energiya sarfini optimallashtirish uchun avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimini oʻrnating.

9. Tartibga solish. Agar siz oʻzingizga kerak boʻlgandan koʻproq ishlab chiqarsangiz, uni saqlash sizga qimmatga tushadi - va agar bozor toʻyingan boʻlsa, undan xalos boʻlish uchun narxlarni tushirishga toʻgʻri keladi. Sifat nazoratini kuchaytiring, shunda buzilish kamroq boʻladi va sifatsiz ishlov berishda kamroq vaqt sarflanadi. Oʻz obektingizni

tozalashingiz mumkin - foydalanilmayotgan yoki ortiqcha jihozlarni, ofis mebellaridan tortib eskirgan texnikani ko‘rib chiqing va biror narsani qayta sotish mumkinligini bilib oling.

10. Aqlli investitsiyalar. Asboblar va mexanizmlarni yangilash ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga yordam beradi va uzoq muddatli foyda keltiradi. Katta sarmoya kiritishdan oldin qanday xarajat foydasiga erishish mumkinligini baholagan holda, kapital sotib olishdan rejalashtirilgan daromadlarni sinchkovlik bilan tahlil qilish kerak. Ba’zi hollarda kutish to‘g‘ri keladi, chunki texnologiya tez suratlar bilan rivojlanib boradi, chunki yangi uskunalar tezda eskisini, ayniqsa dasturiy ta’minotni almashtiradi.

Burchaklarni kesmasdan xarajatlarni qisqartirish juda nozik jarayon, ammo ishlab chiqarish xarajatlarini qanday kamaytirish bo‘yicha ushbu g‘oyalar bilan siz o‘zingizning biznes xarajatlaringizni aniq sozlashingiz kerak.

12.4. Korxonalarda mahsulot ishlab chiqarish zararsizlik nuqtasi

Har qanday xo‘jalik faoliyatida daromadga yoki foydaga dastlabki kundan boshlab erishib bo‘lmaydi. Boshlang‘ich davrda xarajatlarga yuz tutish obyektiv hodisadir. Ma’lum vaqtdan boshlab esa bu xarajatlar o‘z mevasini beradi. Buning uchun ishlab chiqarishni (xizmat ko‘rsatishni) aniq reja va prognoz asosida yuritish zarur. Xo‘sh daromad yoki foyda olish uchun qancha vaqt zarur bo‘ladi? Buni aniqlash uchun xo‘jalik yurituvchi subyekt (korxona) faoliyatida (ishlab chiqarishd yoki xizmat ko‘rsatishda) zararsizlik nuqtasi aniqlash zarur bo‘ladi. Korxona ishlab chiqarishi (yoki xizmat ko‘rsatishining) zararsizlik nuqtasining iqtisodiy mohiyati shundaki, aynan shu nuqtadan boshlab korxona foyda ko‘ra boshlaydi.

Korxonaning ishlab chiqarish faoliyatida zararsizlik nuqtasini analitik hamda grafik usulda aniqlanishi mumkin. Bu xo‘jalik yurituvchi subyektning rentabellik darajasi 0,00% dan ortiq bo‘lgan mahsulotlarni sotishdan tushgan tushumning minimal hajmini aniqlashdan iborat. Bu miqdor quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$\mathbf{R_{min}} = \frac{\mathbf{D_x \, x \, R}}{\mathbf{R - U_x}}, \qquad (2.1)$$

bu yerda,

$\mathbf{R_{min}}$ – xo‘jalik yurituvchi subyektning rentabellilik darajasi 0,00 % dan yuqori bo‘lgandagi tushumning minimal hajmi, so‘mda;

R – xo‘jalik yurituvchi subyektning maxsulot realizasiyasidan tushgan tushum, so‘mda;

$\mathbf{D_x}$ – xo‘jalik yurituvchi subyektning doimiy xarajatlari xajmi, so‘mda;

$\mathbf{U_x}$ – xo‘jalik yurituvchi subyektning o‘zgaruvchan xarajatlari xajmi, so‘mda.

Agar korxona yangi xildagi maxsulot ishlab chiqarayotgan (xizmat ko‘rsatayotgan) bo‘lsa yuqoridagi formula quyidagi ko‘rinishni oladi:

$$\mathbf{R_{min}} = \frac{\mathbf{D_x}}{\mathbf{1 - \frac{U_x^1}{N_1}}}, \qquad (12.2)$$

Bunda,

$\mathbf{U_x^1}$ – bir birlik maxsulotga sarflanadigan o‘zgaruvchan xarajatlar, so‘mda;

$\mathbf{N_1}$ – bir birlik mahsulot narxi, so‘mda.

Keltirilgan formulaning aprobasiyasini quyidagi misolda ko‘rib chiqaylik.

Misol: korxonada har bir donasi 40000 so‘mlik mahsulot ishlab chiqarish ko‘zda tutilgan. Korxonaning shartli o‘zgarmas xarajatlarining yillik miqdori 936000 ming so‘mni tashkil etadi. Mahsulot birligiga o‘zgaruvchan xarajatlar darajasi - 51,41%.

Bunda bir birlik mahsulotga o‘zgaruvchan xarajatlar hajmini aniqlaymiz:

$\mathbf{U_x}$ = 40000 x (51,41/100) = 205,6 ming so‘mga teng.

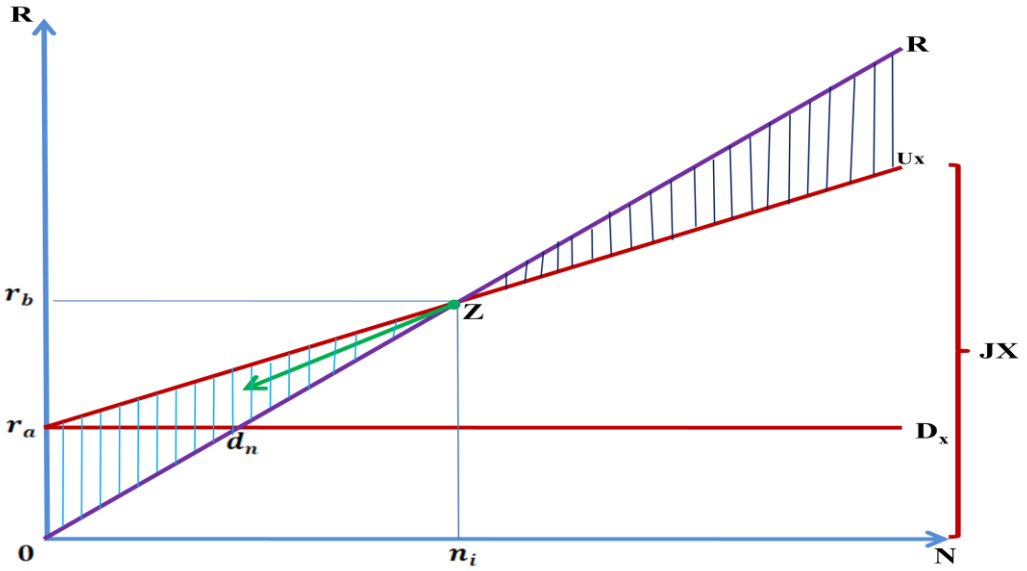
$$\mathbf{R_{min}} = \frac{\mathbf{D_x}}{\mathbf{1 - \frac{U_x^1}{N_1}}} = 936000/(1-(205,6/40000) = 19259,3 \text{ ming so‘m}$$

Unda bir birlik uchun 40000 so‘m narxda ishlab chiqarilgan va sotiladigan mahsulotlarning minimal miqdori

19259300/40000 = 48148 birlikka teng

Demak korxona bir yil davomida 48148 dona maxsulot realizasiya qilganda, korxona faqat maxsulot ishlab chiqarishga qilgan xarajatlarini, ya’ni tannarxini qoplaydi.

Zararsizlik nuqtasi grafik usulda quyidagicha aniqlanadi (1-rasm). Koordinatalar tekisligida vertikal o‘qqa korxona tushimini, gorizontal o‘qqa esa mahsuolt hajmini masshtab bilan joylashtiramiz. Ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatish jarayonida dastlabki davrda korxona miqyosida xarajatlar qilinadi. Ma’lumki bu xarajatlar ikki qismdan iborat: domiy xarajatlar va o‘zgaruvchan xarajatlar. Korxona ishlab chiqarish hajmi bilan bog‘liq bo‘lmagan xarajatlar doimiy xarajatlar hisoblanadi. Ishlab chiqarish hajmiga bog‘lik xarajatlar esa o‘zgaruvchan xarajatlarni tashkil qiladi. Birinchi navbatda doimiy xarajatlarni (**D_x**) grafikda ifodalaymiz.Shundan so‘ng o‘zgaruvchan xarajatlarni (**U_x**) **r_a** nuqtadan boshlab joylashtiramiz. Navbatdagi vazifa mahsulot realizasiyasidan tushgan tushumni (**R**) **0** nuqtadan boshlab joylashtiramiz. Natijada tekislikda bir qancha kesmalar shakllandi. Ulardan (**r_a**, **U_x**) kesma jami xarajatlarni ifodalaydi, ya’ni (**JX**=**D_x**+ **U_x**). (**r_a**, **U_x**) va (**0, R**) kesmalar kesishgan nuqtada korxona zararsizlik nuqtasiga erishadi. Aynan shu nuqtadan boshlab korxona foyda ko‘ra boshlaydi.



12.1-rasm. Korxona ishlab chiqarish faoliyatida zararsizlik nuqtasini aniqlashning grafik usuli

Grafikdan ko‘rinib turibdiki, korxonaning o‘z faoliyatidagi zararsizlik nuqtasi qancha **0** ga yaqinlashsa, uning daromad ola boshlash davri shuncha ertaroq boshlanar ekan. Bu o‘z navbatida zararsizlik nuqtasi **(Z)** ga ta’sir ko‘rsatuvchi omillarni (ko‘rsatkichlarni) optimallashtirish zaruratini keltirib chiqaradi.

12.5. Korxona xarajatlarining samaradorlik ko‘rsatkichlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonada xarajatlarni rejalashtirish xarajatlar tarkibini aniqlashdan va mahsulot (ish va xizmat)larning reja tannarxini dastlabki baholashdan boshlanadi.

Xarajatlarni rejalashtirish ishlab chiqarish jarayonida iste’mol qilinadigan tovar-moddiy zahiralarining qiymati va kutilayotgan foyda hajmini aniqlashda yuqori samara beradi.

Xarajatlarni dastlabki baholash va ularni mahsulotning bozor bahosi bilan taqqoslash korxonani bozorgir mahsulotlar ishlab chiqarish sari yo‘naltirish imkonini beradi. U quyidagilar asosida amalga oshiriladi:

- ishlab chiqarish hajmini aniq belgilash;
- mahsulotlarni ishlab chiqarish texnologiyasi;
- materiallarni almashtirish variantlari;
- materiallar va chet korxonalar xizmatlarining qulayligini baholash.

Ishlab chiqarish xarajatlari byudjetini ishlab chiqish jarayonida asosan smeta va normativ usuldan foydalaniladi.

Smeta usulida korxonaning barcha bo‘linmalari rejalari asosida korxona miqyosida xarajatlarning yig‘ma rejasi tuziladi.

O‘zbekistonda smeta usuli ancha keng tarqalgan usuldir. Uning qo‘llanishi korxonada rejalashtirish jarayonini yagona kompleks tizimga keltirishni ta’minlaydi.

Normativ usul asosida ishlab chiqarish xarajatlari yillik byudjeti tuzib olinadi. Yillik ishlab chiqarish hajmini inobatga olib, alohida mahsulotlar bo‘yicha xarajatlarning iqtisodiy elementlar va kalkulyasiya moddalari bo‘yicha shaxmatli jadvallari ishlab chiqiladi.

Xarajatlarni shaxmatli jadvali tuzilgandan so‘ng, korxonaning faoliyat davri uchun rejalashtiriladigan xarajatlarning yig‘ma byudjetini ishlab chiqish mumkin bo‘ladi.

Xalqaro amaliyotda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflanadigan xarajatlarni rejalashtirishda normativ usuldan keng foydalanadi.

Normativ xarajatlar quyidagi formula bo‘yicha hisoblanadi:

$$\mathbf{N_x = N_{mx} + N_{ms} + N_{ux}} \qquad (12.3)$$

bu yerda:

N_x - mahsulot birligini ishlab chiqarishning normativ xarajatlari;

N_{mx} - normativ moddiy xarajatlar;

N_{ms} - normativ mehnat xarajatlari;

N_{ux} - normativ ustama xarajatlar.

Normativ ustama xarajatlar normativ bevosita mehnat xarajatlariga nisbatan foizlarda ifodalanadi. Normativ mehnat xarajatlaridan ishchi kuchi xarajatlarini rejalashgirish maqsadida foydalaniladi. Ularning hajmi quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$\mathbf{I_{kx} = N_{mm} * S_s} \qquad (12.4)$$

bu yerda:

I_{kx} - ishchi kuchining rejalashtiriladigan xarajatlari;

N_{mm} - normalashtirilgan mahsulot miqdori;

S_s - mehnatga haq to‘lash soatbay stavkalari (mukofotlarsiz).

Reja ijro etilishi jarayonida normativ xarajatlardan chetlanishni baholash va uning kelib chiqishidagi quyidagi sabablarni aniqlash zarur:

- bevosita va bilvosita xarajatlarning o‘zgarishi, sotib olingan materiallar qiymatidagi chetlanishlar natijasida;
- mahsulot sifatini ta’minlashga sarflangan xarajatlar natijasida;
- normalar va normativlarning o‘zgarishlari natijasida;
- ishlab chiqariladigan mahsulot miqdori, talab, baho ta’siri yoki boshqa omillar natijasida.

Xarajatlarni oldindan baholash va tahlil qilish tannarxi baland bo‘lishi kutilayotgan va yetarli foyda keltirmaydigan mahsulotlarni ishlab chiqarishdan avval boshdanoq voz kechish imkonini beradi.

Xarajatlarni oldindan baholashga tayanib rejalashtirish jarayonida standart mahsulot tayyorlash uchun barcha zarur xarajatlarni yetarli

darajada to‘liq hisobga olinadi va bu yangi mahsulot ishlab chiqarishga jalb etiladigan moddiy. Mehnat va boshqa resurslardan samarali foydalanishga zamin yaratadi. Mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflanadigan taxminiy moddiy xarajatlar rejalashtirilayotgan mahsulot hajmi va nomoddiy resurslar sarflari normativlaridan va bozor baholaridan kelib chiqqan holda quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$\mathbf{M_{tx} = T_{mbb} * M_{xs}} \qquad (12.5)$$

bu yerda:

M_{tx} - taxminiy moddiy xarajatlar;

T_{mbb} - tovar-moddiy zahiralarning bozor bahosi;

M_{xs} - moddiy xarajatlarning bir birligining normativi.

Mahsulot ishlab chiqarishda sarflanadigan mehnat xarajatlari haqida to‘la tasavvurga ega bo‘lish uchun xodimlarning asosiy mehnat haqiga ketadigan taxminiy xarajatlardan tashqari umumishlab chiqarish, ma’muriy-boshqarish, sotish jarayonlaridagi mehnat sarflarini ham e’tiborga olish lozim. Buning asosida mahsulotning to‘la tannarxini aniqlash mumkin bo‘ladi.

Agar mahsulotning taxminiy to‘la tannarxi uning kutilayotgan bozor bahosidan ortiq bo‘lsa, bu holat mahsulotning iqtisodiy jihatdan raqobatbardosh emasligini anglatadi va ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning keskin choralari ko‘rilishini talab qiladi.

Mahsulotning alohida turlari tannarxini rejalashtirishdan maqsadlardan biri xomashyo va materiallar, texnologik ehtiyojlar uchun foydalaniladigan yonilgi va energiya, mehnat haqi xarajatlari normativlariga rioya etilishi ustidan ta’sirchan nazorat olib borishdir. Shuningdek, material va mehnat sarflarini normalashtirish va rejalashtirish umumishlab chiqarish, ma’muriy xarajatlar va sotish xarajatlari ustidan nazorat olib borishiga ham ijobiy ta’sir etadi.

Tayanch so‘z va iboralar

Xarajat, doimiy xarajatlar, o‘zgaruvchan xarajatlar, davr xarajatlari, xarajatlar markazi.

Nazorat uchun savollar

1. *Korxonalarda xarajatlarni boshqarish funksiyalari va tamoyillari.*
2. *Korxonalarda xarajatlarni boshqarish bosqichlari.*
3. *Korxona ishlab chiqarish xarajatlarini boshqarishning o‘ziga xos xususiyatlari*
4. *Xarajatlarni boshqarish bo‘yicha qarorlar qabul qilish masalalari.*
5. *Korxona xarajatlarining samaradorlik ko‘rsatkichlari*

Test topshiriqlari

1. Xo‘jalik yurituvchi subyektlarning odatdagi faoliyatidan chetga chiquvchi hodisalar yoki operasiyalar natijasida vujudga keladigan va ro‘y berishi kutilmagan odatdan tashqari xarajatlar moddalari qanday nomlanadi?

A. Favqulodda zararlar
B. Ma’muriy xarajatlar
C. Moliyaviy faoliyat bo‘yicha xarajatlar
D. Sotish xarajatlari

2. Debitorlik qarzlari mohiyatini belgilang.

A. Ishchi va xodimlarga berilgan avans, yuklab ortilgan mahsulotning puli kechikishi
B. Korxona egalariga ularning ulishidan kelib chiqqan holda to‘lanadigan to‘lovlar
C. Xaridorlardan olingan bo‘naklar
D. Mol yetkazib beruvchilardan qarz

3. Ishlab chiqarish tannarxiga kiritilmaydigan xarajatlarni aniqlang.

A. Sotish xarajatlari, boshqarish xarajatlari, boshqa operasion xarajatlar va zararlar
B. Bevosita va bilvosita mehnat xarajatlari
C. Ishlab chiqarish xususiyatlariga ega bo‘lgan ustama xarajatlar
D. Bevosita va bilvosita moddiy xarajatlar, zararlar

4. *Korxonalarda moliyaviy faoliyat bo‘yicha xarajatlarga nimalar kiradi?*

A. *Foizlar bo‘yicha xarajatlar, xorijiy valyuta bilan operasiya bo‘yicha salbiy kurs tafovutlari, qimmatli qog‘ozlarga qo‘yilgan mablag‘larni qayta baholash xarajatlari*

B. *Ishlab chiqarish xususiyatlariga ega bo‘lgan ustama xarajatlar*

C. *Bevosita va bilvosita mehnat xarajatlari, xorijiy valyuta bilan operasiya bo‘yicha salbiy kurs tafovutlari*

D. *Sotish xarajatlari, boshqaruv xarajatlari*

5. *Xarajat qilinayotgan materiallar qiymatini aniqlash va zahiralar qoldig‘ini baholashda “Oxirgi keldi – birinchi sarf bo‘ldi“ prinsipi asosida aniqlanuvchi usul qanday nomlanadi?*

A. *LIFO*

B. *NIFO*

C. *FIFO*

D. *AVECO*

6. *Mahsulor sotish hajmining kritik nuqtasini aniqlash formulasini belgilang?*

A. $Q_{kr} = \frac{FC}{P-AVC}$

B. $Q_{kr} = \frac{FC}{P+AVC}$

C. $Q_{kr} = \frac{FC}{AVC}$

D. $Q_{kr} = \frac{FC+P}{AVC}$

7. *O‘z xarajatlarini o‘zi qoplash prinsipi nimani nazarda tutadi?*

A. *Korxonani rivojlantirish uchun yo‘naltirilgan mablag‘lar sof foyda va amortizasiya ajratmalari hisobiga qamrab olinishini*

B. *Moliyaviy ta’minotni samarali tashkil etishni*

C. Xarajatlarni minimallashtirish orqali foydani maksimallashtirishni
D. Moliyaviy risklarni kamaytirish maqsadida kam daromad bilan cheklanishni

8. Mehnat sig‘imi samaradorlik ko‘rsatkichi qanday aniqlanadi?
A. Jonli mehnatni mahsulot miqdoriga nisbatan orqali
B. Moddiy ashyolar sarfini mahsulot mikdoriga nisbati orqali
C. Mahsulotning fond sig‘imi yoki fondlar qaytimi ko‘rsatkichlari orqali
D. Ummmahsulot miqdorining jonli mehnat sarfiga nisbati orqali

9. Ishlab chiqarish xarajatlari byudjetini ishlab chiqish jarayonida asosan qaysi usuldan foydalaniladi?
A. Smeta va normativ usulidan
B. Normativ va dastlabki baholash usulidan
C. Normativ va zahiralar qiymati usulidan
D. Normativ va bozor bahosini taqqoslash usulidan

10. Normativ xarajatlar qaysi formula bo‘yicha hisoblanadi?
A. $N_x = N_{mx} + N_{ms} + N_{ux}$
B. $M_{tx} = T_{mbb} * M_{xs}$
C. $I_{kx} = N_{mm} * S_s$
D. $N_x = N + N_{ms} + N_{ux}$

XIII BOB. KORPORATIV TUZILMALARDA SOLIQ MENEJMENTINI TASHKIL ETISH

13.1. Soliq menejmentining iqtisodiy mohiyati, tasniflanishi va vazifalari. Soliq menejmentining tarkibiy qismlari.
13.2. Korporativ soliq menejmentining tashkiliy yo‘nalishlari va unda soliq imtiyozlaridan samarali foydalanish.
13.3. Korporativ tuzilmalarda soliq risklarini boshqarish.
13.4. Korxonalarda soliq yukini aniqlash va uning moliyaviy holatga ta’sirini kamaytirish masalalari.

13.1. Soliq menejmentining iqtisodiy mohiyati, tasniflanishi va vazifalari. Soliq menejmentining tarkibiy qismlari

Soliq menejmenti tushunchasi bir necha yil oldin korxonalar tomonidan kam qo‘llaniladigan atama edi. Hozirgi vaqtda bu tushunchani o‘ziga xos amaliyot sohasi sifatida ko‘rishimiz mumkin. Ba’zi korxonalar faoliyatida soliq risklarini boshqarish deb ataladigan ushbu tushuncha soliq menejeri rolining yana bir qismi bo‘lib hisoblanadi.

Soliq tizimining shakllanishi va uni rivojlantirish zaruriyati, shuningdek, soliq menejmentini yo‘lga qo‘yish masalasi - mamlakatimizda erkinlashtirish strategiyasining muhim sharti sanaladi. Shu jihatdan olib qaraganda bugungi kunda, soliqlar va soliq tizimini nazariy jihatdan o‘rganish va tahlil qilish, soliqlarni amaliyotda qo‘llanilishi, xususan, soliq boshqaruvi, uning vazifalarini o‘rganish hamda samarali tashkil etish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Boshqaruvning, xususan, soliq menejmentining vazifasi obyekt-subyekt munosabatlari tizimini qaror toptirish jarayonida vujudga keluvchi boshqaruvchi va boshqariladigan tizimlar o‘rtasidagi aloqa doimiy ravishda muvofiqlashtirilib turishini ta’minlashga qaratilganligi e’tiborga molikdir. Bozor iqtisodiyoti sharoitida soliq menejmenti asoslarini puxta egallab olish orqali soliq subyektlari: soliq yig‘uvchi va soliq to‘lovchi o‘z manfaatlariga mos keladigan soliq munosabatlarini tashkil etish,

samarali soliq boshqaruvini amalga oshirish uchun nimalarni qilish lozimligini anglab etishi, to‘g‘ri yo‘l topa bilishi mumkin bo‘ladi.

- Soliq menejeri quyidagilarni, ya’ni:
- soliq menejmentining mazmuni va mohiyatini;
- soliq menejmentining tarkibiy qismlarini;
- bozor iqtisodiyoti sharoitida muvaffaqiyatli soliq boshqaruvini amalga oshirish yuzasidan masuliyatidagi vazifalarni uddalashni;
- soliq munosabatlarini boshqarish borasida to‘plangan ko‘nikma va tajribani;
- soliq tizimining mazmun-mohiyatini mukammal bilishi talab etiladi.

Bir tomondan, soliq menejmenti hozirgi zamon iqtisodiy rivojlanish yo‘lidagi barcha qiyinchiliklarni, ijtimoiy - psixologik muammolarni ishbilarmonlik ruhidagi yondashuv orqali hal etish mumkinligini o‘rganadi.

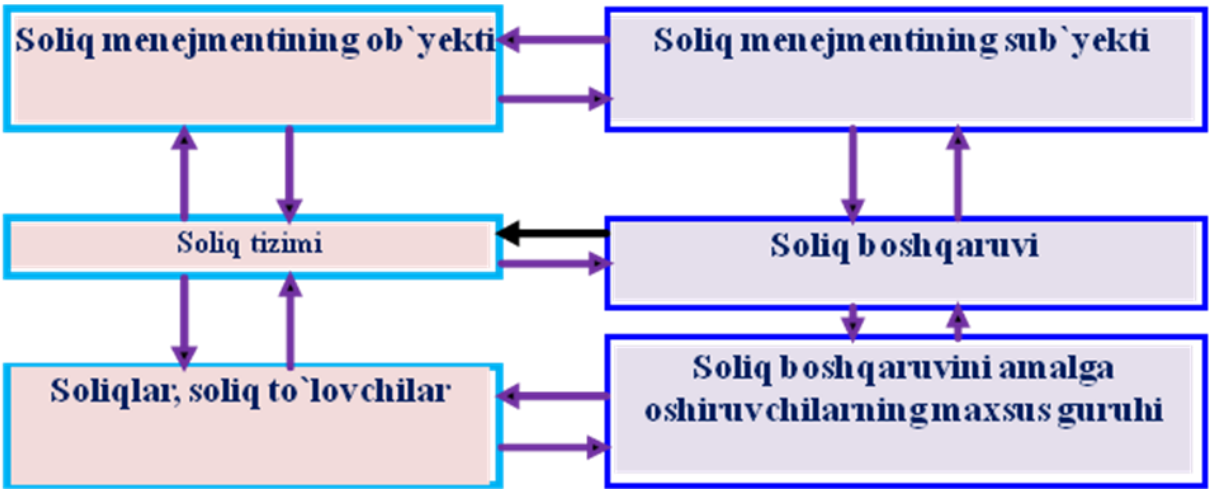
Ikkinchidan, u har qanday soliq munosabatlari sharoitida ham tanlov asosida eng maqbul qarorni qabul qilish va uni muvaffaqiyatli amalga oshirish haqidagi nazariy-amaliy bilimlar majmuasi sanaladi.

Soliq menejmenti negizini obyekt-subyekt munosabatlari tizimi tashkil etadi, ular esa, uzluksiz ravishda o‘zaro ta’sirga ega bo‘lgan muhitni qaror toptiradi (13.1-rasm), uning ierarxiyali kesimida vujudga keluvchi boshqaruvchi va boshqariladigan tizimlar o‘rtasidagi aloqani doimiy ravishda muvofiqlashtirib turish talab etiladi.

Aynan mana shu muvofiqlashtirib turish soliq menejmenti funksiyalarining asosini tashkil etadi va unda u yoki bu soliq boshqaruviga oid aniq vazifalarni bajarish bo‘yicha chora-tadbirlar majmuasi ishlab chiqiladi hamda amalga oshiriladi. Soliq menejmenti - jarayon sifatida o‘zining funksiyalarida namoyon bo‘ladi.

Soliq menejmenti funksiyalari - faoliyat doirasi va vazifasi sifatida soliq boshqaruvi subyektining soliq boshqaruvi obyektiga aniq ta’sir etish yo‘nalishlarini o‘zida aks ettirish hisoblanadi.

Soliq menejmenti funksiyalarining mazmun-mohiyati, turkumlanishi va tizimini o‘rganish orqali soliq munosabatlarida samaradorlik ortadi.



13.1-rasm. Soliq menejmenti obyekti va subyekti o‘rtasidagi munosabatlar

Soliq menejmenti funksiyalari turkumlarida va bosqichlarida soliq munosabatlarining o‘ziga xos tomonlari mavjud bo‘ladi. Shundan kelib chiqib, soliq menejmenti fanining funksiyalarini, ularning soliq munosabatlaridagi o‘rnini o‘rganish orqali soliq boshqaruvini muvaffaqiyatli amalga oshirish imkoniyati yanada kengayadi. Soliq menejmenti fanining vazifasi yangi texnologiyalarni keng qo‘llagan holda soliq munosabatlarining eng maqbul-samarali ilmiy-nazariy asoslarini ishlab chiqishdir.

13.1-jadval

Soliq menejmenti funksiyalarining turkumlanishi

№	Mazmuni va mohiyatiga ko‘ra	Soliq menejmenti funksiyalarining turkumlanishi
1	Qo‘llanilish ko‘lamiga qarab	- umumiy (asosiy) funksiyalar - aniq funksiyalar
2	Faoliyat turiga qarab	- iqtisodiy funksiyalar - ijtimoiy funksiyalar - tashkiliy funksiyalar
3	Obyektni qamrab olishiga qarab	- hududiy funksiyalar - tarmoq funksiyalari
4	Mehnat taqsimoti belgisiga qarab	- menejerning funksiyalari - bo‘ysunuvchi(ijrochi)ning funksiyalari

Soliq subyektining hatti-harakatlari zamirida doimiy uning uchun dasturiy maqsad, mayl mujassam bo‘ladi, unga ko‘ra, subyektning u yoki

bu munosabat holatidan ta’sirlanishi yuz beradi. Bunda uning xarakteriga xos belgilarni aniq bilib olish mumkin.

Soliq menejmenti soliqlarni to‘lash maqsadida moliyani boshqarishni anglatadi. Soliq menejmenti deklaratsiyalarni o‘z vaqtida topshirish, hisob-kitoblarni tekshirish, manbada soliqni ushlab qolish va h.k. bilan shug‘ullanadi. Soliq boshqaruvi foizlar, jarimalar, ta’qiblar to‘lashdan qochishga yordam beradi.

Biznesning moliyaviy muvaffaqiyatiga asosiy hissa qo‘shuvchi sifatida Soliq menejeri korxona o‘zining qonuniy majburiyatlarini bajarishini ta’minlash uchun juda muhimdir. Ularning vazifalari va majburiyatlari quyidagilarni o‘z ichiga olishi mumkin, lekin ular bilan cheklanmaydi:

1. Tashkilot uchun to‘g‘ridan-to‘g‘ri (masalan, korporativ daromad solig‘i) va barcha bilvosita (masalan, FBT, ish haqi, GST) soliq masalalarini boshqarish;
2. Soliq hisobchisi tomonidan tuzilgan bo‘lishi mumkin bo‘lgan soliq to‘lovlari va deklaratsiyalar uchun barcha kerakli hujjatlarni imzolash Korxonaning Ijroiya guruhiga soliq ta’siri va aktivlarni yo‘q qilish / biznesning tarkibiy o‘zgarishlari / qo‘shilish va sotib olish va hokazolar ta’siridan xabardor bo‘lishini ta’minlash;
3. Biznes maqsadlariga mos keladigan soliq strategiyalarini tavsiya qilish Soliq deklaratsiyasini tasdiqlash va topshirish;
4. Katta menejerlarga soliqqa oid barcha masalalar, shu jumladan tadqiqot va ishlanmalar bo‘yicha soliq imtiyozlari va boshqalar bo‘yicha maslahatlar berish.
5. Korxonaning soliq ma’lumotlar bazasini nazorat qilish
6. Soliq bilan bog‘liq tizimlarni takomillashtirishni tavsiya etish
7. Soliq ta’sirini kamaytirish uchun hududlarni aniqlash
8. Soliq qonunchiligidagi o‘zgarishlarni tushunish
9. Avstraliya Soliq idorasi, auditorlar va nazorat qiluvchi organlar bilan kerak bo‘lganda aloqa o‘rnatish
10. Soliq majburiyatlarini prognoz qilish soliq hisobchilari boshqaruvi (agar mavjud bo‘lsa).

Soliq menejmentining asosiy xususiyatlari:

• Moslashuvchan soliq konfiguratsiyasi. Sotish, foydalanish, ushlab qolish, QQS va teskari QQS soliqlarini qo‘llab-quvvatlash. Turli boshlanish va tugash sanalari, minimal va maksimal soliq summalari va har bir satr yoki butun hujjat miqdori bo‘yicha hisob-kitoblarga ega bir nechta tariflarni belgilang.

• Kreditorlik qarzlari bilan avtomatik hisob-kitob qilish. Soliq hisobotini berish davriyligini belgilang va soliq hisobotlarini tuzing. To‘g‘ri daftar ro‘yxati bilan kreditorlik qarzlari bo‘yicha hisobni avtomatik ravishda yarating.

• Moliyaviy modullar bilan integratsiya. Soliq boshqaruvi soliqni hisoblashni talab qiluvchi barcha Acumatica modullari bilan birlashtirilgan. Buyurtmachiga, xodimga yoki sotuvchiga tayinlangan soliq zonasi va inventar obektlariga tayinlangan soliq toifasi asosida soliqlarni avtomatik ravishda hisoblang. Qo‘lda soliq tuzatishlarini kiriting. Soliq bosh kitobning soliq majburiyati hisobvarag‘iga va Soliq boshqaruvi modulidagi belgilangan hisoblarga joylashtiriladi.

Soliq imtiyozlari ma’lum bir sanoat yoki mintaqaning rivojlanishiga yordam berish uchun respublika va mahalliy darajada soliq yuklarini to‘g‘ridan-to‘g‘ri yoki to‘g‘ridan-to‘g‘ri kamaytirishga yoki yo‘q qilishga yordam beradi. Ular soliq imtiyozlari, soliq bazasini pasaytirish, taxmin qilingan kredit, nol reyting, soliqni kechiktirish va boshqalar shaklida bo‘lishi mumkin. Soliq imtiyozlarini baholash har bir korxona uchun o‘ziga xosdir. Biznes segmenti, hajmi, joylashuvi, soliq rejimi va boshqalar kabi ko‘plab omillarni hisobga olish kerak. Shu ma’noda, texnik tadqiqotlar o‘tkazish, soliq rejimining maqsadga muvofiqligini tekshirish, imtiyozlarga ega bo‘lish shartlarini baholash, vakolatli darajada protseduralarni amalga oshirish, muddati va yangilash muddatlarini kuzatib borish kerak.

Soliq qonunchiligiga ko‘ra, korxonalarga oldindan tasdiqlangan ijtimoiy, madaniy va sport bilan bog‘liq loyihalarni qo‘llab-quvvatlash, ularga qo‘shimcha xarajatlarsiz, allaqachon to‘lanishi kerak bo‘lgan soliqlarning bir qismini ajratishga ruxsat beriladi. Institutsional marketing nuqtai nazaridan, bu juda qiziqarli imkoniyatni taqdim etadi,

chunki u o‘z brendini ijtimoiy o‘zgarishlarning haydovchisi sifatida mustahkamlashga yordam beradi.

Rivojlangan davlatlarda soliqlarning murakkabligi haqiqatdir va amaldagi qoidalarga rioya qilish kerak. Biroq, korxonalar ichida soliq jarayonlarini boshqarishni yaxshilash, xarajatlarni kamaytirish, xavfsizlik va tezlikni oshirish muhimdir. Bugungi kunda soliq tizimida texnologiya va integratsiyalashgan axborot tizimlaridan foydalanish sifatli ma’lumotlarni yaratish, qayta ishlashning oldini olish va jarimalar, va auditlar xavfini oldini olish uchun juda muhimdir.

Soliq rejalashtirish har qanday katta yoki kichik biznes uchun katta foyda keltirishi mumkin. Bu biznesning joriy moliyaviy holatini baholash, kelgusi chorak uchun mumkin bo‘lgan foyda yoki zararni baholash va biznes qiymatini maksimal darajada oshirish bilan birga soliqni minimallashtirish strategiyalarini ishlab chiqishni o‘z ichiga oladi.

13.2. Korporativ soliq menejmentining tashkiliy yo‘nalishlari va unda soliq imtiyozlaridan samarali foydalanish

Korporativ soliq menejmenti soliq majburiyatlarini bajarish jarayonida paydo bo‘ladigan muammolarni hal qilishda muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. B. Toshmurodova “Korxonalarda soliq menejmenti – soliq to‘lovlarini optimallashtirish bilan bog‘liq faoliyat sifatida ularni samarali boshqarishdir va u moliyaviy menejmentning ajralmas qismi hisoblanadi” [30], deya izohlasa, Ye.N. Yevstigneyev fikricha, “Korporativ soliq menejmenti – iqtisodiy subyekt moliyasini boshqarishning tarkibiy qismidir”[31].

Korporativ soliq - bu korporatsiya foydasiga solinadigan soliq. Soliqlar korxonaning soliqqa tortiladigan daromadi bo‘yicha to‘lanadi, bu daromaddan sotilgan mahsulot tannarxi, umumiy va ma’muriy xarajatlar, sotish va marketing, tadqiqot va ishlanmalar, amortizatsiya va

[30] Тошмуродова Б.Э. Иқтисодий тараққиётга эришишда солиқлардан самарали фойдаланиш. Иқтисод фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. – Тошкент, 2007. – Б

[31] Евстигнеев Е.Н. Налоги и налогообложение. 2-е изд. – СПб.: «Питер», 2006. – С. 225.

boshqa operatsion xarajatlarni o‘z ichiga oladi. Korporativ soliq stavkalari mamlakatlarga qarab juda farq qiladi, ba’zi mamlakatlar past stavkalari tufayli soliq jannatlari hisoblanadi. Korporativ soliqlar turli chegirmalar, davlat subsidiyalari va soliq bo‘shliqlari bilan kamaytirilishi mumkin va shuning uchun samarali korporativ soliq stavkasi, korporatsiya haqiqatda to‘laydigan stavka odatda qonunda belgilangan stavkadan past bo‘ladi; har qanday chegirmalardan oldin belgilangan stavka.

Korporatsiyalarga soliq solinadigan daromadni muayyan zaruriy va oddiy biznes xarajatlari hisobiga kamaytirishga ruxsat beriladi. Korxona faoliyati uchun zarur bo‘lgan barcha joriy xarajatlar to‘liq soliqqa tortiladi. Biznes uchun daromad olish maqsadida sotib olingan investitsiyalar va ko‘chmas mulk ham chegirib tashlanadi.

Korporatsiya xodimlarning ish haqi, sog‘liq uchun nafaqalar, o‘qish uchun to‘lovlar va bonuslarni ushlab qolishi mumkin. Bundan tashqari, korporatsiya sug‘urta mukofotlari, sayohat xarajatlari, umidsiz qarzlar, foizlar to‘lovlari, savdo soliqlari, yoqilg‘i solig‘i va aktsiz solig‘ini chegirib tashlash orqali soliqqa tortiladigan daromadni kamaytirishi mumkin. Soliq tayyorlash to‘lovlari, yuridik xizmatlar, buxgalteriya hisobi va reklama xarajatlari ham biznes daromadlarini kamaytirish uchun ishlatilishi mumkin.

Korxonalarda soliqlar bo‘yicha pul oqimlarini boshqarishning muhim yo‘nalishlaridan biri soliqlarni rejalashtirish hisoblanadi. Soliqlarni rejalashtirish tushunchasi ayrim iqtisodchi olimlar tomonidan “Xo‘jalik subyektlarida soliqlarni rejalashtirish – xo‘jalik subyektlari yagona iqtisodiy taraqqiyot strategiyasi doirasidagi moliyaviy-xo‘jalik faoliyatini boshqarishning ajralmas qismi bo‘lib, resurslarning cheklanganligi sharoitida korxonaning kelajakdagi moliyaviy holatini belgilash uchun optimal qonuniy soliq to‘lash usullari va metodlaridan hamda soliq to‘lashning mumkin bo‘lgan muqobil variantlaridan foydalanish tizimidagi jarayonlarni o‘zida aks ettiradi”[32], deb ta’kidlansa, Ye.N. Yevstigneyev tomonidan esa “qonuniy taqdim etilgan

[32] Сердюков А.Э., Вылкова Е.С, Тарасевич А.Л. Налоги и налогообложение. – СПб.: «Питер», 2008. – С. 502.

imtiyozlardan foydalanish orqali soliqlarni aylanib o‘tishning qonuniy usullari va soliq majburiyatlarini kamaytirish yo‘llari”[33] sifatida talqin etiladi.

Soliq organlari tomonidan o‘tkaziladigan soliq nazorati davrida soliq huquqbuzarliklarining aniqlanishi soliq to‘lovchilarga nisbatan amaldagi qonunchilikka ko‘ra javobgarlik choralari qo‘llanilishiga va bu, o‘z navbatida, soliq to‘lovchining jiddiy moliyaviy yo‘qotishlariga sabab bo‘ladi. Mazkur holatda soliq riskining oldini olish maqsadida ichki soliq nazoratini tashkil etish maqsadga muvofiq.

Korxonalarda soliq majburiyatlarini boshqarishda soliq tahlili ham muhim ahamiyat kasb etadi. Soliq tahlili o‘tkazilayotganda soliqlar va majburiy ajratmalar umumiy tahlili, soliq yuki tahlili, soliqlar bo‘yicha qarzdorlik tahlili, soliq imtiyozlaridan foydalanish holati tahlili, soliq bazasi tahlili amalga oshiriladi. Jarayonni o‘rganish natijasi o‘laroq ta’kidlashimiz mumkinki, ichki soliq nazorati va soliq tahlilini tashkil etish iqtisodiyotni modernizasiyalash sharoitida xo‘jalik subyektlari mablag‘laridan samarali foydalanishga xizmat qiladi, soliq huquqbuzarliklari tufayli moliyaviy yo‘qotishlarning oldini oladi, soliqlar va majburiy ajratmalarning davlat budjetiga o‘z vaqtida va to‘liq tushishini ta’minlaydi hamda xo‘jalik subyektlari moliyaviy barqarorligini oshiradi.

Korxonalarda soliq menejmentini tashkil etishda davlat va soliq to‘lovchilar o‘rtasidagi soliqlar bo‘yicha manfaatlar to‘qnashuvi va o‘zaro qarama-qarshilikni hisobga olishi kerak. Zero davlat imkon qadar ko‘proq soliq undirishga intiladi, soliq to‘lovchilar esa imkon qadar soliqlarni kamroq to‘lashga yoki umuman to‘lamaslikka harakat qiladi. Bunda soliq to‘lovchi moliyaviy qonunchilik buzilishiga yo‘l qo‘yishi jiddiy moliyaviy yo‘qotishlarga sabab bo‘lishini unutmaslik talab etiladi.

Korxonalarda soliqlarni rejalashtirish amaliyotini tashkil etishda soliqli vaziyatlardan kelib chiqqan holda strategik rejalashtirish, soliq imtiyozlaridan samarali foydalanishga qaratilgan joriy rejalashtirish, soliqlarni o‘z vaqtida va to‘liq to‘lashga qaratilgan, shuningdek

[33] Евстигнеев Е.Н. Налоги и налогообложение. – М.: «ИНФРА-М», 2001.– С. 78.

shartnomaviy munosabatlarni hisobga oluvchi operativ rejalashtirish tarzida tashkil etish maqsadga muvofiq.

KSI (Korporativ soliq imtiyozlari) korxonalarga ular olish huquqiga ega bo‘lgan soliq imtiyozlari va imtiyozlaridan to‘liq foydalanishda yordam berishga ixtisoslashgan. Bugungi kunga qadar biz minglab korxonalar uchun yuzlab million dollar mablag‘ jamg‘ardik, kreditlarni ko‘paytirish va mijozlarga beqiyos xizmat ko‘rsatish bo‘yicha yetakchi provayder sifatida obro‘ qozongan.

Korxonalarda soliqlarni rejalashtirish amaliyotini tashkil etishda soliqli vaziyatlardan kelib chiqqan holda strategik rejalashtirish, soliq imtiyozlaridan samarali foydalanishga qaratilgan joriy rejalashtirish, soliqlarni o‘z vaqtida va to‘liq to‘lashga qaratilgan, shuningdek shartnomaviy munosabatlarni hisobga oluvchi operativ rejalashtirish tarzida tashkil etish maqsadga muvofiq. Korxonalarda amalga oshirilgan moliyaviy operasiyalar va ular bo‘yicha hisoblanadigan soliqlarni to‘lash muddatlaridan kelib chiqqan holda har oy yoki chorak bo‘yicha soliq byudjetini tuzib chiqish lozim. Bunda tuzib chiqilgan soliq byudjeti soliqlarning o‘z vaqtida to‘lanishiga xizmat qilishi bilan bir vaqtda soliqlar bo‘yicha boqimandalik holatlarining ham kamayishiga xizmat qiladi.

13.3. Korporativ tuzilmalarda soliq risklarini boshqarish

Soliqlarning amal qilishi va korxonalarning soliq munosabatlariga kirishishi soliq risklari yuzaga kelishiga sabab bo‘ladi. Soliq risklari mohiyati, ularning yuzaga kelish sabablari haqida soliq to‘lovchilarning yetarlicha tushunchaga ega emasliklari ko‘p holatlarda ularning jiddiy moliyaviy yo‘qotishlariga olib kelishi mumkin. Soliq risklarini baholashning nazariy asoslariga bag‘ishlangan turli iqtisodiy qarashlarni ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq. Ba’zan soliq risklarini tashkil etuvchi tashqi jihatlar alohida olinib, soliq riski sifatida yangi soliq to‘lovlarining amaliyotga kiritilishi, to‘lov shartlari va stavkalarining o‘zgarishi, soliq imtiyozlarining bekor qilinishi va boshqa shu kabilar bilan bog‘liq ravishda paydo bo‘ladigan risklar tushuniladi[34].

[34] Козенкова Т.А. Налоговое планирование на предприятии. – М.: «АиН», 1999. – С.15

Lekin, shuni ham ta’kidlab o‘tish kerakki, soliq risklarining paydo bo‘lishi nafaqat tashqi, balki qator ichki omillarga ham bog‘liq ravishda namoyon bo‘lishi mumkin. Soliq xatolari sifatida shunday ichki omillarni ham hisobga olganda soliq riski soliq qonunchiligidagi noqulay o‘zgarishlar yoki soliq to‘lovlarini hisoblash vaqtida yo‘l qo‘yilgan xatolar bilan bog‘liq moliyaviy yo‘qotish sifatida baholanadi [35] . Fikrimizcha, soliq risklari bo‘yicha ichki omillarni faqatgina soliq xatolari bilan chegaralab qo‘yish to‘g‘ri bo‘lmaydi. Soliq riskiga birmuncha kengroq ta’rif Ye.N.Yevstigneyev tomonidan taklif etilgan bo‘lib, “konkret soliq to‘lovchi uchun soliqqa tortish sohasida paydo bo‘lishi mumkin bo‘lgan noqulay oqibatlarni baholash” [36] soliq riski sifatida aks ettiriladi, lekin bu mulohaza soliq sanksiyasi qo‘llanilishi bilan bog‘lanadi. Boshqa tomondan soliq risklarini aniqlashda soliq sanksiyalaridan tashqari moliyaviy yo‘qotishlar ham bo‘lishi mumkinligi haqida D.N.Tixonov va L.G.Lipniklar alohida to‘xtalib, bunda “soliq riski pul ekvivalentida aks etadigan soliqlarni to‘lash va optimallashtirish jarayoni bilan bog‘liq yo‘qotish”[37] sifatida tushuntiriladi.

Soliq risklarini subyekti bo‘yicha (davlat, soliq agentlari, soliq to‘lovchilar, o‘zaro bog‘liq shaxslar risklari), paydo bo‘lish manbasiga ko‘ra (ichki va tashqi soliq risklari), paydo bo‘lish vaqtiga ko‘ra (suniy ravishda yo‘l qo‘yilayotgan va kelajakda yuzaga chiqishi mumkin bo‘lgan risklar), ta’sir qilish obyektiga ko‘ra bog‘liqligi bo‘yicha (foydaning yo‘qotilishi, moddiy qiymatliklarning yo‘qotilishi, to‘lovga layoqatsizlik, investision va boshqalar), oqibatlariga ko‘ra (soliq nazorati, soliq yuki ortishi, jinoiy va soliq tekshiruvi darajasidagi risklar), ta’sir etish darajasiga ko‘ra (yengil, keskin, halokatli) tasniflash mumkin.

---

[35] Филин С.А. Финансовый риск и его составляющие для обеспечения процесса оценки и эффективного управления финансовыми рисками при принятии финансовых управленческих решений // Финансы и кредит. – Москва, 2002. – № 3. – С. 23.

[36] Евстигнеев Е.Н. Основы налогового планирования. – СПб.: «Питер», 2004. – С. 196.

[37] Тихонов Д.Н., Липник Л.Г. Налоговое планирование и оптимизация налоговых рисков. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. – С. 105.

13.4. Korxonalarda soliq yukini aniqlash va uning moliyaviy holatga ta’sirini kamaytirish masalalari

Soliq yuki kategoriyasini ilmiy jihatdan tadqiq etganda klassiklarning fikrlarini o‘rganish maqsadga muvofiqdir. A. Smitning nazariyasi bo‘yicha, soliq yukining pasayishidan davlat ko‘proq yutadi, ya’ni soliq yuki pasayishi bilan xo‘jalik subyektlarda ko‘proq mablag‘ qoladi, ularni ishlab chiqarishga, kengaytirishga sarflash asosida yanada ko‘proq daromad oladi va byudjetga qo‘shimcha daromad tushadi. Amerikalik iqtisodchi A.Lafferning soliq yuki to‘g‘risidagi “egri chiziq” nazariyasining iqtisodiy mohiyati quyidagicha: soliq yukining pasayishi xususiy sektorning investisiya faoliyatiga ijobiy ta’sir qiladi. Uning fikricha, soliq yuki qancha yuqori bo‘lsa soliq to‘lashdan qochish kuchayadi. A.Laffer nazariyasi bo‘yicha, soliqlar miqdorini oshishi, xufiyona iqtisodiyotning o‘sishiga olib keladi, oqibatda, olingan daromaddan byudjetga soliq kelib tushmaydi. Uning fikricha, soliq yukining darajasi 30 foizgacha bo‘lganda davlat byudjetining daromad qismi yaxshi (qulay) shakllanadi. Soliq yuki bo‘yicha rus iqtisodchilarining fikrlarini keltirib o‘tamiz. A.V.Brizgalinning qarashicha; soliq yuki – bu umumlashtiruvchi ko‘rsatkich bo‘lib, soliq yig‘imlarining umumiy summasini jami milliy mahsulotga nisbati bilan aniqlanadi.

V.G.Panskovning fikricha, mamlakat daromadida, soliq yukini aniqlashda to‘langan soliqlar summasini yalpi ichki mahsulotga (YaIM) nisbati ko‘rsatkichi qo‘llaniladi. Lekin amaliyotda soliq yukini aniqlashda barcha soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlar summasining yig‘indisini olishib, soliq yuki buncha bo‘ldi deyishadi. Aslida esa, yuqorida qayd etilgandek, xarajatlar sifatida tan olingan summalar olinishi zarur.

Mikro darajada, ya’ni xo‘jalik yurituvchi subyektlar darajasida, soliq yukini hisoblashda ham qarashlar turlicha, turli ko‘rsatkichlarga nisbatan aniqlash uslublari mavjud. Ilmiy adabiyotlarni o‘rganish natijasida quyidagi uslublar bilan soliq yuki miqdorini aniqlash tavsiya etilgan.

Rus iqtisodchilari M.I.Litveyen, S.A.Kirova, A.Kadushin va N.Mixaylovalar soliq yukini hisoblashda soliqlarni yaratilgan qo‘shilgan qiymatga (ko‘rsatkichiga) nisbatan aniqlashni taklif etishgan.

M.I.Kreynina esa umumlashtiruvchi ko‘rsatkich sifatida foyda ko‘rsatkichi modelini tavsiya etgan bo‘lsa, boshqa iqtisodchilar mahsulotni sotishdan tushgan tushumga nisbatan hisoblash modelini ilgari surishgan.

Soliq yuki og‘irligining optimal darajasi to‘g‘risidagi bahslar nafaqat O‘zbekistonda, balki butun dunyo mamlakatlarida olib borilmoqda. Shuni ta’kidlab o‘tish kerakki, hukumatimizning soliq siyosati ham aynan soliq yukini kamaytirib borishga qaratilgan. Darhaqiqat, O‘zbekiston iqtisodining raqobatbardoshligi, investorlarni jalb qilish salohiyati va taraqqiyoti suratining pastligiga mamlakatimizda amalda bo‘lgan soliq tizimini aybdor qilib ko‘rsatadiganlar yetarlicha topiladi. Shuningdek, buning aksini isbotlashga harakat qiluvchilar ham bor. Ushbu ishimizda ikkala tomon fikrini to‘g‘ri yoki noto‘g‘riligini isbotlashga urinmay, soliq yukini xolis ta’riflashga va mamlakat iqtisodiga ta’sirini aniqlashga harakat qilamiz.

Prof. T.Malikov soliq yukiga quyidagicha ta’rif beradi: Mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibidagi soliqlar miqdorining YaIM miqdoriga nisbatiga soliq yuki deyiladi. Matematik tilda izohlaganda quyidagicha:

Soliqlar = Soliq yuki / YaIM (13.1)

Ushbu ta’rifni vaqt tushunchasi bilan to‘ldirilsa, ya’ni ma’lum davrdagi soliqlar miqdorining o‘sha davrdagi YaIM miqdoriga nisbati deyilsa, yanada aniqroq bo‘ladi. Chunki O‘zbekistonning 2004 yilgi YaIM tarkibidagi soliqlar miqdorini 2005 yilgi YaIM miqdoriga taqqoslash xato xulosaga olib keladi. Maqolada T.Malikov davlat xarajatlarini mamlakatning YaIMga nisbati ham yuqoridagi ta’rif bilan bir xilligini ta’kidlab o‘tib, O‘zbekistonda hozir soliq yuki og‘irligi 30% atrofidaligini tasdiqlagan. Shuningdek, soliq yukining chidasa bo‘ladigan og‘irligi 33% deb aytib o‘tgan. Bu ta’rif alohida soliq to‘lovchi yuridik yoki jismoniy shaxs uchun tushunarsiz, ya’ni bu degani mamlakatimizdagi barcha yuridik va jismoniy shaxs soliq to‘lovchilar

daromadining 30%ni davlatga soliq sifatida to‘laydi degani emas. Ushbu me’yor yuridik va jismoniy shaxslar uchun, shuningdek, tarmoqlar kesimida, iste’molchi va ishlab chiqaruvchi uchun farq qilishi mumkin. Bunga keyingi o‘rinlarda to‘xtalib o‘tamiz. Soliq yuki og‘irligi to‘g‘risidagi izlanishlar soliq to‘lovchilar asosan ikki narsadan: o‘lim va soliqdan qutilib bo‘lmaydi degan aqida mavjud bo‘lgan AQSh iqtisodchilari orasida keng amalga oshirilgan. AQSh iqtisodchilarining bu boradagi izlanishlari nashr etilgan adabiyotlarda soliq yuki va soliq hodisasi tushunchalariga tez-tez duch kelamiz.

AQSh G‘azna departamenti ikki marotaba soliqqa tortishni bartaraf etish yuzasidan 1992 yilgi axborotnomasida quyidagicha keltirilgan: Soliqning iqtisodiy yuki, aksariyat hollarda, qonun hujjatlari bilan to‘lov majburiyati yuklangan tadbirkorlik subyektiga tushmaydi. Soliqning ushbu og‘irligi yoki hodisasi soliqqa tortishdagi o‘zgarishlar natijasida o‘zgargan real daromadlarni qamrab oladi.

Stefen Entin soliq hodisasi va soliq yuki terminlarini birlashtirib, ularning uchta darajasi ta’riflarini keltirgan. Birinchisi, huquqiy-me’yoriy majburiyatni anglatadi. Ya’ni soliqqa oid qonun hujjatlariga ko‘ra soliq to‘lash majburiyati belgilangan yuridik yoki jismoniy shaxs to‘lashi lozim bo‘lgan soliq summasiga nisbatan ishlatiladi. Misol uchun ishchi-xizmatchilar mehnatiga to‘lanadigan maoshdan ushlab qolinadigan daromad solig‘i, bir yil davomida ushlab qolingan soliqlar summasining yil davomida hisoblangan maosh miqdoriga nisbati. Huquqiy-me’yoriy majburiyat, ya’ni mamlakatimizdagi barcha yuridik va jismoniy shaxslar uchun soliqlar va yig‘imlar shuningdek davlat maqsadli jamg‘armalarga ajratmalar, O‘zbekiston Respublikasi Soliq kodeksida belgilangan.

Ikkinchisi, dastlabki (yoki birlamchi) soliq hodisasi bo‘lib, qisqacha soliq hodisasi deb ataladi. Ushbu tushuncha soliqqa tortilgan obyekt (mahsulot, xizmat yoki ishlab chiqarish faktori) bozoridagi talab va taklif shart-sharoiti soliqqa tortilgan obyektning soliq summasini yetkazib beruvchilar va iste’molchilar orasida qanday taqsimlanishini bildiradi. Ushbu holatda huquqiy-me’yoriy majburiyat, ya’ni soliqqa oid

qonun hujjatlariga koʻra soliqni kim toʻlashi ahamiyat kasb etmaydi. Misol uchun, benzin va dizel yonilgʻisi isteʼmoli uchun soliq toʻlovchi benzin va dizel yonilgʻisi yetkazib beruvchi yoki realizasiya qiluvchilar hisoblansa ham, soliq summasi toʻliq isteʼmolchidan ushlab qolinadi. Bu ham egri soliqlar ham toʻgʻri soliqlarga taalluqli boʻlib, soliq summasining taqsimlanishi soliqqa tortilayotgan obyekt (mahsulot, xizmat) bozoridagi talab va taklifning oʻzgaruvchanligiga (elastikligiga) bogʻliq boʻladi. Bu keyingi oʻrinlarda koʻrib oʻtiladi.

Uchinchi darjasi, yakuniy iqtisodiy ogʻirligi yoki qisqacha soliq yuki deb atalib, soliqqa tortilishi bilan iqtisodiyotning barcha soliqdan taʼsirlanuvchi bozorlari kesimida isteʼmolchi xatti-harakati, resurslar ishlatilishi va daromad koʻchishi kabi modellarning yangi (yoki keyingi) holatga koʻchishi barobarida barcha iqtisodiy moslashuvlar amalga oshganidan soʻng aholining soliqdan keyingi daromadi oʻlchovi tushunchasini qamrab oladi. Oddiy qilib aytganda, ishchi daromad soligʻi ushlab qolingan maoshini oladi va shu maoshidan bozordan buyum xarid qiladi. Aynan shu buyum narxida buyumni yetkazib beruvchining (ishlab chikarish) yetkazib berish bilan bogʻliq xarajatlaridan tashqari (ishlab chiqaruvchi) yetkazib beruvchi toʻlashi lozim boʻlgan soliqlar summasi inobatga olinganini hisobga olib, ishchining daromadida qanday oʻzgarish boʻlishi yakuniy iqtisodiy ogʻirligi deyiladi. Muallif bu yoʻnalishda fikrini davom ettirib, Vasiliy Leontevning yuridik shaxslar daromaddan soliq toʻlamaydilar degan tushunchasini tasdiqlab oʻtgan. Oddiy misolda aytadigan boʻlsak, bozorga kirib savdolashishda koʻpincha sotuvchi-tadbirkorlarning bundan ortiq narxini tushira olmayman, men ham soliqlarimni toʻlashim kerak, degan gaplariga koʻp marotabalar guvoh boʻlganmiz. Yaʼni tadbirkor oʻzi toʻlashi lozim boʻlgan soliq summasining sotiladigan tovar narxiga kiritadi.

Stiven Entin soliq yuki va soliq hodisasini quyidagicha farqlagan. Hodisa soliqning ayrim bozorlarga qisman taʼsiri boʻlib, soliq yuki barcha bozorlarni jamlagan holda iqtisodda yuzaga keladigan umumiy tenglikni bildiradi.

Albatta AQShlik olimlarning tadqiqoti soliq yuki ogʻirligi aholi zimmasiga tushishini taʼkidlab, u eng minimal darajada boʻlishi targʻib

qilsa-da, prof. T.Malikov davlatning voz kechib bo‘lmaydigan xarajatlari borligini eslatib o‘tadi. Shuni ta’kidlash joizki, na AQShda na boshqa biror davlatda soliq yukining optimal darajasi mana shu degan aniq ko‘rsatkich ishlab chiqilmagan. Shunday bo‘lsa-da, AQSh Kongressining Qo‘shma Soliq Qo‘mitasi va AQSh G‘azna departamenti har yili byudjet loyihasi bilan birgalikda kutilayotgan soliq yukining daromad guruhlari kesimida taqsimlanishiga ta’siri ko‘rsatilgan jadvallar ishlab chiqariladi. Ushbu jadvallar ishlab chiqilishida ma’lum bir qoidalarga rioya qilinadi.

Ammo hukumat organlarning nashrlari alohida tadqiqotchilar tomonidan soliq yukining haqiqiy og‘irligi ko‘rsatib berilmaganligi uchun tanqid qilinadi va soliq yuki aniq bir formula bilan ifodalab berilmasligi ta’kidlanadi.

T.Malikov davlatning (byudjet) xarajatlari va soliq yuki orasida to‘g‘ri proporsional bog‘liqlik borligini ta’kidlab o‘tadi. Ya’ni davlat byudjetidan xarajatlar qancha ko‘p bo‘lsa, soliq yuki shuncha og‘ir bo‘ladi. O‘zbekiston Respublikasining Byudjet tizimi to‘g‘risida’gi qonunining 11-moddasida davlat byudjeti daromadlariga:

1-qonun hujjatlarida belgilangan soliqlar, yig‘imlar, bojlar va boshqa majburiy to‘lovlar;

2-davlatning moliyaviy va boshqa aktivlarini joylashtirilishi, foydalanishga berilishi va sotilishidan olingan daromadlar;

3-qonun hujjatlariga muvofiq meros olish, hadya etish huquqi bo‘yicha davlat mulkiga o‘tgan pul mablag‘lari;

4-yuridik va jismoniy shaxslardan, shuningdek, chet el davlatlaridan kelgan qaytarilmaydigan pul tushumlari;

5-rezident-yuridik shaxslarga va chet el davlatlariga berilgan byudjet ssudalarini qaytarish hisobiga tushadigan to‘lovlar va 6-qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa daromadlar kirishi belgilangan.

Byudjet daromadining tasnifiga asoslanadigan bo‘lsak, soliq yukini byudjet xarajatlarini kamaytirmasdan yengillashtirish mumkin bo‘ladi. Bunda byudjet daromadlarining soliqlardan boshqa tasniflar bo‘yicha tushumni, albatta mamlakatning ichki imkoniyatlariga keng o‘rin bergan holda ko‘paytirish kerak bo‘ladi.

Yuqorida qayd qilingan qonunga asosan, Uzbekiston Respublikasi Moliya vazirligi har yili Oliy Majlisga keyingi yil uchun davlat byudjeti loyihasini tayyorlaydi. Byudjet loyihasi tayyorlanish jarayonida soliq yuki, uning iste'molchi va ishlab chiqaruvchi orasida taqsimlanishi, soliq to‘lovchilar va iste'molchilar xatti-harakatiga ta'siri chuqurroq o‘rganilishi lozim. Bundan tashqari byudjet xarajatlari asosan mamlakat aholisining xavfsizlik, salomatlik, ijtimoiy va maorif sohalardagi ehtiyojlari uchun sarflanishini hamda soliq yukining yakuniy iqtisodiy og‘irligi aholi zimmasiga tushishini e'tiborga oladigan bo‘lsak, byudjet loyihasini tuzishda aholining real daromadi va davlatning bevosita aholi uchun xarajatlari orasidagi oltin oraliqni topish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

O‘zbekiston soliq tizimini boshqa davlatlar soliq tizimi bilan taqqoslab ko‘rishdan ko‘ra, chet ellik tadqiqotchilarning soliq yuki va uni soliq to‘lovchilar xatti-harakati, iste'molchilar ahvoliga ta'sirini o‘rganish borasidagi tajribalarini amaliyotda qo‘llab ko‘rish foydaliroq bo‘ladi.

Tayanch so‘z va iboralar

Soliq, soliq menejmenti, soliq riski, soliq stavkasi, soliq hisoboti, soliq yuki.

Nazorat uchun savollar

1. *Korporativ tuzilmalarda soliq risklarini boshqarish.*
2. *Soliq xatolarining asosiy turlari.*
3. *Ichki soliq nazorati va unda e'tibor qaratiladigan jihatlar.*
4. *Korxonalarda soliq to‘lovlarini rejalashtirish.*
5. *Soliqlarni optimallashtirish va minimallashtirish orqali foydani maksimallashtirish yo‘llari*

Test topshiriqlari

1. Korporativ soliq menejmentining tashkiliy yo‘nalishlari noto‘g‘ri ko‘rsatilgan javobni belgilang.

A. *Soliqlarni majburiy tartibda undirish, soliqlarni prognozlash*
B. *Korxonalarda soliq risklarini boshqarish, ichki soliq nazoratini tashkil etish*
C. *Soliqlarni qonun doirasida kamaytirish bo‘yicha sxemalar ishlab chiqish*
D. *Korxonalarda soliq majburiyatlarini boshqarish, korxonalarda soliqlarni rejalashtirish*

2. ***Soliqlarni rejalashtirish bosqichlarini o‘zaro ketma-ketlikda sanab o‘ting.***
A. *Soliqlarni strategik rejalashtirish, soliqlarni joriy rejalashtirish, soliqlarni operativ rejalashtirish*
B. *Soliq doirasini belgilash, soliqlarni operativ va joriy rejalashtirish*
C. *Soliqlarni prognozlash, soliq hisobotini prognozlash, soliq kalendarini tuzish*
D. *Soliqlarni operativ rejalashtirish, soliqlarni rejalashtirish samaradorligini baholash*

3. ***Qonunchilik tomonidan taqdim etilgan yengilliklar va soliq majburiyatlarini qisqartirishning boshqa qonuniy usullaridan foydalangan holda soliqlar va mujburiy ajratmalarni kamaytirish bo‘yicha belgilanadigan moliyaviy rejalashtirish turi nima deb ataladi?***
A. *Soliqlarni rejalashtirish*
B. *Biznesni rejalashtirish*
C. *Korporativ rejalashtirish*
D. *Moliyaviy-xo‘jalik faoliyatini rejalashtirish*

4. ***Ichki soliq nazoratini tashkil etishning soliqlarni rejalashtirish amaliyotidagi ahamiyati to‘g‘ri keltirilgan javobni belgilang.***

A. *Soliqlarni rejalashtirish va moliyaviy hisob-kitoblardagi xatoliklarni bartaraf etish orqali moliyaviy jarimalarning oldi olinadi*
B. *Ichki soliq nazorati butun moliyaviy-xo‘jalik faoliyatini qamrab olgan holda yaxlit korxonani nazorat qilish imkoniyati yuzaga keladi*
C. *Soliqlarni rejalashtirishning samaradorligini aniqlash imkoniyati yuzaga keladi*
D. *Amaldagi qonunchilikka ko‘ra ichki soliq nazoratini tashkil etish majburiy emasligi ortiqcha*

5. ***Soliqlarni rejalashtirishning qonuniylik prinsipi o‘zida nimani nazarda tutadi?***
   A. *Qonun doirasida tashkil etilishi lozimligini*
   B. *Qonunni aylanib o‘tish lozimligini*
   C. *Qonun buzilishining oldini olishni*
   D. *Qonun buzilishlari orqali pul mablag‘larini tejashni*
6. ***Soliq menejmentini korxonada kim amalga oshiradi?***
   A. *Moliyaviy menejer*
   B. *Davlat soliq xizmati organlarining inspektorlari*
   C. *Buxgalter*
   D. *Marketing menejeri*

7. ***… - bu soliq to‘lovchilar uchun soliqlarni kamaytirishning qonuniy yo‘llaridan soliq qonunchiligi doirasida korxonada soliq to‘lovlarini soliq tizimi orqali soliq to‘lovchilarining iqisodiy qiziqishlarini inobatga olgan xolda amalga oshirilgan chora-tadbirlar yig‘indisidir. Nuqtalar o‘rniga tegishli iborani tanlang.***
   A. *Soliqlarni optimallashtirish*
   B. *Soliqlarni rejalashtirish*
   C. *Soliqlarni minimallashtirish*
   D. *Ichki soliq nazoratini yuritish*

8. ***Korxonalarda soliqlarni rejalashtirishni tashkil etish orqali soliqlar va majburiy ajratmalarni qonun doirasida kamaytirish imkoniyatlari to‘g‘ri keltirilgan javobni belgilang.***
   A. *Faoliyatni soliq yuki past davlatlarda tashkil etish orqali soliqlarni butunlay kamaytirish, offshor zonalar orqali soliqlarni kamaytirish*
   B. *Kadastrli usulda soliq to‘lashga o‘tish, ro‘yxatdan o‘tmasdan faoliyat ko‘rsatish*
   C. *Dividend va foiz ko‘rinishida daromad olishni tashkil etish, soliqlarni muddatidan kech to‘lash*
   D. *Mikrofirma va kichik korxonalar uchun taqdim etilgan investision soliq kreditidan foydalanish, sof tushumni kamaytirib ko‘rsatish*

9. ***Soliq prezumpsiyasi prinsipi soliq to‘lovchi uchun qanday ahamiyat kasb etadi?***
   A. *Soliq to‘g‘risidagi qonun hujjatlaridagi bartaraf etib bo‘lmaydigan barcha qarama-qarshiliklar va noaniqliklar soliq to‘lovchining foydasiga talqin qilinadi*
   B. *Soliq tizimi O‘zbekiston Respublikasining butun hududida barcha soliq to‘lovchilarga nisbatan yagona hisoblanadi*
   C. *O‘zbekiston Respublikasi soliq qonunchiligida soliq prezumpsiyasi prinsipi keltirib o‘tilmagan*
   D. *Har bir shaxs soliq kodeksida belgilangan soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlarni to‘lashi shartligi iqtisodiy tenglikka xizmat qiladi*

10. ***Davlat soliq menejmenti va korporativ soliq menejmentining maqsadlaridagi obyektiv qarama-qarshilik sababini qanday izohlaysiz?***
   A. *Davlat soliq menejmenti davlat manfaatlarini ko‘zlaydi, korporativ soliq menejmenti esa konkret tashkilot, konkret jamoa manfaatlaridan kelib chiqadi*

B. Davlat soliq menejmenti va korporativ soliq menejmenti o‘zaro soliq menejmentini to‘ldirib boradi

C. Davlat kamroq soliq undirishni hohlaydi, korxonalar esa maksimal darajada soliq to‘lashga intiladi

D. Bunday qarama-qarshilik bo‘lishi mumkin emas, chunki soliqlar faqatgina davlat tomonidan boshqarib boriladi

XIV BOB. KORXONALARDA NARX SHAKLLANISH JARAYONINI BOSHQARISH

14.1. Korxonalarda narx siyosatining maqsad va asosiy yo‘nalishlari.
14.2. Narxlarni shakllantirish metodlari.
14.3. Narx strategiyasini shakllantirish bosqichlari.
14.4. Transfert narxlar shakllanishi va ularni boshqarish.

14.1. Korxonalarda narx siyosatining maqsad va asosiy yo‘nalishlari

Narx bozor kategoriyasi bo‘lib, tovarlar ayirboshlanganda yuz beradigan munosabatlarni anglatadi. Narx nazariy jihatdan olganda tovar qiymatining puldagi ifodasi, qiymatining bozordagi ko‘rinishidir. Narx bamisoli barometr kabi bozor holatini ko‘rsatib turadi, narx pasayib ketsa, tovar bozori kasodlikka yo‘liqqan bo‘ladi, tovar nafsiz bo‘lib, uni boshqa tovar bilan almashtirish yoki uning sifatini tubdan yaxshilash zarurligi pul tarkibiga qo‘yiladi.

Narxning iqtisodiy mazmunini uning funksiyalari ko‘rsatib beradi. Narx nimaga tegishli bo‘lishidan qatiy nazar (tovar, xizmat) beshta asosiy funksiyani bajaradi:

1.bozor muvozanatini ta’minlash funksiyasi;

2.hisob-kitob, o‘lchov funksiyasi;

3.iqtisodiy regulyator funksiyasi;

4.raqobat vositasi funksiyasi;

5.ijtimoiy himoya funksiyasi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida narxning quyidagi turlari mavjud:dempingnarx, nufuzli narx, milliy narx, arzonlashtirilgan narx, jahon narxi, yashirin narx, erkin narx, standart narx, kontrakt (ulgurji) narx, chakana narx, o‘zgaruvchan narx, limit narx, muvozanat narx.

Narx siyosati – narxni tashkil etish va narxni boshqarish strategiyasi va chora–tadbirlari yig‘indisi, bu ishlab chiqarish holatlarini, bozor konyunkturasini, shuningdek ishlab chiqaruvchiga foyda keltirib, xaridor ehtiyojini qondirishdagi tovar va xizmatlarga narxni belgilashni bilishdir.

Narx strategiyasi – narxni belgilash va o‘zgarishi bo‘yicha chora–tadbirlaridir. Narx taktikasi – qisqa muddatli xarakterga (narxga chegirma, narxga ustama) va bir marotabalik chora-tadbirlarni o‘zida mujassamlashtiradi.

Narx siyosatini boshqarish maqsadlari quyidagilar bo‘lib hisoblanadi:

- bozorda korxona mavqyeini saqlab qolish;
- joriy foydani maksimallashtirish;
- bozor ulushi bo‘yicha liderlik;
- tovar sifati bo‘yicha liderlik.

Narx bozor mexanizmining tarkibiy elementi va iqtisodiy qonunlar asosida amalga oshiriluvchi munosabatlarni ifodalovchi iqtisodiy kategoriya bo‘lib hisoblanadi.

Menejerlar bozorda foydali narxlarni ushlab turolmaydigan mahsulot yoki xizmatlarni ishga tushirmaslik uchun strategik narxlarning bir qismi sifatida rivojlanish bosqichida narxlarni belgilashni boshlashlari kerak. Narxlarni belgilashga bunday yondashuv korxonalarga xarajatlarni narxlarga moslashtirish yoki tejamkorlik bilan ishlab chiqarilmaydigan mahsulotlar yoki xizmatlarni bekor qilish imkonini beradi. Tizimli narx siyosati va strategiyalari orqali korxonalar ko‘proq foyda olishlari va bozor ulushlarini oshirishlari yoki himoya qilishlari mumkin. Narxlarni belgilash marketing va moliya menejerlarining asosiy vazifalaridan biri bo‘lib, mahsulot yoki xizmatning narxi ko‘pincha korxonaning daromadliligi haqida gapirmasa ham, ushbu mahsulot yoki xizmatning muvaffaqiyatida muhim rol o‘ynaydi. Umuman olganda, narx siyosati korxona o‘z mahsuloti va xizmatlari narxini xarajatlar, qiymat, talab va raqobat asosida qanday belgilashini anglatadi. Narxlar strategiyasi, o‘z navbatida, korxona o‘zining strategik maqsadlariga erishish uchun narxlashdan qanday foydalanishini anglatadi, masalan, sotish hajmini oshirish uchun arzonroq narxlarni taklif qilish yoki orqada qolishni kamaytirish uchun yuqori narxlarni taklif qilish. Ba’zi darajadagi farqlarga qaramay, narx siyosati va strategiyasi bir-biriga mos keladi va turli siyosat va strategiyalar bir-birini istisno qilishlari shart emas.

O‘z narxlari uchun asoslarni o‘rnatgandan so‘ng, menejerlar korxonaning qisqa muddatli va uzoq muddatli foydasini oshirish, narxlarni barqarorlashtirish, pul oqimini ko‘paytirish va raqobatni oldini olish kabi narxlarni belgilash maqsadlarini belgilash orqali narx strategiyasini ishlab chiqishni boshlashlari mumkin. Menejerlar, shuningdek, o‘zlari tanlagan narxlar bozor sharoitlariga mos kelishini ta’minlash uchun narx strategiyasini ishlab chiqishda joriy bozor sharoitlarini hisobga olishlari kerak. Bundan tashqari, samarali narx strategiyasi mijozlarni, xarajatlarni, raqobatni va bozorning turli segmentlarini hisobga olishni o‘z ichiga oladi. Narxlar strategiyasi bozor sharoitlariga ta’sir qilishdan ko‘proq narsani o‘z ichiga oladi, masalan, raqobatchilar o‘z narxlarini pasaytirganligi sababli narxlarni pasaytirish. Buning o‘rniga, u yanada puxta rejalashtirish va mijozlar, raqobatchilar va korxona maqsadlarini hisobga olishni o‘z ichiga oladi. Bundan tashqari, narx strategiyalari korxonaning bozorga yangi kirib kelgan yoki tashkil etilgan firma ekanligiga qarab o‘zgaradi. Yangi ishtirokchilar bozor ulushini jalb qilish uchun ba’zan arzon narxlardagi mahsulotlarni taklif qiladilar, amaldagilarning reaksiyalari esa har xil. Yangi ishtirokchi amaldagilarning mijozlar bazasiga e’tiroz bildirishidan qo‘rqqan amaldorlar bozor ulushini himoya qilish uchun narxlarga mos kelishi yoki undan ham pastroq bo‘lishi mumkin. Agar amaldagi rahbarlar yangi ishtirokchini jiddiy tahdid sifatida ko‘rmasalar, amaldagi rahbarlar shunchaki mijozlarning sodiqligini oshirishga qaratilgan reklamani ko‘paytirishga murojaat qilishlari mumkin, ammo yangi ishtirokchi mijozlarni o‘g‘irlashiga yo‘l qo‘ymaslik uchun narxni o‘zgartirmaydi. Quyidagi bo‘limlar korxonalarning narx siyosati va strategiyasini ishlab chiqishning turli usullarini tushuntiradi. Birinchidan, xarajatlarga asoslangan narxlash ko‘rib chiqiladi. Bu qiymatga asoslangan narxlashning ikkinchi mavzusi. Uchinchidan, talabga asoslangan narx belgilash, so‘ngra raqobatga asoslangan narxlash masalasi ko‘rib chiqiladi. Shundan so‘ng, yangi va o‘rnatilgan narx strategiyalari uchun bir nechta strategiyalar tushuntiriladi.

Mahsulotni joriy qilishda korxona qabul qiladigan eng muhim qarorlardan biri bu uning narxini belgilashdir. Korxonalar o‘zlarining

biznes ehtiyojlarini qondirish va iste’molchilarga yaxshi qiymat berish uchun turli narx siyosatlariga tayanadilar. Agar siz o‘zingizning biznesingiz tovarlari yoki xizmatlari uchun maqbul, ammo foydali narx nuqtasini qanday tanlashni o‘rganishga qiziqsangiz, narx siyosatini tanlashga nima ta’sir qilishini bilib olishingiz mumkin.

Korxonalar ko‘pincha o‘z mahsulotlarini qanday narxlashni belgilashda turli xil ustuvorliklarga ega. Sizning yangi korxonangiz iste’molchilarga yaxshi qiymat taklif qilgan holda o‘z xizmatlarini joriy qilishi kerak bo‘lishi mumkin yoki u yuqori narxlarni to‘lashga tayyor bozorda sotadigan yaxshi tashkil etilgan va yuqori daromadli korxona bo‘lishi mumkin. Narx siyosati uchun eng muhim fikrlar quyidagilardir:

Raqobat: Sizning biznesingiz o‘z raqobatchilari kimligini va ular iste’molchilardan nima to‘lashini tushunadi. Narx siyosati bozordagi boshqa firmalar bilan raqobatni jiddiy ko‘rib chiqadi.

Foyda maqsadlari: Siz korxonangiz uchun aniq foyda maqsadiga erishish uchun narx siyosatini tanlashingiz mumkin.

Jami savdo: Narx siyosati sizning korxonangiz mahsulotini qancha odam sotib olishi va qancha miqdorda sotib olishiga bevosita ta’sir qiladi.

Firma salomatligi: Sizning korxonangizning moliyaviy sharoiti unga bozor strategiyasini darhol foydadan ustun qo‘yish imkonini berishi mumkin yoki biznesda qolish uchun imkon qadar tezroq daromad olishingiz kerak bo‘lishi mumkin.

Moslashuvchanlik: Korxonalar ko‘pincha narxlarni o‘zgartirish orqali bozor o‘zgarishlariga munosabat bildiradilar. Sizning korxonangiz sizning boshlang‘ich narxingiz rentabellikni yo‘qotmasdan bozorga javob berishga imkon beradimi yoki yo‘qligini ko‘rib chiqishi mumkin.

Hukumat tomonidan tartibga solish: iste’molchilarni himoya qilish uchun hukumat ma’lum tovarlar va xizmatlar narxini tartibga soladi. Sizning sohangizga qarab, bu ahamiyatsiz yoki narx siyosatida asosiy muammo bo‘lishi mumkin.

Narxlarni to‘g‘irlash usuli: tobora ko‘proq tovarlarni sotadigan korxonalar maxsus dasturiy ta’minot yordamida narxlarni

avtomatlashtirishlari mumkin. Narxlar siyosati korxonangiz narxlarni qanday o‘zgartirish niyatida ekanligini hisobga oladi.

Savdo joyi: Agar sizning korxonangiz bir xil mahsulotni ulgurji, chakana yoki boshqa joylarda sotsa, narx siyosati har biri uchun farq qilishi mumkin.

Narx siyosatining turlari, bu yerda korxonalar foydalanadigan narx siyosatining umumiy turlari, misollar bilan:

Narxlarga asoslangan narx siyosati. Xarajatlarga asoslangan narx siyosati mahsulot yoki xizmat uchun ishlab chiqarishning o‘rtacha narxini hisoblab chiqadi va keyin sizning korxonangiz xohlagan foyda marjasini hisobga oladi. Ushbu siyosat biznes yuritishning ananaviy yondashuvidir, chunki u biznes yuritish xarajatlarini to‘g‘ridan-to‘g‘ri va tartibga solinadigan tarzda ko‘rib chiqadi. Agar ishlab chiqarish uchun zarur bo‘lgan material qimmatlashsa, siz shunchaki mahsulot narxini mutanosib ravishda oshirasiz. Ushbu siyosatning bir salbiy tomoni shundaki, siz oldindan nima to‘lashingiz kerakligini yoki ishlab chiqarish ko‘lami o‘zgarganligini bilish qiyin bo‘lishi mumkin.

Misol: Rassom rasmlarni yasash narxidan ikki baravar qimmatga sotmoqchi. Har bir rasm uchun o‘rtacha 20 dollarlik bo‘yoq, 10 dollarlik tuval va bir kunlik mehnat sarflanadi, rassom buni 150 dollarga baholaydi. Ishlab chiqarishning umumiy qiymati 180 dollar bo‘lganligi sababli, rassom 360 dollarlik sotish narxini ikki baravar oshiradi.

Qiymatga asoslangan narx siyosati. Ba’zi korxonalar iste’molchilar mahsulot uchun to‘lashga tayyor bo‘lgan narsalarga javob berishlari kerak. Ushbu narx nima ekanligini aniqlash uchun korxonangiz bozor taxminlari, iste’molchilarning afzalliklari va raqobatchilar takliflari bo‘yicha bozor tadqiqotini o‘tkazadi. Qiymatga asoslangan narxlash sizning aniq mahsulotingizni ajratib turadigan tanlangan omillarni tushunishga harakat qiladi. Bunga quyidagilar orqali erishadi:

- muayyan bozor segmentlariga e’tibor qaratish: qiymatga asoslangan narx siyosati iloji boricha tegishli bozor segmentiga yo‘naltirilgan bo‘lishga harakat qiladi. Misol uchun, agar sizning korxonangiz noutbuklar sotsa, siz barcha noutbuklarni emas, balki bir xil

o‘lchamli, funktsional maqsadli va odatiy xaridorga ega noutbuklarni tadqiq qilasiz.

- mavjud raqobatni o‘rganish: Agar korxona bozorda mavjud bo‘lgan boshqa mahsulot bilan, xuddi haqiqiy xaridor kabi, mazmunli va to‘g‘ridan-to‘g‘ri taqqoslashni amalga oshira olsa, qiymatga asoslangan narxlash muvaffaqiyatli bo‘ladi. Sizning raqobatchilaringiz asosan iste’molchilarning qiymat g‘oyalarini belgilaydi.

- qo‘shilgan qiymat uchun narxlash: Sizning korxonangiz narxni qiymatdan belgilayotganligi sababli, u sizning mahsulotingizni eng yaqin raqobatchidan nimasi bilan farq qilishini aniq belgilaydi va bu farqning dollardagi qiymatini o‘rganadi. Bu dollar miqdori siz raqobatchining narxiga qo‘shadigan narsadir.

Misol: Noutbuk ishlab chiqaruvchisi innovatsion displey va simsiz zaryadlash qobiliyatiga ega yangi o‘yin noutbuki uchun qiymatga asoslangan narx siyosatidan foydalanmoqchi. Ishlab chiqaruvchi tadqiqot olib boradi va ko‘pchilik video o‘yin o‘yinchilari yaxshiroq grafikalar uchun 100 dollar va simsiz zaryadlash uchun 150 dollar to‘lashlarini aniqladi. Ishlab chiqaruvchining eng yaqin raqobatchisi 1100 dollar turadi, shuning uchun u yangi noutbukni 1350 dollar narxda taqdim etadi.

Talabga asoslangan narx siyosati. Iste’molchi talabi mahsulotga qarab turli xil xususiyatlarga ega. Talabga asoslangan narx siyosati bozorlarda mavjud bo‘lgan turli xil iste’molchilarning xatti-harakatlariga javob berish orqali foydani maksimal darajada oshiradi. Narxlarni belgilashi mumkin bo‘lgan talab bilan bog‘liq umumiy omillar:

- noelastik talab: Agar iste’molchilar narxni hisobga olmagan holda bir xil miqdordagi mahsulotni talab qilsalar, talab egiluvchan bo‘ladi. Hukumatlar ko‘pincha talab egiluvchan bozorlarni tartibga soladi, chunki odamlar ko‘pincha kommunal xizmatlar yoki dori-darmonlar kabi omon qolish uchun mahsulotlarga muhtoj.

- avtomatlashtirilgan narxlash: Korxonalar talabning o‘zgarishiga darhol munosabatda bo‘lishlari uchun avtomatlashtirilgan yoki uzluksiz narxlashdan foydalanishlari mumkin. Bu ularga yuqori talabdan

foydalanish yoki ortiqcha narsalardan tezda xalos bo‘lish imkonini beradi.

- raqobatning yo‘qligi: Innovatsion yoki noyob mahsulotlar bozorga iste’molchi to‘lashga tayyor bo‘lgan eng yuqori narxda kirishi mumkin, chunki talab ko‘pincha yuqori va alternativ yo‘q. Narxlarni yo‘qotish deb nomlanuvchi ushbu strategiya raqobatchilar shunga o‘xshash mahsulotni taklif qilishdan oldin dastlabki foydani maksimal darajada oshiradi.

Misol: Bir oila Neshvillga dam olishni rejalashtirmoqda va har bir chipta sayohat qilishni istagan dam olish kunlari uchun 185 dollar turadi. Xarid qilishdan oldin, o‘sha dam olish kunlariga rejalashtirilgan musiqa festivali tashkilotchilari tadbirni bekor qilishadi. Shtatdan tashqaridagi chipta egalari reyslarini bekor qiladilar, bu esa reyslarda minglab o‘rindiqlarni ochishga olib keladi. Oila o‘sha kuni chiptalarni sotib olish uchun qaytib kelganida, har bir chipta bor-yo‘g‘i 100 dollar turadi, chunki aviakorxonalarning doimiy narxlari past talab va yuqori taklifga narxlarni pasaytirish orqali javob berdi.

Raqobat asosidagi narx siyosati. Sizning biznesingiz raqobatchilarning shunga o‘xshash mahsulotlar uchun qanday haq olishiga javob berish uchun raqobatga asoslangan narx siyosatidan foydalanishi mumkin. Raqobat asosida narx belgilashda sizning korxonangiz bozorning qaysi segmentini jalb qilmoqchi ekanligini va bozor ulushini olishga intilayotgan raqobatchilarni hisobga oladi. Raqobatga asoslangan narx siyosati foydali bo‘lishi mumkin, chunki bu narxni aniqlashning oddiy usuli. Bu ham aniq, ham past xavfli bo‘lishi mumkin, chunki siz taklif qilayotgan narsangiz uchun iste’molchilaringiz allaqachon nima to‘lashini tushunasiz. Biroq, ba’zida bu yondashuv korxonangizni mahsulotingizning yuqori narxlarga ega bo‘lishi mumkin bo‘lgan kuchli tomonlarini e’tiborsiz qoldirishi mumkin. Ko‘pgina korxonalar raqobatbardosh narx siyosatidan foydalanganligi sababli, bitta firmaning noto‘g‘ri bahosi ham keng tarqalgan narx xatolariga olib kelishi mumkin.

Misol: Mebel korxonasi o‘ziga xos dizaynga ega yangi kofe stolini ishlab chiqaradi. Raqobatchilar o‘xshash o‘lchamdagi va materiallardagi jadvallar uchun qancha haq to‘lashini o‘rganib chiqadi va raqobatga

asoslangan narx 350 dollar degan xulosaga keladi. Iste'molchilarning fikricha, stol dizayni o'ziga xos va hatto ikki baravar qimmat bo'lgan hashamatli brend takliflaridan ham yaxshiroq. Mebel korxonasi yuzlab stollarni sotishdan foyda ko'radi, ammo boshqa yondashuv bilan ko'proq pul topishi mumkin edi.

Narxning mohiyati, uning vazifalari, erkin narxlar hosil bo'lishi mexanizmini to'g'ri tushunish, bozor sharoitida qo'llaniladigan narxlar tizimi va turlarini bilish, ularning o'rnatilishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni aniqlash , shuningdek, ham hozirgi payt, ham kelajak uchun narx o'rnatish strategiyasini aniqlash uchun avvalo qiymat yaratish jarayonini ko'rib chiqish kerak. Bunda qiymat qonunining tovar ishlab chiqarishida narx shakllanishi jarayoniga ta'sirini tushunish va narxlash muhimdir.

Demak, narx tovar qiymatiga bevosita bog'liq. Ya'ni, qiymati kamayishi bilan tovar narxi pasayadi va aksincha, uning ortishi bilan narx ham oshadi.

Umumiy ko'rinishda narx quyidagicha bo'ladi:

$$\mathbf{N= T+D+S} \qquad (14.1)$$

Bunda T- mahsulot tannarxi (ishlab chiqarish chiqimlari), D- ishlab chiqaruvchining (korxonaning) daromadi, S- soliqlar, yig'imlar, to'lovlar, ajratmalar.

Bozor sharoitida, narxga, qiymatdan tashqari, yuqorida ta'kidlanganidek, talab va taklif nisbati ham ta'sir qiladiki, buning natijasida tovar qiymati narxda istalgan tomonga og'ishi mumkin. Agar talab taklifdan ancha ortiq bo'lsa, unda narx qiymatdan ancha ortiq bo'ladi, agarki taklif talabdan birmuncha ortiq bo'lsa, u holda narx qiymatdan pastroq ham bo'lishi mumkin. Shu tariqa, bozor iqtisodiyotining ikkita qonuni- qiymat hamda talab va taklif qonuning ta'siri o'rtasida o'zaro bog'liqlik namoyon bo'ladi.

Talab ko'lamiga bir qator omillar ta'sir etsada, birinchi navbatda uni muayyan tovarning narxlari belgilaydi. Agar tovar arzonlashsa, iste'molchilar uni ko'proq sotib oladilar. Bunday bog'liqlikni grafik tarzda tovar narxini ko'rsatuvchi va talab ko'lamini aks ettiruvchi egri

chiziq ko‘rinishida tasvirlash mumkin. Agar egri chiziq pastga yo‘nalgan bo‘lsa, unda bu hol iste’molchilarning mazkur tovarga talabi ortayotganini, narx esa pasayayotganini bildiradi.

14.2. Narxlarni shakllantirish metodlari

Narx o‘rnatish **uslubiyati** o‘z ichiga umumiy qoidalar, meyoriy hujjatlar, narx o‘rnatilishining prognozlashtirilayotgan konsepsiyasi va strategiyasini ishlab chiqish, narx turlarini aniqlash va asoslash, narxlar tizimini shakllantirish, narx o‘rnatilish jarayonini boshqarish, narxlarni nazorat qilish uslublari va tamoyillarini yaxlitligini qamrab oladi. Narx o‘rnatish uslubiyati narx o‘rnatishning barcha miqyoslari uchun bir xil bo‘ladi va uning asosida narx hosil bo‘lish strategiyasi ishlab chiqiladi. Narx o‘rnatilishining asosiy qoidalari ularni kim va qaysi muddatga o‘rnatishidan qatiy nazar, o‘garmasligi lozim va bu narxlarning yagona tizimini yaratish uchun zarur shart- sharoit bo‘lishi lozim.

Narx o‘rnatish uslubiyatining asosini narxlar shakllanishining tamoyil va uslublari tashkil etadi.

Narx o‘rnatish uslublari tanlangan narx hosil bo‘lishi strategiyasini amalga oshirish uchun amaliy tavsiyalar va vositalar (mexanizmlarni) ishlab chiqishga yordam beradi. Narx o‘rnatish amaliyotida bozor turi (konyunkturasi), mahsulotning iste’mol xususiyatlari, sifati raqobati va tovarlar ishlab chiqaruvchisi (sotuvchisi) ko‘zlagan maqsadlarning qanday ekanligiga qarab qo‘llanilishi mumkin bo‘lgan bir qator turli – tuman narx hosil qilish uslubiyatlari mavjud. Hozirgi paytda tovarlar va xizmatlarning yangi turlarining narxini aniqlashning, narx hosil qilishda ishlab chiqarishga ketgan xarajatlar va daromadni, tabiiy- geografik omillarni hisobga olishning uslubiyatlari hamda boshqaruvning turli miqyoslari, narxlar turi, tovarlar guruhlarining uslublari ishlab chiqilgan va qo‘llanilmoqda.

Uslubiyatning muhim elementi deb narxlarni shakllantirish uslublari bilan chambarchas bog‘liq narx o‘rnatish tamoyillari hisoblanadi.

Narx o‘rnatish **tamoyillari** – bu doimiy ravishda amal qiladigan va butun narxlar tizimiga xos bo‘lgan hamda uning uchun asosiy hisoblangan asosiy qoidalardir. Narxlarning ilmiy jihatdan asoslanganligi, ularning maqsadga yo‘naltirilganligi, narx o‘rnatilish jarayonining uzluksizligi, mazkur jarayonning narxlarga amal qilishni nazorat qilish bilan birgalikda amalga oshirilishi – narx o‘rnatilishining asosiy tamoyillari hisoblanadi.

Narxlarning ilmiy jihatdan asoslanganligi tamoyili narx o‘rnatish jarayoniga iqtisodiy rivojlanishning obyektiv qonunlarining, va avvlambor qiymat, talab va taklif qonunlarining ta’sirini o‘rganishdan iboratdir.

Narxlarning ilmiy jihatdan asoslanishi bozor konyunkturasi, barcha bozor omillari hamda milliy iqtisodiyotda amal qilayotgan narxlar tizimining chuqur tahliliga tayanadi. Shu munosabat bilan ishlab chiqarishning istiqboldagi rivojlanish tendensiyalarini aniqlash, xarajatlar, talab, tovar sifatining o‘zgarishlarini prognozlashtirish, narxlarni o‘rnatishda turli tuman ma’lumotlar, shu jumladan iqtisodiy axborotlarni hisobga olish lozim bo‘ladi.

Narxlarning maqsadga yo‘naltirilishi tamoyili narxlar yordamida hal qilinishi lozim bo‘lgan ustivor iqtisodiy va ijtimoiy muammolarni aniq belgilab olishdan iborat. Masalan, aholini ijtimoiy himoya qilish yoki narxlarning yangi samarali mahsulotni o‘zlashtirishga, uning sifatini oshirishga yo‘naltirilishi. Shu maqsadda ma’lum bir vaqtgacha prinsipial jihatdan yangi mahsulot turlariga maksimal daromadni ta’minlovchi baland narxlar o‘rnatiladi.

Narxlarning ustivor yo‘nalishlari va maqsadga yo‘naltirilishi mamlakat milliy iqtisodiyoti rivojining har bir bosqichida o‘zgartirilishi mumkin. Narx o‘rnatish jarayonining uzluksizligi ushbu jarayonning dinamikasi bilan belgilanadi va birinchidan mahsulot xom ashyodan tayyor tovargacha harakatlanish jarayoninning har bir bosqichida o‘z narxiga ega bo‘lishida namoyon bo‘ladi. Ikkinchidan, bu tamoyil shunda ham aks etadiki, amaldagi narxlarga doimiy ravishda eskirgan tovarlarni ishlab chiqarishdan olib tashlash va yangilarini o‘zgartirish munosabati bilan o‘zgartirish kiritilib turadi.

Narx o‘rnatish jarayoning birligi (yaxlitligi) va narxlarga amala qilish ustidan nazorat tamoyili narx o‘rnatish jarayoning umumiy tamoyillari va qoidalarining davlat tomonidan o‘rnatilishi, birinchi navbatda energetika, neft va gaz sanoati, transport, aloqa, kommunal xo‘jalik va boshqa sohalarda monopoliyachi korxonalarning va boshqa ishlab chiqaruvchilarning mahsulot va xizmatlariga belgilangan narxlarni nazorat qilishdan iboratdir.

Milliy iqtisodiyotning har bir tarmog‘ida narx va tariflar shakllanishining; narxlarga qo‘shimcha qiymat solig‘i, aksizlar, qo‘shimchalar, chegirmalarning qo‘llanilishi; mahsulot rentabelligi va tannarxi darajasiga amal qilish; tannarxning tasdiqlangan me’yorlar, soliqlar, yig‘imlar va to‘lovlarni hisobga olgan holda shakllanishini nazarda tutishning o‘ziga xos xususiyatlari bo‘ladi. Shu munosabat bilan qonunchilik va huquqiy tartibda ko‘zda tutilgan barcha umumiy qoidalar va tamoyillar, tavsiyalar, narx o‘rnatish bo‘yicha nizomlarni bajarish davlat narx intizomining majburiy sharti hisoblanadi. Narxlar ustidan davlat nazorati erkin (shartnomaviy) narxlar rejimi qo‘llanuvchi tovarlarga nisbatan ham qo‘llaniladi.

Shu tariqa, davlat narx nazoratiga amal qilishni nazorat qilishdan maqsad – qonunchilik va me’yoriy hujjatlar bilan o‘rnatilgan narx shakllantirishning umumiy tamoyillari, nizomlari, tavsiyalar va qoidalarining vazirliklar, idoralar, respublikalar, viloyatlarning boshqaruv organlarida, korxonalar, tashkilotlar, birlashmalar, korxonalar, firmalar, uyushmalar, konsernlarda to‘g‘ri qo‘llanilishini tekshirishdan iborat.

Narxlarni belgilash usullari tovar va xizmatlar narxini mahsulot, raqobat, maqsadli auditoriya, mahsulotning hayot aylanishi, firmaning kengayish haqidagi qarashlari va boshqalar kabi barcha omillarni hisobga olgan holda hisoblab chiqish usullaridir.

Narxlarni belgilash usullarini ikki qismga bo‘lish mumkin:

- Narxlarga yo‘naltirilgan narxlash usuli
- Bozorga yo‘naltirilgan narx belgilash usuli

Xarajatga yo‘naltirilgan narx belgilash usuli: Ko‘pgina firmalar ishlab chiqarish tannarxini tayyor mahsulot narxini hisoblash uchun asos

sifatida ko‘rib chiqadilar. **Narxga yo‘naltirilgan narxlash usuli** narxlashning quyidagi usullarini o‘z ichiga oladi:

Narx-plyus narxlash: Bu eng oddiy narxlash usullaridan biri bo‘lib, ishlab chiqaruvchi ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblab chiqadi va sotish narxini amalga oshirish uchun unga ma’lum foiz qo‘shadi. Belgilangan qiymat - bu umumiy xarajatlar, ya’ni doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlar bo‘yicha hisoblangan foyda foizi.

Masalan, Agar mahsulot-A ning ishlab chiqarish tannarxi umumiy tannarxga 25% ustama bilan 500 so‘m bo‘lsa, sotish narxi quyidagicha hisoblanadi: Sotish narxi = ishlab chiqarish tannarxi + Ishlab chiqarish tannarxi x Belgilangan foiz / 100 Sotish narxi=500+500 x 0,25= 625 Shunday qilib, firma 125 so‘m foyda oladi (foyda = sotish narxi - tannarx narxi).

Belgilangan narxlash - bu narxlash usuli xarajat va narxning o‘zgarishi bo‘lib, unda ustama ulushi sotish narxi bo‘yicha hisoblanadi. Agar shokolad birligining narxi 16 so‘m bo‘lsa va ishlab chiqaruvchi sotishdan 20% ustama olishni istasa, qo‘shimcha narx quyidagicha bo‘ladi: Belgilangan narx = birlik narxi / 1-sotishdan istalgan daromad Belgilangan narx= 16/1-0,20 = 20 Shunday qilib, ishlab chiqaruvchi bitta shokolad uchun 20 so‘m oladi va bir birlik uchun 4 so‘m foyda oladi.

Maqsadli daromadli narxlash - bu turdagi narxlash usulida firma tovarlar va xizmatlarni sotishdan zarur bo‘lgan investitsiya rentabelligini (ROI) hosil qilish uchun narxni belgilaydi. Agar sovun ishlab chiqaruvchisi biznesga 1 00 000 so‘m sarmoya kiritgan bo‘lsa va 20% ROI, ya’ni 20 000 so‘mni kutsa, maqsadli daromad narxi quyidagicha ifodalanadi:

Maqsadli qaytish narxi = Birlik xarajati + (kerakli daromad x investitsiya qilingan kapital) birlik sotish

Maqsadli qaytish narxi = 16 + (0,20 x 100000)/5000

Maqsadli qaytish narxi= 20 so‘m.

Shunday qilib, ishlab chiqaruvchi birlik narxi va sotish birligi aniq bo‘lsa, 20% ROI oladi. Agar sotuvlar 50 000 donaga yetmasa, ishlab chiqaruvchi zarar yetkazmaslik jadvalini tuzishi kerak, unda turli savdo birliklarida turli ROI larni hisoblash mumkin.

Bozorga yo‘naltirilgan narxlash usuli: Bu usul bo‘yicha narx bozor sharoitlari asosida hisoblanadi. Ushbu guruh ostida quyidagi usullar mavjud:

Qabul qilingan qiymat narxi: Ushbu narxlash usulida ishlab chiqaruvchi reklama, reklama vositalari, qo‘shimcha imtiyozlar, mahsulot sifati, tarqatish kanali kabi barcha elementlarni hisobga olgan holda xaridorning tovarlar va xizmatlarni idrok etishi asosida narxni belgilaydi. mijozning idrokiga ta’sir qiluvchi va hokazo. Masalan, Bozorda arzon narxlardagi mahsulotlar mavjud bo‘lishiga qaramay, xaridor Sony mahsulotlarini sotib oladi, chunki Sony korxonasi qabul qilingan narx siyosatiga amal qiladi, bunda mijoz mahsulotning sifati va mustahkamligi uchun qo‘shimcha pul to‘lashga tayyor.

Qiymat narxi: Ushbu narxlash usuli bo‘yicha korxonalar arzon narxlardagi mahsulotlarni ishlab chiqadilar va yuqori sifatli taklifni saqlaydilar. Bu yerda narxlar past darajada ushlab turilmaydi, lekin mahsulot ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish va bir vaqtning o‘zida sifatini saqlab qolish uchun qayta ishlab chiqilgan. Masalan, Tata Nano - bu qiymat bahosining eng yaxshi namunasidir, bir nechta Tata avtomobillariga qaramay, korxona kerakli xususiyatlarga ega avtomobilni arzon narxda ishlab chiqdi va uning sifatiga mos keldi.

Narxlarni o‘zgartirish - bu narxlash usulida firmalar o‘z takliflari narxini aniqlashda raqobatchining narxini asos sifatida ko‘rib chiqadilar. Umuman olganda, narxlar raqobatchinikiga nisbatan ko‘proq yoki kamroq bo‘ladi va firmalar o‘rtasida narxlar urushi tugaydi. Masalan, Oligopolistik sanoatda, masalan, po‘lat, qog‘oz, o‘g‘it va boshqalarda olinadigan narx bir xil.

Auktsion turi narxlari: Ushbu turdagi narxlash usuli internetdan ko‘proq foydalanish bilan mashhur bo‘lib bormoqda. eBay, Quikr, OLX va boshqalar kabi bir qancha onlayn saytlar mijozlarga tovarlarni sotib oladigan yoki sotadigan platformani taqdim etadi. Auktsionlarning uch turi mavjud:

1. Ingliz auktsionlari - Bitta sotuvchi va ko‘p xaridor bor. Sotuvchi mahsulotni Yahoo kabi saytlarga qo‘yadi va savdo ishtirokchilari eng yaxshi narxga erishilgunga qadar narxni oshiradilar.

2. Gollandiya auktsionlari – Bitta sotuvchi va ko‘p xaridor yoki bitta xaridor va ko‘p sotuvchi bo‘lishi mumkin. Birinchi holda, eng yuqori eng yaxshi narx e’lon qilinadi va so‘ngra asta-sekin taklif qiluvchiga mos keladigan narx tushadi, ikkinchi turda esa xaridor sotib olmoqchi bo‘lgan mahsulotni e’lon qiladi, keyin potentsial sotuvchilar eng past narxni taklif qilish orqali raqobatlashadi.

3. Muhrlangan kim oshdi savdolari: Bu usul davlat yoki sanoat xaridlarida juda keng tarqalgan bo‘lib, bunda tenderlar bozorda o‘tkaziladi va potentsial yetkazib beruvchilar o‘z takliflarini hech kimga oshkor etmasdan, yopiq konvertda taqdim etadilar.

Differentsial narxlash: Ushbu narxlash usuli turli mijozlar guruhidan turli narxlarni olish kerak bo‘lganda qabul qilinadi. Narxlar vaqt, hudud va mahsulot shakliga qarab ham farq qilishi mumkin. Masalan, Differensial narxlarning eng yaxshi namunasi - Mineral suv. Mineral suvning narxi mehmonxonalarda, temir yo‘l stantsiyalarida, chakana savdo do‘konlarida farq qiladi.

Shunday qilib, korxonalar taklif etayotgan mahsulot turiga va narx belgilashning yakuniy maqsadiga qarab, ushbu narxlash usullaridan birini qo‘llashlari mumkin.

14.3. Narx strategiyasini shakllantirish bosqichlari

Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, jahonning rivojlangan mamlakatlaridagi sanoat, ulgurji savdo, chakana savdo va servis korxonalarida narx belgilashga yuqorida ko‘rsatilganidek yondashuv keng qo‘llaniladi. Hozirgi paytda turli tarmoq korxonalari o‘rtasida chiqimlar va narxlar haqida axborot almashuvi yo‘lga qo‘yilmoqda. Shunday qilib, mikrodarajada amal qiluvchi narx belgilash mexanizmi raqobat kurashining samarali vositasidir. Ishlab chiqarish chiqimlari dinamikasini tushunib yetish cheklangan sondagi iste’molchilar uchun tovarlar ishlab chiqaradigan korxonalar uchun ahamiyatli bo‘lib, ular sifat darajasi va xizmat ko‘rsatishga turlicha talab qo‘yishlari bilan ajralib turadi. Ishlab chiqarish chiqimlarini o‘rganish asosida har bir korxona mikrodarajada tegishli narx strategiyasini amalga oshirishga

intiladi. Xalqaro savdo shartnomalarini imzolashda xomashyo qiymati, ish haqi va tpansport kabi xarajat omillarining bapqaror emasligi yaqqol ko‘zga tashlanib turganda xarajatlarda bo‘lajak o‘zgarishlar haqida shartnomaga qayd etib qo‘yish maqsadga muvofiq. Savdo aloqalarini amalga oshirishda BMTning 1980 yildagi “Xalqaro tovar oldi-sotdi shartnomalari to‘g‘risida”gi Konvensiyaning asosiy moddalariga asosan yuzaga kelgan xalqaro savdo ananalari va amaliyotini hisobga olgan holda tomonlarning majburiyatlarini aniq belgilash muhim ahamiyat kasb etadi. Xalqaro bozorda qo‘llaniluvchi narx strategiyalari o‘rtasida quyidagilarni ajratib ko‘rsatish mumkin[38]:

1. “Qaymog‘ini olish” strategiyasi. Bu strategiya xalqapo bozor subekti kuchli reklamadan foydalangan holda o‘z tovapini ishlab chiqarish narxlapidan katta fapq qiluvchi nisbatan past narxlapda sotish orqali yuqori moliyaviy natijalarga erishishini nazarda tutadi. Odatda mazkup strategiya ishlab chiqaruvchi tanlangan bozor segmentida xapid qobiliyatining yuqoriligiga ishonch hosil qilgan paytda yangi tovarlarni sotishda qo‘llanadi. Uning afzalligi shundaki, firma qisqa vaqt ichida tashqi bozordagi marketing xarajatlarini qoplash va iloji bopicha kelajakda o‘z mahsulotlarini chet ellik hamkoplarga sotishda mahsulot narxini pasaytirish mexanizmidan foydalanish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

2. “Kipib bopish” strategiyasi. Bu strategiya firmaning qisqa vaqt ichida katta bozor ulushini egallab olish maqsadida nisbatan past napxlarda tovap bilan tashqi bozorga kirib borishni nazarda tutadi va ba’zida “yopib kirish” stpategiyasi deb ham nomlanadi. U xalq iste’moli tovarlari oddiy texnologiyalar uchun ishlab chiqarish texnika yo‘nalishidagi mahsulotlap uchun xarakterlidip. Tashqi bozorga yopib kirilgandan so‘ng napr normal darajagacha ko‘tariladi. Ushbu stpategiyaning kamchiligi xalqaro bozorga kipib olgandan so‘ng firma uzoq vaqt mobaynida mos keluvchi narxlarni bozordagi o‘rtacha napxlarga yaqinlashtirish uchun harakat qilishidan iborat, chunki bu paytda xapidorlap dastlabki past napxlarga ko‘nikib qolgan bo‘ladi.

[38] Назарова Г.Г., Назарова Р.Р., Юсупов А.С., Жаҳон иқтисодиётига интеграциялашув: тажриба ва амалиёт. - Т., ТДИУ, 2005. б. 114-125

3. ***“Siqib chiqapish siyosati” strategiyasi***. Mazkur strategiya ko‘p hollarda xalqapo bozor subektlari tomonidan boshqa sotuvchilarning xuddi shunday tovarlari paydo bo‘lishining oldini oluvchi juda past narxlardan foydalanish hisobiga amalga oshiriladi. Bunday narx siyosatini faqatgina yuqori sifatli va ommaviy ishlab chiqariluvchi modifikasiyalangan tovar ishlab chiqaruvchi yirik korxona va firmalar qo‘llashi mumkin. Garchi bu tovarlar dastlabki shaklida xalqaro bozorda hayotiylik davrini yakunlashga yaqin bo‘lsa ham.

4. ***“Narx yetakchisi” strategiyasi***. U yetakchi firma va ishlab chiqaruvchi korxonaning narx shakllanish mexanizmidan foydalanadi. Bu esa yetakchi “ayyorlik” qilmayotgan va adashmayotgan hollapda ergashib bopuvchi firmalar uchun o‘ziga xos afzalliklarga ega.

5. *“Tabaqalashtirilgan narx” strategiyasi*. Ushbu strategiya oson segmentlanuvchi tashqi bozorda talab darajasi yuqori, shuningdek, xaridorlapning taqsimlangan narxlarni qabul qilish imkoniyatlari mavjud hollarda samarali bo‘ladi. Mazkur strategiya xalqapo bozorning turli qismlarida turli mahsulotlarni turli napxlarda sotishni rag‘batlantirish yoki ushlab turishga imkon beradi. Bundan tashqari, xalqapo bozorda napx strategiyasini ishlab chiqishda narx siyosati shakllanishining raqobatchilarga yo‘nalishi, eksport narxlarining xalqaro sifat va moslik standartlari darajasiga bog‘liqligi, xalqapo bozor konyunkturasining, ayniqsa, qishloq xo‘jaligi mahsulotlari sohasida barqaror emasligi kabi omillarni ham inobatga olish zarur.

Xalqaro bozorga chiqishda narx diskriminasiyasi deb nomlanuvchi siyosatni amalga oshirish katta qiziqish uyg‘otadi. Bu siyosatga ko‘ra bir xil tovar yoki xizmatga jami ishlab chiqarish va muomala xarajatlaridan qati nazar turli xil sotuv narxlarining belgilanishi ko‘zda tutiladi. Mazkup narx siyosatini sotuvchi xalqapo bozorni talabning turli narx moslashuvchanligiga ega bo‘lgan alohida iste’molchilar guruhiga taqsimlash imkoniyatiga ega bo‘lgan hollardagina amalga oshirish mumkin. Bunday sharoitlarda sotuvchi xarid narxini o‘zi uchun maqbul deb hisoblovchi chet ellik xapidorlap uchun bir narx, bunday yuqori narxda sotib olishga rozi bo‘lmagan xaridorlar uchun esa arzonroq narx belgilaydi. Bunda xalqaro bozorning turli segmentlaridagi xaridorlar

guruhini bir-biridan ajratib qo‘yish uchun mos keluvchi chora-tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq.

14.4. Transfert narxlar shakllanishi va ularni boshqarish

Tovarlarni (ishlarni, xizmatlarni) chet el davlatlarida yoki boshqa mintaqalarda (biroq bir mamlakat doirasida) joylashgan tarkibiy bo‘linmalarga, shuningdek o‘zaro bog‘langan boshqa yuridik shaxslarga realizasiya qilish narxi **transfert narx** deb ataladi.

Soliqni maqbullashtirish, ya’ni soliq yukini pasaytirish maqsadida xo‘jalik yurituvchi subyektlar bunday narxlarni pasaytiradilar. Va shu tariqa, bir tarafdan, qonun hujjatlarini biror-bir tarzda buzmasdan tadbirkorlik subyekti soliq to‘lovlarining summalari salmoqli tarzda qisqartiriladi, bu esa, shubhasiz, uning manfaatlariga mos keladi. Boshqa tarafdan esa – mamlakat byudjetiga soliq tushumlari mutanosib ravishda kamayadi, bu esa amalda har qanday davlatning manfaatlariga zid keladi. Ayni ushbu hol dunyoning ko‘pchilik mamlakatlarida transfert narx belgilash ustidan davlat nazorati o‘rnatilishining sababchisi bo‘lib xizmat qildi: qoidaga ko‘ra o‘zaro aloqador shaxslar ishtirok etadigan bitimlarning narxlari bozor narxlari darajasiga muvofiq kelishi kerak.

2010 yildan boshlab ushbu qoida O‘zbekistonda ham amal qilyapti. Soliq kodeksi *(SK)* 40-moddasining ikkinchi qismiga ko‘ra o‘zaro aloqador shaxslar bilan bitimlar bo‘yicha soliq to‘lovlarining to‘liq hisoblab chiqarilishi va to‘lanishi ustidan nazoratni soliq organlari amalga oshiradi. Soliq solinadigan baza tovarlarni (ishlarni, xizmatlarni) realizasiya qilish narxi asosida hisoblab chiqariladigan soliq solish obyektini aniqlashda soliq organlarining mansabdor shaxslari o‘zaro aloqador bo‘lmagan shaxslar o‘rtasida qo‘llash mumkin bo‘lgan narxlardan, ya’ni bozor narxlaridan foydalanishga vakolat olganlar.

Biroq bunday narxlar hisob-kitobi usullari hozirgacha belgilanmagan va biznes ahliga tanish emas. Ehtimol, shu sababli soliqchilar tomonidan tekshiruvlar doirasida transfert narxlarga tuzatishlar kiritish amaliyoti hozircha keng tarqalmagandir. Biroq istiqbolda soliq-moliya organlari tomonidan Soliq kodeksining yuqorida

qayd etilgan me’yorini qo‘llash oqibatlari g‘oyatda kutilmagan bo‘lishi shubhasiz: soliq to‘lovlari summalarini qo‘shimcha hisoblab yozishdan boshlab soliq solinadigan bazani kamaytirganligi va (yoki) O‘zbekiston uchun naf keltirmasligi ayon bo‘lgan bitimni tuzganligi uchun xo‘jalik yurituvchi subyektlarning mansabdor shaxslarini javobgarlikka tortishga qadar.

Rossiyada, masalan, transfert chog‘ida bozor narxlari quyidagi besh usuldan biri bilan (yoki ularning jamligida) hisoblanadi:

1) mustaqil taraflar o‘zaro tuzgan bitimlardagi narxlar bilan taqqoslash yo‘li bilan. Bunda, agar sodir etilayotgan bitimlar tavsifi va tadbirkorlik subyekti kontragentlaridagi farqlar bozor narxiga ta’sir ko‘rsatmasa va (yoki) arzimas tafovutlarni bartaraf etish maqsadida bunday narxlar bo‘yicha tuzatishlar qo‘llash mumkin bo‘lsa, bitim taqqoslanadigan deb e’tirof etiladi;

2) tahlil qilinayotgan bitim bo‘yicha xarid qilingan tovar keyin realizasiya qilinganda (qayta sotilganda) tahlil qilinayotgan bitimni amalga oshirgan shaxs tomonidan olingan yalpi rentabellikni taqqoslash yo‘li bilan;

3) tahlil qilinayotgan bitim tarafi hisoblangan shaxs xarajatlarining yalpi rentabelligini taqqoslanayotgan bitimlardagi xarajatlarning yalpi rentabelligi bilan taqqoslash yo‘li orqali;

4) tahlil qilinayotgan bitim tarafi bo‘lgan shaxsda shakllangan operasion rentabellikni taqqoslama bitimlardagi operasion rentabellik bilan taqqoslash yo‘li bilan;

5) olingan jami foydani bitim taraflari o‘rtasida haqiqatda taqsimlashni taqqoslama bitimlarning taraflari o‘rtasida foydani taqsimlash bilan taqqoslash yo‘li bilan.

O‘zbekistonga kelsak, yuqorida aytilganidek, hozircha soliq organlari tomonidan transfert narxlarning lozim darajasini belgilashning qonun hujjatlari bilan mustahkamlangan usullari yo‘q. Rivojlanayotgan davlatlarning jahon iqtisodiy jarayonlariga integrasiyalanishi kuchaygan sari ular, misol uchun, Rossiyada foydalanilayotgan transfert narxlarni belgilash usullariga o‘xshash bo‘lishini istisno etib bo‘lmaydi. Zero transfert narx belgilash doirasida bozor narxini belgilash uslubiyatining

yagonaligi, ular ro‘yxatdan o‘tkazilgan mamlakatdan qati nazar, korxonalar va ularning barcha tarkibiy bo‘linmalarining transfert narx belgilash siyosatini uyg‘unlashtirish imkonini beradi.

Amaliyotda 2010 yildayoq taqdim etilgan, transfert narx belgilash tartibini tushuntirish bo‘yicha yozma so‘rovlarga javoban O‘zbekiston Respublikasining Davlat soliq qo‘mitasi “Transfert narx belgilash to‘g‘risida” qonun loyihasiga havola qiladi. Kelgusida uning qabul qilinishi mumkinligi kishini quvontiradi albatta. Biroq bunday qonunning rasmiy matni chop etilgunga qadar soliq to‘lovchi transfert narx belgilash masalalarida g‘oyatda taxminiy tarzda mo‘ljal olib, barcha oqibatlarni hisobga olgan holda va tavakkal qilib narxlarni belgilashi hamda soliqlarni hisoblab yozishi kerak. Bunda faqat narxlarga doir bitta ekspert xulosasi bilan ish bitmaydi. Shu sababli ushbu masalada yordam so‘rab malakali mutaxassislarga (auditorlar, soliq maslahatchilari, yuristlar, baholovchilarga) murojaat qilish ma’qul bo‘lardi, ular hatto transfert narx belgilash bo‘yicha qonun hujjatlari bilan belgilangan biror-bir ko‘rsatmalar yo‘q bo‘lgan sharoitda ham, axborotning rasmiy manbalaridan foydalanib, zarur yo‘nalishlarni tanlash, transfert narx ustidan ichki va tashqi monitoringni o‘tkazish tizimini ishlab chiqish va bunday narx belgilash bilan bog‘liq hujjat aylanishini yo‘lga qo‘yishda yordam beradilar.

Aytish kerakki, transfert narxlarni tartibga solishga qaratilgan umummajburiy xalqaro hujjatlar mavjud emas. Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (IHTT) tomonidan transmilliy korxonalar va soliq organlari uchun transfert narxlar bo‘yicha Qo‘llanma (OECD Transfer pricing guidelines for multinational enterprises and tax administrations) (keyingi o‘rinlarda – Qo‘llanma) ishlab chiqilgan. Bu tavsiyaviy tusdagi hujjat bo‘lsa-da, uning qoidalari turli mamlakatlar, jumladan IHTT a’zosi bo‘lmagan davlatlar milliy qonunchiligida ham o‘z aksini topgan. Hozirda amalda bo‘lib turgan Qo‘llanma 1979 yilda qabul qilingan Transfert narxlar bo‘yicha Hisobotning yangi tahriri hisoblanadi. Qo‘llanma 2010 yil 22 iyulda tasdiqlangan.

Qo‘llanmada soliq solish maqsadida narxlarni aniqlash usullari ikki guruhga ajratilgan: ananaviy usullar hamda tahlil va foydani taqsimlashga asoslangan usullar.

Qo‘llanma transfert narxlarni aniqlashning quyidagi usullaridan foydalanishni tavsiya etadi:

Ananaviy usullar:

Bozor narxi usuli (comparable uncontrolled price method);

Qayta sotish narxi usuli (resale price method);

Joriy xarajatlar usuli (cost-plus method).

Tahlil va foydani taqsimlashga asoslangan usullar:

Bitim bo‘yicha toza marja usuli (Transactional net margin method);

Bitim bo‘yicha foydani taqsimlash usuli (Transactional profit split method).

Transfert narxlar hosil qilinishini aniqlashning qaysi usulini tanlash ishning aniq holatiga bog‘liq bo‘lib, har bir usulning afzallik va kamchilik tomonlari, ularni qo‘llash uchun zarur ma’lumotlarni to‘plash imkoniyati, bitimlarni o‘zaro solishtirish darajasi singari faktorlar e’tiborga olinadi.

Qo‘llanmaning yuridik tabiati to‘g‘risida mulohaza qiladigan bo‘lsak, IHTT to‘g‘risida konvensiyaning 5(b)-moddasiga ko‘ra majburiy xususiyatga ega emas va IHTTga a’zo davlatlarga Qo‘llanmaga rioya qilish tavsiya etiladi xolos. Shunday bo‘lsa-da, IHTTga a’zo va a’zo bo‘lmagan davlatlar tomonidan transfert narxlar bo‘yicha qonunchilikni ishlab chiqishda qo‘llanmadan keng foydalanib kelinmoqda. Shuningdek transfert narxlar bo‘yicha nizolarni ko‘rib chiqish davomida ko‘pgina mamlakatlar sudlari qo‘llanmadan foydalangan holda mamlakat transfert narxlar qonunchiligini sharhlashda foydalanmoqdalar.

Masalan, Irlandiya, Meksika, Ispaniya, Buyuk Britaniya, Vengriya, Latviya, Peru va Ruminiya davlatlari o‘zlarining transfert narxlar bo‘yicha milliy qonunchiligida qo‘llanmadan mazkur qonunlarni sharhlash maqsadida foydalanish to‘g‘risida qoidalarni kiritganlar1.

Transfert narxlarni tartibga solishga qaratilgan milliy qonunchiliklar tarixiga nazar solsak, bu sohada AQSh boshqa davlatlarga

nisbatan ancha ilgarilab ketganiga guvoh bo‘lamiz. AQSh Ichki daromad kodeksi (Soliq kodeksi) 482-qismida transfert narxlarni tartibga soladigan qoidalar belgilangan. Mazkur 482-qism 1920-yillarda qabul qilingan. Unda soliq organlariga firmalararo tijorat munosabatlarida soliq to‘lashdan qochish maqsadida past narxlar o‘rnatilgan bo‘lsa, soliq organlariga narxlarga tuzatish kiritish hamda ularni qayta hisoblab chiqish va soliq solish bo‘yicha vakolatlar berilgan. Ushbu 482-qismda transfert narxlarni aniqlashning maxsus usullari belgilab berilgan. Mazkur usullar qo‘llanmada belgilangan usullarga o‘xshash. Chunki AQShda transfert narxlar bo‘yicha qonun hujjatlari avvalroq ishlab chiqilgan hamda undagi qoidalardan 1960-yillarda qo‘llanmani ishlab chiqishda ham foydalanilgan.

AQShning transfert narxlarni tartibga solishga qaratilgan qonunchiligi soliq to‘lovchilarni o‘zaro aloqador shaxslar bilan bitimlar tuzish davomida transfert narxlar shakllanishining oldini olish maqsadida Ichki daromad xizmati bilan Dastlabki narxlash bo‘yicha kelishuv (Advance Pricing Agreement (APA)ga kirishishi mumkin. Mazkur kelishuvlarni amaliyotga kiritish ham AQShda boshlangan va boshqa mamlakatlarning qonunchiligiga inkorporasiya qilinishiga asos bo‘lib xizmat qilgan. Mazkur holda o‘zaro aloqador korxonalar bilan bitimlar tuzayotgan korxona soliq organlari tomonidan tekshiruvlar o‘tkazilishi va hujjatlar tayyorlashning o‘rniga soliq organi bilan kelishuv tuzadi. Bu esa korxonalar uchun ham, soliq xizmati organlari uchun ham kelib chiqishi mumkin bo‘lgan nizolarni hal qilish xarajatlarining oldini oladi.

Buyuk Britaniyaning amaldagi transfert narxlarni tartibga solishga qaratilgan qonunchiligi 2010 yilda qabul qilingan Soliq solish to‘g‘risida qonun (Taxation Act (International and Other Provisions, Xalqaro va boshqa qoidalar) bilan tartibga solinadi. Mazkur qonun korxonalar tomonidan transfert narxlarni qo‘llagan hollarda soliq xizmati organlari tomonidan transfert narxlar shakllanishini hisoblab chiqish usullari, narxlar bilan manipulyasiya qilish hollari mavjud bo‘lgan hollarda narxlarga tuzatishlar kiritish asoslari va usullarini belgilab beradi. Buyuk Britaniya qonunchiligida ham korxonalar va soliq xizmati organlari

o‘rtasida Dastlabki narxlash bo‘yicha kelishuv (Advance Pricing Agreement (APA)ga kirishishi mumkinligi belgilab qo‘yilgan.

Rossiya Federasiyasida transfert narxlarni tartibga solishga qaratilgan qonunchilikning qabul qilinganiga unchalik ko‘p bo‘lgani yo‘q. 2011 yil 18 iyulda “Soliq solish maqsadida narxlarni aniqlash prinsiplarini takomillashtirish sababli Rossiya Federasiyasining ba’zi qonunlariga o‘zgartirish kiritish to‘g‘risida” qonun qabul qilingan. Mazkur qonun bilan Rossiya Federasiyasi Soliq kodeksiga yangi – “V.1. O‘zaro aloqador shaxslar. Narxlar va soliq solishning umumiy qoidalari. O‘zaro aloqador shaxslar o‘rtasida tuziladigan bitimlar bo‘yicha soliq nazorati. Narxlarni shakllantirish bo‘yicha kelishuv” bo‘lim kiritildi. Soliq kodeksiga kiritilgan mazkur qo‘shimchalar Qo‘llanmada keltirilgan tavsiyalarga mos keladi. Yangi kiritilgan qoidalar transfert narxlardan foydalanish sohasida davlat nazoratini amalga oshirishning samaradorligini oshirishga bag‘ishlangan. Kiritilgan o‘zgartirishlar o‘zaro aloqador shaxslar tushunchasini ancha kengaytirib berdi. O‘zaro aloqador shaxslar o‘rtasida tuziladigan bitimlar nazorat qilinuvchi bitimlar deb tan olingan. Qonunchilik, shuningdek, nazorat qilinuvchi bitimlarning boshqa turlarini ham ko‘rsatib o‘tadi.

O‘zaro aloqador shaxslar o‘rtasida tuzilgan bitimlardagi daromadlarni aniqlashning quyidagi usullarini qo‘llash belgilab qo‘yilgan:

- solishtirma bozor narxlari usuli;
- qayta sotish narxi usuli;
- xarajatlar usuli;
- solishtirma rentabellik usuli;
- foydani taqsimlash usuli.

Transfert narxlar yuqoridagi usullarni qo‘llagan holda aniqlanadi. Qonunchilikda ikki yoki undan ortiq usullarning kombinasiyasidan foydalanishga ruxsat beriladi. Soliq kodeksi soliq to‘lovchilarni soliq organlari talabiga binoan muayyan bitim bo‘yicha hujjatlarni taqdim etish majburiyatini belgilab qo‘ygan. Mazkur hujjatlar transfert narxlar qo‘llanilishini aniqlash uchun foydalaniladi. Rossiya Federasiyasi soliq qonunchiligi ham soliq solish maqsadida narxlarni shakllantirish

to‘g‘risida kelishuv tuzish imkoniyatini beradi. Bunday imkoniyatdan faqatgina qonun bo‘yicha yirik soliq to‘lovchi maqomiga ega bo‘lgan soliq to‘lovchilar foydalanishi mumkin. Kelishuv soliq to‘lovchi hamda davlat soliq organi o‘rtasida tuziladi hamda unda kelishuv tuzilgan muddat davomida nazorat qilinuvchi bitimlar bo‘yicha narxlarni belgilash va (yoki) narxlarni shakllantirishni aniqlash usullarini qo‘llash tartibi nazarda tutiladi.

MDH davlatlari o‘rtasida transfert narxlarni tartibga solish bo‘yicha Qozog‘iston Respublikasining tajribasi boshqa davlatlarnikiga nisbatan ko‘proqdir. Qozog‘iston “Transfert narxlar to‘g‘risida”gi qonunni 2008 yilda qabul qilgan. Bu mamlakatda transfert narxlarni belgilovchi qoidalar Soliq kodeksining bir qismi emas, balki alohida qonun hujjati sifatida qabul qilingan. Mazkur qonun transfert narxlarni nazorat qilishda nafaqat o‘zaro aloqador shaxslar o‘rtasidagi bitimlarda, balki boshqa turdagi bitimlar qo‘llaniladigan transfert narxlar qo‘llanilishini nazorat qiladi. Transfert narxlarning shakllanish bo‘yicha nazorat xalqaro tijorat operasiyalari bo‘yicha bitimlar hamda Qozog‘iston Respublikasi hududida tuziladigan va bevosita xalqaro tijorat operasiyalari bilan bog‘liq bo‘lgan bitimlar bo‘yicha amalga oshiriladi.

Qozog‘iston Respublikasining transfert narxlar bo‘yicha qonunchiligi Qo‘llanmada keltirilgan tavsiyalarga mos keladi. Mazkur qonunning 12-moddasiga asosan bitimlardagi bozor narxlarini aniqlash uchun quyidagi usullardan foydalaniladi:

1) solishtirma nazorat qilinmaydigan narxlar usuli;
2) “xarajatlar plyus” usuli;
3) qayta sotish narxi usuli;
4) foydani taqsimlash usuli;
5) sof foyda usuli.

Nazorat qilinuvchi bitimlar bo‘yicha narxlarda bozor narxlaridan boshqacha narx qo‘llaniladigan bo‘lsa, vakolatli organlar bitim tomonlariga nisbatan tekshiruv o‘tkazishlari mumkin va mazkur tekshiruv natijasiga ko‘ra vakolatli organlar soliq solish obyekti va soliq solish bilan bog‘liq obyektlarga tegishli tuzatishlar kiritadilar.

Yuqoridagi misollardan ko‘rinib turibdiki, transfert narxlarni shakllantirish orqali o‘zaro aloqador shaxslar tomonidan soliqlarni to‘lashdan bo‘yin tovlashga qarshi kurashish bo‘yicha xalqaro tashkilotlarning aniq tavsiyalari ishlab chiqilgan hamda mazkur tavsiyalarga tayangan holda ko‘p davlatlarda, shuningdek MDH davlatlarida soliqlardan bo‘yin tovlashga qarshi kurashish bo‘yicha samarali huquqiy mexanizmlar ishlab chiqilgan.

Tayanch so‘z va iboralar

Narx, baho, transfert narx, narx siyosati, bozor narxi, shartnoma narxi, ulgurji narx, chakana narx.

Nazorat uchun savollar

1. *Korxonalarda narx siyosatining maqsad va asosiy yo‘nalishlari.*
2. *Korxonalar narx siyosatiga ta’sir etuvchi omillar.*
3. *Korxonalar narx siyosatida xaridorlar psixologiyasini hisobga olish.*
4. *Narxlarni boshqarish darajalari: tarmoq doirasida, tovar-bozor strategiyalari doirasida va savdo bitimlari doirasida.*

Test topshiriqlari

1. … – bu tovar nafliligi tan olinganda uning qiymatining pulda ifodalanishi, qiymatning bozorda namoyon bo‘lish shaklidir. Nuqtalar o‘rniga kerakli so‘zni tanlang.

A. Narx
B. Foyda
C. Investisiya
D. Tannarx

2. Talab va taklif asosida vujudga keluvchi bozor narxlari bu – …

A. Erkin narx
B. Ulgurji narx

C. Imtiyozli narxlar
D. Demping narx

3. Bozorda o‘z mavqyeini mustaxkamlash va raqiblarini siqib chiqarish uchun firmalar tomonidan maxsus foydalanadigan narx bu – …
A. Demping narx
B. Erkin narx
C. Ulgurji narx
D. Dotasiyalangan narx

4. Narxni nechta asosiy vazifasi mavjud?
A. 5
B. 7
C. 6
D. 8

5. Sotuvchi va haridorning roziligi bilan belgilanadigan, ular tomonidan tuzilgan shartnomada qayd qilingan narxlar qanday nomlanadi?
A. Shartnoma narxlar
B. Ulgurji narxlar
C. Chakana narxlar
D. Demping narx

6. Transfert narxlarining shakllanishi mazmunini aniqlang.
A. Korxonaning bo‘ysunuvchan bo‘linmalari orasida narxning shakllanishi
B. Korxonaning mol yetkazib beruvchilarida xom ashyo va materiallar sotib olish bahosining shakllanishi
C. Ulgurji va chakana narx shakllanishi
D. Korxonaning xaridorlarga mahsulot sotish bahosining shakllanishi

7. Mahsulotning ulgurji bahosi qanday shakllanadi?

A. Mahsulot tannarxi + Sotish xarajatlari + Korxona ishlab chiqarish foydasi + Vositachilar foydasi

B. Mahsulot tannarxi + Sotish xarajatlari + Korxona ishlab chiqarish foydasi + Vositachilar foydasi + Savdo korxonasi foydasi

C. Mahsulot tannarxi + Korxona ishlab chiqarish foydasi + Vositachilar foydasi

D. Mahsulot tannarxi + Sotish xarajatlari + Korxona ishlab chiqarish foydasi

8. Qaysi narx strategiyasi talabni pag‘batlantirish maqsadida amalga oshiriladi?

A. Past narxlar strategiyasi

B. Imtiyozli narxlar strategiyasi

C. Elastik narxlar strategiyasi

D. Yaxlitlanmagan narxlar strategiyasi

9. Ananaviy va tahlil va foydani taqsimlashga asoslangan usullar orqali biz qaysi narxni aniqlashda foydalanamiz?

A. Transfert narx

B. Bozor narxi

C. Demping narx

D. Ustama narx

10. Narxlarning iste’molchilar sotib olish qobiliyatiga bog‘liq ravishda o‘rnatilishi qaysi narx strategiyasiga bog‘liq?

A. Elastik narx strategiyasi

B. Imtiyozli narxlar strategiyasi

C. Barqaror narx strategiyasi

D. Tabaqalashtirilgan narx strategiyasi

XV BOB. KORPORATIV TUZILMALARDA INQIROZGA QARSHI BOSHQARUVNING TASHKILIY XUSUSIYATLARI

15.1. Korxonalarda inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv mazmun-mohiyati.
15.2. Korxonalarda inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv strategiyasi.
15.3. Korxonalarda inqiroz holatlarini baholovchi moliyaviy ko‘rsatkichlar.
15.4. Korxonalarda inqiroz holatlarining kelib chiqish sabablari.
15.5. Korxona moliyaviy natijasiga salbiy ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillar. Korxonalarda moliyaviy sog‘lomlashtirish masalalari.

15.1. Korxonalarda inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv mazmun-mohiyati

Inqirozga qarshi boshqaruv moliyaviy menejmentning muhim elementi sifatida yangi rivojlanayotgan yo‘nalishlardan biri hisoblanadi. Inqirozga qarshi strategiyani ishlab chiqish va amaliyotga samarali joriy etish, korxona boshqaruv qarorlarini qabul qilishdagi dolzarb masalalardan biriga aylanib bormoqda. Korxona mutaxassislari tomonidan ushbu masalaga e’tiborning oshib borishi ko‘plab obyektiv omillarga bog‘liq. Bozor iqtisodiyoti sharoitida, inqiroz holati har qanday korxonalar faoliyatida yuz berishi mumkin bo‘lgan jarayon bo‘lib, korxona moliyaviy menejerlaridan odatdagi boshqaruv yo‘nalishlarining ko‘plab jihatlarini o‘zgartirgan holda kelgusida faoliyatni tashkil etishni talab qiladi. Bozor iqtisodiyotida e’tiborni qaratish lozim bo‘lgan muhim jihatlardan biri ham, korxonalar iqtisodiy siklining har qanday bosqichida inqiroz holatining yuzaga kelish ehtimolligining mavjudligidadir. Korxonada inqiroz oqibatlarini bartaraf etish inqirozga qarshi choralarni joriy etish orqali amalga oshirilishi mumkin. Korxonada inqiroz holatiga olib keluvchi sabablarni aniqlash va tahlil qilish, inqirozga sabab bo‘luvchi omillarni o‘rganish, inqirozga qarshi choralarni ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etish kabilar

inqirozga qarshi boshqaruv strategiyaning asosini tashkil qiladi. Bizga ma’lumki, strategiya deyilganda umumiy ma’noda moliyaviy menejment, ishlab chiqarish, kadrlarni boshqarish kabi tizimlardagi umumiy harakatlar dasturi, chora-tadbirlar majmui tushuniladi. Inqirozga qarshi strategiyani ishlab chiqish mexanizmi, inqirozning kelib chiqish sabablarini tahlil qilishdan boshlab inqirozga qarshi dasturlar va strategiyalarning natijalarini baholash va nazorat qilish kabilar bosqichlarni o‘z ichiga oladi.

Inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv – inqirozni prognoz qilish, monitoringni amalga oshirish, inqirozni kelib chiqish sabablarini o‘rganish, korxonani rivojlantirish uchun inqiroz omillaridan foydalanish, inqirozning salbiy oqibatlarini kamaytirish kabi jarayonlarni tashkil etish hisoblanadi. Boshqacha aytganda, inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruvning o‘ziga xos xususiyatini quyidagilar orqali tavsiflash mumkin:

– birinchidan, korxonaning inqiroz holatiga tushib qolishini oldini olish, korxonaning kuchli va zaif tomonlarini tahlil qilish, bankrotlik ehtimollarini baholash, risklarni boshqarish (aniqlash, baholash va bartaraf etish), zaruriy choralar tizimini joriy etish va shu singari masalalarni hal qilishga yo‘naltirilgan tadbirlar majmui;

– ikkinchidan, korxonani sud sanasiyasi yoki restrukturizasiyalash orqali inqiroz holatidan olib chiqishga qaratilgan korporativ moliyani boshqarish tizimining elementi hisoblanadi.

Korxonada inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv tizimi har qanday boshqaruv tizimi singari, tashkil etilish nuqtai nazaridan samarali yoki samarasiz bo‘lishi mumkin. Uning samaradorligi inqirozning oldini olish, bartaraf etish, inqiroz oqibatlarini yumshatish yoki inqiroz omillaridan ijobiy foydalanish kabi masalalarni qay darajada hal qilinganligi bilan ifodalanadi. Shuning uchun, inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruvning korxona umumiy boshqaruv tizimidagi o‘rni, uning aniq maqsad va vazifalarini shakllantirish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv tizimining bunday ko‘rinishda tashkil qilinishi, korxonaga turli tashqi omillar ta’siri

sharoitida belgilangan maqsadlarga erishishda oqilona boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq qilishda dolzarb ahamiyat kasb etadi. Inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv maqsad va vazifalarining har bir bosqichidagi masalalar keyingi bosqichda bajarishi lozim bo‘lgan faoliyat uchun zamin yaratib, ushbu jarayonni samarali tashkil etilishi, korxonani bankrot bo‘lishini oldini olishda muhim o‘rin egallaydi.

15.2. Korxonalarda inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv strategiyasi

Nima sababdan ilgari moliyaviy barqaror bo‘lgan korxona to‘lovga qobiliyatsiz bo‘lib qoladi? Nazariya ko‘rsatib amaliyot tasdiqlaydiki, zamonaviy sharoitda to‘lov intizomini buzish oqibatda korxona strategiyasini bozor holatining rivojlanish tendensiyasiga mos emasligini ko‘rsatatdi. Bundan 30 yil avval korxonani boshqarishning strategik prinsiplari mavjud bo‘lmagan. Faqatgina 60-70 yillar atrofida boshqaruvning yangi uslublari va u bilan “strategik boshqaruv” atmasi paydo bo‘ldi. Bu birinchi bo‘lib, biznesning tashqi muhitida o‘zgarishlar sodir bo‘lishiga olib keldi. Xozirgi payitda, bozorda yashab qolish va raqobatbardoshlikni saqlab qolish uchun barcha korxonalar vaqti-vaqti bilan o‘z xo‘jalik faoliyatlarida o‘zgarishlarni amalga oshirib turishlari lozim. Inqirozga qarshi boshqaruv strategiyasi quyidagilarga imkon beradi:

Korxona tashqi o‘zgarishlarga qaysi usul bilan qarshi tura olishi mumkin (tez-tez, gohida va amalda oldindan aytib bo‘lmaydigan o‘zgarishlar).

O‘rnatilgan maqsadlarga erishish va hayot qobiliyatini saqlab qolish uchun oldindan qanday tadbirlarni ishlab chiqish lozim. Inqirozga qarshi boshqaruv strategiyasi xususiy va davlat korxonalarini qo‘shib hisoblaganda barcha rejalashtirilgan, tashkillashtirilgan va strategiya amal qiladigan sohadagi nazorat qilinadigan holatlarni, ishlab chiqarish jarayonlarini, ijtimoiy-iqtisodiy tizimga kiruvchi hamma tarkib va madaniyatni o‘z ichiga oladi. Tashqi va ichki o‘zgarishlar korxona o‘z

maqsadiga yetishishiga qaysi sohada havf solayotgan bo‘lsa, shunga mos ravishda inqirozga qarshi strategiya tanlanadi.

Likvidlik inqirozi davrida korxonaning eng oddiy vazifasi sarflarni qisqartirish hisoblanadi. Inqirozgacha bo‘lgan jarayonda ko‘plab milliy korxonalarda personalni bo‘shatish kuzatilgan. Haqiqattan ham, inqirozli sharoitlarda xodimlarni bo‘shatish zarur. Aks holda, natija yomon oqibatlarga olib kelishi mumkin. Menejerning harakati bunda suzuvchi va aqlga asoslangan bo‘lishi lozim. Chunki, inqirozli sharoitda ishchilarni bo‘shatishdan boshqa variantlar ham bor, ya’ni ish haqini ham vaqtinchalik qisqartirib turish mumkin. Bu ham xarajatlarni qisqartirish hisoblanadi.

Strategiya – bu korxonani atrof-muhitga samarali moslashish prinsipi hisoblanadi. Inqirozga qarshi boshqaruv jarayonida strategiya 3 bosqichda ishlab chiqiladi. Korxona faoliyatining inqirozga qarshi boshqaruv strategiyasini ishlab chiqishning birinchi bosqichi – bu aniq, kompleks va o‘z vaqtida korxona holatini tashxislashdir. Inqirozga qarshi rejalashtirishning ikkinchi bosqichi – korxona maqsadlar tizimini va missiyasini to‘g‘rilash (eskisini qayta ko‘rib chiqib agar zarur bo‘lsa o‘zgartirish kiritish).

Agar missiya – bu korxonani kelajakda qanday bo‘lishini oldindan ko‘rish bo‘lsa, maqsadlar tizimi (qisqa va uzoq muddatli) – maqsaddan kelib chiqib hoxlangan natijalar hisoblanadi.

Inqirozga qarshi rejalashtirishning uchinchi bosqichi – korxonani iqtisodiy inqirozdan chiqarishni muqobil strategik variantlarini shakllantirish va strategiyalar tanlovi hisoblanadi. Shu bilan strategik rejalashtirish jarayoni tugaydi va tanlangan strategiyani amalga oshirish taktikasini aniqlash jarayoni boshlanadi (operativ rejalashtirish), shundan so‘ng, inqirozga qarshi strategiyani amalga oshiriladi, baholanadi va natijalar nazorat qilinadi.

Iqtisodiy inqirozdan chiqishning taktik (operativ) chora-tadbirlariga xarajatlarni qisqartirish, bo‘limlarni yopish, hodimlar sonini qisqartirish, ishlab chiqarish va sotish hajmini qisqartirish, faol marketing tadqiqotlari, mahsulot narxini oshirish, ichki zahiralardan foydalanish, modernizasiya, joriy zararlarni aniqlash, ichki zahiralarni aniqlash,

mutaxassislarni jalb qilish, kreditlar olish, tartibni mustahkamlash kabilar kiradi.

Strategik va operativ rejalashtirish birgalikda qo‘llaniladi, ularni birini ikkinchisidan ajratish mumkin emas. Taktik rejalashtirish tanlangan strategiya doirasida amalga oshiriladi. Iqtisodiy inqirozdan chiqishning tezkor tadbirlarini strategik maqsadlarsiz amalga oshirish qisqa muddat ichida moliyaviy holatni yaxshilashi mumkin, lekin inqirozli vaziyatni vujudga keltirgan tub sabablarni bartaraf eta olmaydi.

Taktik rejalashtirishning birinchi bosqichi – bu tanlangan inqirozga qarshi strategiyani amalga oshirish hisoblanib, bunda menejerlar quyidagilarni amalga oshirishi zarur:

Inqirozga qarshi ishlab chiqilgan strategiya va maqsadni, ularning o‘zaro bog‘liqligini qatiy tushuntirish. Inqirozga qarshi strategiyani amalga oshirish jarayonida yangi strategiya va maqsadlar haqidagi tushunchalarni hamkorlarni keng jalb qilish maqsadida yetkazish. Amalga oshirilayotgan inqirozga qarshi strategiyaga bog‘liq ravishda resurslarni keltirish.

Tashkiliy tarkib bo‘yicha qaror ishlab chiqish. Yangi strategiyani amalga oshirishda barcha qarshiliklarni o‘rganib chiqish va ularni bartaraf etish lozim. Bundan tashqari strategiyaga bir qancha omillar ham ta’sir qilishi mumkin.

Taktik rejalashtirishning ikkinchi bosqichi – bu strategiya bajarilishini nazorat qilish va baholashdir. Agarda korxona o‘z vaqtida tashqi xavf-xatar paydo bo‘lishini seza olsa va unga qarshi samarali ta’sirni ishlab chiqish uchun yetarlicha vaqtni boshqara olsa u doimiy ravishda barcha muammolarni likvidasiya qilib borishi mumkin. Lekin inqirozli vaziyatlarda o‘zgarishlarni chegaralangan muddatlarda amalga oshirish lozim. Shu sababli inqirozga qarshi strategiyani rejalashtirishda ishlar paralleligini vaqtdan yutish maqsadida maksimallashtirish lozim.

Bunday holda inqirozga qarshi strategiyaning yo‘nalishi va bosh mexanizmlarining traektoriyasi (umumiqtisodiy rivojlanish strategiyasi doirasida) barqaror iqtisodiy o‘sish va jahon iqtisodiy hamjamiyatiga integrasiyalashishga yo‘naltirilgan bo‘lishi lozim:

Zamonaviy menejment vositalari va usullaridan foydalanish.

Korxonaning ichki rivojlanish jarayonlarini faollashtirish.

Tashkilotning boshqaruv va hujjat aylanish tizimlari reglamentlarini barpo etish. Inqirozga qarshi strategiyani samarali amalga oshishini ta’minlovchi faoliyatning asosiy ko‘rsatkichlarini monitoringi va nazorat tizimlarini tashkil etish. Korxonaning barqaror iqtisodiy o‘sishiga yo‘naltirilgan rivojlanish dasturini ishlab chiqish. Zarur hollarda kompleks tahlilni o‘tkazish va strategiyani korrektirovka qilish. Strategiyani amalga oshirish doirasida ma’naviy va moddiy rag‘batlarni ishlab chiqish. Boshqaruv qarorlarini qabul qilish va ishlab chiqishda ijtimoiy mezonlardan foydalanish hamda ijtimoiy oqibatlarni hisobga olish.

Rivojlanishda innovasion strategiyaning ustunligi.

Faoliyatning foydaliroq yo‘nalishlarini rivojlantirish ustunligi.

Korporativ madaniyatni mustahkamlash maqsadida guruhbozlik va subektivlik qiziqishlariga barham berish.

Inqirozga qarshi boshqaruvni samarali amalga oshirish tanlangan boshqaruv tizimiga, boshqaruv madaniyatiga, menejerlar kvalifikasiyasiga hamda boshqa ko‘plab omillarga va sharoitlarga bog‘liq.

Inqirozga qarshi kurashning eng munosib vositalarini qo‘llash uchun inqiroz manbalari va inqiroz hodisalarining bank muassasasi faoliyatiga ta’sir qilish darajasiga qarab, inqirozga qarshi choralarni amalga oshirishning muayyan bosqichlarini ajratib ko‘rsatish kerak. Profilaktik bosqich uchun inqiroz hodisalarini erta aniqlash va tahliliy vositalar yordamida mumkin bo‘lgan yo‘qotishlarni bashorat qilish xarakterlidir; inqiroz jarayoni rivojlanishining oldini olishga qaratilgan chora-tadbirlarni ko‘rish.

Bankda inqiroz tendentsiyalari paydo bo‘lgan inqiroz holatining paydo bo‘lishi bosqichida inqiroz hodisalarining ta’sirini minimallashtirish (ma’muriy xarajatlarni kamaytirish, likvidlikni operativ qo‘llab-quvvatlash) bo‘yicha ustuvor choralar ko‘rilmoqda. Inqiroz tarqalishiga faol qarshi kurashish bosqichida bank institutining normal ishlashi muammoli bo‘lib, inqirozga qarshi yanada keng ko‘lamli choralar ko‘rish zaruriyatini keltirib chiqaradi. Bank muassasalari

tomonidan inqirozga qarshi choralarni amalga oshirishning takomillashtirilgan tartibi bir vaqtning o‘zida inqirozni boshqarishning funksional va institutsional jihatlarini qamrab oladi: inqiroz holatini aniqlash; inqiroz ko‘lamini va undan bankning ehtimoliy yo‘qotishlarini tahliliy baholash; likvidlikni qo‘llab-quvvatlash, aktivlar sifatini yaxshilash va kapitallashtirish bo‘yicha operativ chora-tadbirlar (tizimning yadrosi); belgilangan protseduradan foydalanish samaradorligini baholash uchun uslubiy vosita.

15.3. Korxonalarda inqiroz holatlarini baholovchi moliyaviy ko‘rsatkichlar

Moliyaviy-iqtisodiy inqiroz sharoititda har bir korxonaning mustaqilligini ta’minlashi bilan birga, uning masuliyati ham oshadi. Bunday sharoitda har bir korxona o‘zining mablag‘iga, o‘zining boshqaruv usuliga, mulkiga ega bo‘lishi kerak. Hozirda mulkiy birlik va munosabatlarning shunday tizimini shakllantirish lozimki, bu harakat avvalo faoliyat yakunida yuqori unum va natijaviylikni, butlik va manfaat uyg‘unligini, eng muhimi bozor to‘kin-sochinligi va jamiyatimiz farovonligini ta’minlasin. Muntazam ravishdagi inflyasiya sharoitlarida ko‘pchilik korxonalarning moliyaviy siyosati ishlab chiqarishni rivojlantirish va xizmatlarni kengaytirish imkonini bermaydi, chunki kapital va zahiralar amalda o‘sish yo‘nalishiga ega bo‘lmagan holda, mablag‘lar iste’mol uchun ko‘proq xarajat qilinishi munosabati bilan ularni yeb qo‘yilishi kuzatiladi. Bu ularning moliyaviy barqarorligiga va ish yuzasidan hamkor sifatida ishonchliligiga shubha tug‘diradi. Shu bois, ko‘p holatlarda nafaqat moliyaviy hisobot ishonchliligining tekshiruvi bilan chegaralanmasdan, korxona moliyaviy ahvolini mufassal tahlil qilish zaruriyati paydo bo‘ladi.

Korxona samaradorligini oshirish va moliyaviy barqarorligini mustahkamlash maqsadida bunday tahlilni shartnomaga muvofiq konsalting xizmatlari ko‘rsatib auditorlar tomonidan amalga oshirilishi mumkin.

Bunday tahlilga, shuningdek, tahlil natijalari talab etish bo‘yicha chop etilgan moliyaviy hisobotga ilova ko‘rinishida taqdim etiladigan

chop etilgan moliyaviy hisobot iste’molchilari, ya’ni: aksiyadorlar, banklar, mol yetkazib beruvchilar va boshqa kreditorlar ham muhtojdir. Xorijiy mamlakatlarda moliyaviy ma’lumotlarning aksariyat iste’molchilari o‘zlari bunday tahlil qilish uslubiyotiga egadirlar.

Korxona moliyaviy holatini ifodalovchi ko‘rsatkichlardan eng muhimi uning moliyaviy barqarorlik ko‘rsatkichlaridir. Shu tufayli bu ko‘rsatkichlarni tahlil qilish hozirgi kunda muhim va dolzarb hisoblanadi.

Aktivlar (asosiy fondlar, nomoddiy aktivlar, aylanma mablag‘lar) ga qo‘yilgan mablag‘larni o‘z mablag‘lari hisobiga qoplaydigan, noo‘rin debitorlik va kreditorlik qarzlariga yo‘l qo‘ymaydigan hamda o‘z majburiyatlariga o‘z vaqtida to‘laydigan korxona moliyaviy barqaror korxona hisoblanadi.

Moliyaviy barqarorlikka tegishli ko‘rsatkichlar, ularni hisoblash yo‘llari va tahlili iqtisodiy adabiyotlarda yetarlicha yoritilgan. Xususan,

Rossiya iqtisodiy tahlil fanining ko‘zga ko‘ringan yirik namoyondalari A.D.Sheremet, R.S.Sayfullin, A.L.Li, S.I.Kravchenko, V.V.Kovalev va boshqalarning moliyaviy tahlil bo‘yicha chop etilgan qator darslik, o‘quv qo‘llanmalarini, ilmiy maqolalarini e’tirof etish joiz. Iqtisodchi olimlarning korxonaning moliyaviy barqarorligini tahlil qilishda foydalaniladigan ko‘rsatkichlar tizimi borasida tavsiyalari turlicha.

A.D.Sheremet, R.S.Sayfullin tomonidan moliyaviy tahlilga bag‘ishlab chop etilgan “Moliyaviy tahlil uslubi” o‘quv qo‘llanmasida korxonaning moliyaviy barqarorligini tahlil qilish uchun quyidagi ko‘rsatkichlardan foydalanishni tavsiya qilganlar:

- o‘zlik manbalar koeffisiyenti;
- o‘zlik va majburiyatlar nisbati;
- chaqqonlik koeffisiyenti;
- haraktchan va harakatsiz mablag‘lar nisbati;
- qisqa muddatli qarzlar koeffisiyenti;
- zahira va xarajatlarni shakllanishida mustaqil manbalar koeffisiyenti;
- kreditorlik qarzlar koeffisiyenti;

A.F.Ionova quyidagi moliyaviy koeffisiyentlarni tavsiya etgan:

- o‘zlik kapitalining jamlanganlik koeffisiyenti;
- uzoq muddatli majburiyatlarning tarkibiy koeffisiyenti;
- o‘zlik kapitalining chaqqonlik koeffisiyenti;
- qarzlarni uzoq muddatga olish koeffisiyenti.

O‘zbekistonda ham iqtisodiy tahlilga va uning ayrim sohalariga bag‘ishlangan adabiyotlar, ilmiy risola va maqolalar chop etilgan. Bevosita korxonalarning moliyaviy holatiga bag‘ishlangan nufuzli ishlardan biri E.A.Akramov tomonidan chop etilgan “Korxonalarning moliyaviy holatini tahlili” o‘quv qo‘llanmani e’tirof etish joiz. Ushbu ishda muallif moliyaviy barqarorlikni ikki tizimli ko‘rsatkichlarga umumlashtirishni tavsiya etgan:

I . Asosiy ko‘rsatkichlar:

O‘zlik mablag‘larining manbalari.

O‘zlik mablag‘larining manbalari va uzoq muddatli passivlar.

3)Umumiy manbalar – o‘zlik mablag‘larining manbalari, uzoq muddatli va boshqa passivlar.

II. Qo‘shimcha ko‘rsatkichlar:

1)Aylanma mablag‘larning o‘z manbalari bilan ta’minlanganlik koeffisiyenti.

2)Majburiyat va o‘z manbalar nisbat koeffisiyenti.

3)Moliyaviy qaramlik koeffisiyenti.

4)O‘zlik kapitalning chaqqonlik koeffisiyenti.

5)Moliyalashtirish koeffisiyenti.

6)Kapitalni qarzga olish koeffisiyenti.

Iqtisodchi olim M.Q.Pardayev, B.I.Isroilovlar tomonidan chop etilgan “Iqtisodiy tahlil” o‘quv qo‘llanmada moliyaviy barqarorlikni ifodalovchi ko‘rsatkichlarni 5 guruhga bo‘linadi:

1.Xususiy mablag‘lar bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar.

2.Chetdan jalb qilingan mablag‘lar bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar.

3.Harakatdagi mablag‘lar bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar.

4.Aylanma mablag‘lar bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar.

5.Asosiy vositalardan foydalanish bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar.

Moliyaviy tahlilga bag‘ishlangan adabiyotlardan biri I.T.Abdukarimov tomonidan chop etilgan “Moliyaviy hisobotni o‘qish va tahlil qilish yo‘llari” nomli risoladir. Ushbu risolada mustaqillik, moliyaviy barqarorlik va moliyaviy qaramlik koeffisiyentlarini moliyaviy barqarorlikning asosiy ko‘rsatkilari sifatida tavsiya etilgan. Moliyaviy barqarorlikni ko‘rsatkichlar tizimini taqqoslaydigan bo‘lsak, ular orasida katta farqni sezish mumkin.

Uzoq muddatli istiqbol nuqtai nazaridan korxona faoliyatining barqarorligi, korxona iqtisodiyotining tashqi kreditorlar va iyvestorlarga bog‘liqlik darajasi moliyaviy barqarorlik mezoni hisoblanadi. Korxonaning o‘zining shu vaqtga bo‘lgan qarzlari bilan hisob-kitob qilish qobiliyatini tavsiflovchi balans likvidligidan farqli o‘laroq, moliyaviy barqarorlik – korxonaning to‘lovga doimo layoqatliligini kafolatlovchi muayyan holatdir.

Xo‘jalik faoliyati natijasida korxonaning to‘lov qobiliyati qisqa davr mobaynida o‘zgarishi mumkin, ammo moliyaviy barqarorlik ko‘rsatkichlari ancha barqaror bo‘lib, ular bunday davr ichida deyarli o‘zgarmaydi. Korxonaning moliyaviy barqarorligini tahlil qilishda ularni tavsiflovchi ko‘rsatkichlarni hisoblab chiqish, ularni bir yil yoki bir necha yil uchun dinamikada qiyoslash, ularning yomonlashish yoki yaxshilashish sabablarini aniqlash, moliyaviy holatni yaxshilashga oid aniq tavsiyalar ishlab chiqish kerak bo‘ladi. Moliyaviy barqarorlik koeffisiyentlarining ahamiyati asosan kreditorlar uchun muhim ahamiyat kasb etadi, zero ushbu koeffisiyentlar orqali ular korxonaning chet el sarmoyalariga qaramlik darajasini, moliyaviy holatining barqarorligini, bankrot (sinish) ehtimolini hamda investisiya siyosatini yurgizish variantlarini aniqlaydilar.

Korxonalarni moliyaviy barqarorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlarni tahlil qilish usulini quyidagi jadvalda havola qilamiz. Tadqiqotlar natijasida korxona moliyaviy barqarorligini ta’minlash bo‘yicha quyidagi amaliy tavsiyalarni berish mumkin:

Korxona moliyaviy barqarorligini ta’minlash uchun xususiy kapitalning ko‘payishi, undan samarali foydalanish lozim. Korxona xususiy kapitalining ko‘payishi birinchi marta ta’sischilar hisobidan

tashkil topgan Nizom jamg‘armasi orqali ta’minlasa, keyinchalik korxona faoliyati davomida olingan foydadan ajratmalar evaziga ko‘paytirib borish mumkin. Shu tufayli xususiy kapitalni ko‘paytirish uchun, eng avvalo, korxona foydasini ko‘paytirib borish mumkin. Korxonaning foydasi har qanday xo‘jalik faoliyatining natijasi bo‘lib qolmasdan, balki samarali faoliyat natijasidir. Moliyaviy barqarorlikni ta’minlashning asosiy yo‘llaridan biri korxona debitor qarzlarini ko‘paytirmaslik chorasini ko‘rishdir. Hozirgi paytda juda ko‘p firmalar va korxonalar moliyaviy jihatdan barqaror emas.

Bunday subyektlar bilan iqtisodiy munosabatda bo‘lish ehtiyotkorlikni talab qiladi. Ularga tovar berish, pul o‘tkazish harakatdagi mablag‘ni o‘lik mablag‘ga aylantirish bilan barobar. Shu tufayli bunday xo‘jalik operasiyalarini sodir qilishdan oldin hamkor subyektlar moliya-xo‘jalik faoliyatini ham chuqur o‘rganishni talab qiladi.

Moliyaviy barqarorlikni ta’minlashda chetdan jalb qilingan mablag‘lar, xususan bank kreditining ham o‘rni katta. Korxonaning moliyaviy potensiali tarkibida chetdan jalb qilingan mablag‘lar hissasi kamayib borishi lozim. Bank krediti foiz yuqori bo‘lib turgan hozirgi sharoitda har bir korxona imkoni boricha undan kam foydalanishi maqsadga muvofiqdir. Ish barqarorlashib, ishlab chiqrish faoloiyati bir me’yorga tushgan paytdagina bank kreditidan foydalanish ma’lum darajada yaxshi natija berishi mumkin. Shu tufayli moliyaviy barqarorlikni ta’minlash uchun bank kreditidan foydlanish vaqtini, uning hajmini ham bilishni talab qiladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida, korxonaning moliyaviy qaram bo‘lib qolishiga yo‘l qo‘ymaslik lozim. Bu holat erkin raqobat sharoitida yanada muhimdir. Shu tufayli korxona rahbarlari korxonani moliyaviy qaramlikdan saqlash orqali uning barqarorligini ta’minlash chora-tadbirlarini ko‘rishi maqsadga muvofiqdir.

15.4. Korxonalarda inqiroz holatlarining kelib chiqish sabablari

Inqirozga qarshi boshqaruvda korxonadagi inqirozni yuzaga kelishiga sababni topmasdan va uni turini aniqlamasdan turib u bilan

kurashish samara bermaydi. Demak, inqirozga qarshi boshqaruvning eng birinchi sharti uni vujudga keltirgan sababni o‘rganishdan boshlanadi.

Ko‘plab iqtisodchilar korxona miqyosidagi inqirozlarning sababi marketing sohasidagi kamchiliklardan paydo bo‘lishini ta’kidlaganlar. Korxonaning ishlab chiqarish va bozor faoliyati o‘rtasidagi ma’lumot almashinuvining buzilishi yoki uzilishlar u yoki bu darajadagi muammolarni paydo bo‘lishiga olib keladi. Bu muammolar ishlab chiqarilgan mahsulotlarning turib qolishi, aylanma mablag‘larning aylanuvchanligini pasayishi, pul oqimining yetarli emasligi kabilarda hosil bo‘ladi. Natijada korxona faoliyatiga inqiroz havf sola boshlaydi.

Inqirozni vaqtida oldi olinmasa, o‘zidan keyin boshqa inqirozlarni ham multiplikasiya ko‘rinishida shakllantiradi. Shu nuqtai nazardan olib qaraganda, inqirozni vujudga keltiruvchi sabablar ko‘p bo‘lib, eng katta sabab inqirozni o‘zi hisoblanadi. Inqirozga olib keluvchi sabablarni turkumlansa, xususiylarini aniqlash mumkin.

Lekin olimlar o‘rtasida inqirozga olib keluvchi sababalar turkumini belgilab olishda yagona nuqtai nazar keltirilmagan. Chunki, inqirozlarning sababi bir xil bo‘lmaydi. Inqirozlar to‘planib qolgan xato va kamchiliklar hisobiga paydo bo‘ladi. Shuning uchun bitta tan olingan sabablar tizimi keltirilmagan. Bu fikrni Rossiyalik iqtisodchi olimlar[39] o‘z ilmiy ishlarida tasdiqlab o‘tishgan. Shuningdek, inqirozga olib kelgan sabab oqibatini tahlil qilishda aniqlanadi. To‘g‘ri ba’zi inqirozlarni iqtisodiy jarayonlarning borishiga qarab oldinidan taxmin qilish mumkindir, lekin inson omili bilan bog‘liq inqirozlarni bu kabi bashoratlab bo‘lmaydi. Ularni faqatgina oqibati natijasida aniqlanadi.

Inqiroz sabablarini o‘rganishda ba’zi olimlar [40] uni to‘lovga qobiliyasizlikning kelib chiqishi deb ta’riflaydilar. U holda, uning sababi ishlab chiqarish va bozor o‘rtasidagi nomutanosiblik emas, balki majburiyatlarni aktivlardan ortib ketishida namoyon bo‘ladi. Unda

[39] Бабушкина Е.А. Антикризисное управление : конспект лекций / Е.А.Бабушкина, О.Ю.Бирюкова, Л.С.Верешагина. – М.:Ексмо, 2008. – 160с. – (Экзамен в кармане).

[40] Жарковская Елена Павловна. Антикризисное управления: Учебник – 4-е изд., - М.: Омега – 2007.– 365 с.

e’tibor korxona moliyasini izdan chiqishiga qaratilib moliyaviy jarayonlarning tuzilmasi o‘rganiladi.

To‘lovga noqobillik yoki inqiroz sabablari deb ajratish to‘g‘riligi haqida mushohada yuritib aytish mumkinki, korxonaning to‘lovga layoqasizlikka tushib qolishi inqiroz hisoblanadi. Bu inqirozning dastlabki bosqichidir. Negaki, korxonalarning iqtisodiy-moliyaviy faoliyati tashxislanayotganda asosan to‘lovga layoqasizlik tahlil qilinadi. Balki shu sababdan ham to‘lovga layoqasizlik sababi deyilar. Unda sabablarni o‘zini ikki turkumga bo‘lib o‘rganish zarurati vujudga keladi: to‘lovga layoqasizlik sababi; inqiroz sababi. Agarda korxona to‘lovga layoqatliligi tiklanmasagina inqiroz sabablari o‘rganiladi. Inqiroz yoqasidagi korxona o‘zini tiklab olsa, u holda to‘lovga layoqasizlik sabablari o‘rganilgan bo‘ladi. Lekin bunday tushunish o‘zak tushunchadan fikrni uzoqlashtiradi. Masalani tub mohiyatiga yetish uchun ishlab chiqarishni turib qolishi foydani kamaytiradi va oqibatda majburiyatlar to‘lovini kechiktiradi deb izohlasa bo‘ladi. Ammo inqirozni boshqa sabablari ham borki, ular faqatgina ishlab chiqarish bilan bog‘liq emas. Ular ham majburiyatlarni vaqtida bajarilishiga to‘sqinlik qiladi va barcha sabab to‘lov layoqatini pasayishi va oqibatda inqirozni vujudga keltiradi. Shu sababdan ham, menejment nuqtai nazaridan inqiroz sabablari, tahlil nuqtai nazaridan to‘lovga layoqasizlik sabablari deb atash maqsadga muvofiqdir.

Korxonalarni inqirozga olib keluvchi sabablar shaxslarning ta’siriga bog‘liq holda obyektiv va subyektiv turlarga bo‘linadi. Obyektiv sabablar ko‘proq tabiiy holatda yuz beradigan inqirozlarni shakllantiradi. Masalan, korxona tomonidan ishlab chiqilgan mahsulotni urfdan qolishi, fan texnika taraqqiyotida orqada qolish va sh.k. Subyektiv sabablar insonning ta’siri natijasida ataylab yoki suniy ravishda inqirozni uyushtirish tushuniladi.

Inqirozga olib keluvchi sabablarni korxona ta’sir doirasidaligiga qarab tashqi va ichki turlarga ham bo‘lish mumkin. Ichki sabablar korxonaning qaror qabul qilish qamrovi bilan o‘lchansa, tashqi sabablar korxona ta’sir doirasidan tashqarida bo‘lib ularni boshqarib bo‘lmaydi.

Inqirozga olib keluvchi ichki sabablarga quyidagilarni kiritish mumkin:

Birinchidan, kadrlar malakasini pastligi. Bu omil korxonani kadrlari bilan bog‘liq muammolarni vujudga keltiradi. Xozirgi kunda juda ko‘plab Farg‘ona viloyatidagi yengil sanoat korxonalarida marketing tadqiqotlari, amaliyotga asoslangan biznes-rejalar tuzish, boshqaruv faoliyatini samarali yo‘lga qo‘yish, ishlab chiqarish jarayonini rekonstruksiya qilish yoki bozor talablariga mos qayta qurollantirish va shu kabi ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq tadbirlarni amalga oshirishda mavjud korxonalardagi kadrlar malakasini va kvalifikasiyasini pastligi to‘sqinlik qilmoqda. Natijada, investisiya yangi kiritilgan korxonalar ham ichki boshqaruvda malakaning yetishmasligi oqibatida inqirozga yuz tutmoqda;

Ikkinchidan, mehnat intizomining yomonligi. Korxona ishlab chiqarish jarayonida eng katta va ahamiyatli ulushni asosiy ishlab chiqarish bilan shug‘ullanuvchi mehnat jamoasi egallaydi. Bu jamoa – asosiy vosita va xom ashyoni o‘zaro harakatga keltirib mahsulot ishlab chiqaradi. Shu sababli ham korxonalarda mehnat jamoasidagi tartib buzarliklar va ishga layoqasizlik bilan yondoshish, guruhbozlik, ishga vaqtida kelmaslik va erta ketish kabi illatlar jamoadagi ijobiy ruhiy muhitni buzadi va natijada ishchilar o‘rtasida ishga bo‘lgan qiziqish yomonlashadi. Bu kabi omillar korxonadagi mehnat intizomini buzilishiga yaqqol misol bo‘la oladi. Bu hol faqatgina mahsulot ishlab chiqaruvchi ishchilar o‘rtasidagina emas, balki, ma’muriyat hodimlari o‘rtasida ham sodir bo‘ladi va vaqtida oldini olmaslik keyinchalik korxonani talon-taroj bo‘lib ketishiga ham sabab bo‘ladi.

Uchinchidan, mahsulot sifatining yomonligi. Korxona bozorda va raqobatchilar ichida muvaffaqiyatli faoliyat ko‘rsatishi ishlab chiqarilayotgan mahsulotni haridorgirligi va sifatiga bog‘liq. Agarda mahsulot sifati yomon bo‘lsa, korxona mahsulotiga bo‘lgan talab pasayadi, natijada aylanma mablag‘larning aylanuvchanligi susayib bu keyinchalik korxonaga naqd pul mablag‘larnini etishmasaligiga sabab bo‘ladi. So‘ng korxonada tayyor mahsulotni ushlab turish bilan bog‘liq xarajatlar ko‘payadi, majburiyatlar summasi ortib boradi va korxonani

to‘lov qobilligi pasayib bankrotlik alomatlari vujudga keladi. Bu holat ham xozirda Farg‘ona viloyatidagi engil sanoat korxonalarida, ayniqsa payafzal ishlab chiqaruvchi korxonalarda ko‘zga tashlanmoqda. Texnka-texnologiyaning eskiligi, mahsulot sifatining yomonlashishiga sabab bo‘lmoqda va korxonalarimizni raqobatda chet davlatlarining mahsulotlarga bozorni boy berib qo‘yishlariga olib kelmoqda;

To‘rtinchidan, ishlab chiqarishda braklarni va chiqindilarni ko‘payib ketishi. Ishlab chiqarishda brak va chiqindilar ko‘proq ishlab chiqarish texnologiyasi noto‘g‘ri tanlanganda va ishchilarning malakasi past bo‘lganda vujudga keladi. Bu holat ishlab chiqarish xarajatlarini ortishiga, korxonaning pirovard natijasi bo‘lgan sof foydani kamayishiga rentabellikni tushib ketishiga sabab bo‘ladi;

Beshinchidan, ishlab chiqarish texnika-texnologiyasining eskiligi. Ishlab chiqarish quvvatlarining eskiligi va ularni yangilash muammosi xozirgi kunda sobiq ittifoqdan ajralib chiqqan davlatlarda kuzatilmoqda. Boshqa bozor iqtisodiyotiga erta qadam qo‘ygan davlatlarda esa ishlab chiqarishini yanada o‘stirish maqsadida inson ongiga ruhiy ta’sir masalalariga e’tibor qaratilmoqda. Bizda ham eng katta muammolardan biri – texnika-texnologiyaning eskiligi muammosi bo‘lib u boshqa salbiy holatlarni ham vujudga keltirmoqda;

Oltinchidan, norentabel ishlab chiqarish darajasining o‘sishi. Norentabel ishlab chiqarish darajasini o‘sishi o‘z navbatida rentabellikni va ishlab chiqarishning samaradorligini pasaytiradi. Bu holat ham yuqoridagi omillar natijasida sodir bo‘ladi;

Yettinchidan, kreditorlik qarzdorlikni ortib ketishi va ularni qaytarish imkoniyatining mavjud emasligi. Bu ichki sababni korxona moliyasini o‘quvsiz boshqarish deb atasa bo‘laveradi. Mahsulotning bozorda sotilmasligi korxona aylanma mablag‘larini aylanuvchanligini pasaytirishi haqida so‘z yuritilgan edi. Ayni shu jarayon, korxonada naqd pul muammosini vujudga keltiradi va qarzdorlik massasini ortib ketishiga sabab bo‘ladi. Bundan tashqari qarzdorlik massasini ortib ketishiga tashqi sabablar ham mavjud bo‘lib, ulardan biri davlatning valyuta-kredit siyosatini natijasida milliy valyuta kursini chet el valyuta kursiga nisbatan pasayib ketishidir.

Inqirozga olib keladigan tashqi sabablar korxonaning boshqaruv muhiti va imkoniyatidan tashqarida sodir bo‘lib, ularni boshqarishni deyarli imkoniyati yo‘q. Faqatgina korxona ichki imkoniyatlarini ishga solib ularga nisbatan immunitet hosil qilishi mumkin. Shu sababli ham, korxona tashqi muhitni esdan chiqarmasdan uni doimo kuzatib borishi va har qanday holatga tayyor turish maqadga muvofiqdir.

Inqirozga olib keluvchi tashqi sabablarga quyidagilar kiradi:

birinchidan, bozordagi raqobat. Bozorda raqobatning kuchayishi korxona faoliyatini passivlashtiradi va aylanma mablag‘larni aylanuvchanligini susaytiradi. Korxona boshqa raqobatchilarini boshqara olmaydi, bozorda mag‘lub bo‘lmasligi uchun esa ichki imkoniyatlarni ishga solishga to‘g‘ri keladi;

ikkinchidan, bozor narxlarini tannarxdan pasayib ketishi. Mahsulot narxini bozorda tannarxdan pasayib ketishi raqobatchilar tomonidan demping qo‘llanilayotganligini bildiradi. Bu esa korxonani ma’lum davr zararga faoliyat ko‘rsatishga majbur qiladi.

uchinchidan, haridorlarni e’tiboridan chetda qolish. haridorlarni e’tiboridan chetda qolishni sabablari ko‘p ulardan biri reklama faoliyatini mukammal yo‘lga qo‘yilmaganligi bo‘lsa, ikkinchisi, mahsulot sifatini yomonlashuvi. Bu holat haridorlarga ta’sir yuzasidan tashqi sabab, lekin korxona sifati va reklama faoliyatini boshqarish yuzasidan ichki sababdir;

to‘rtinchidam, korxona faoliyatiga qarshi qonunchilikning shakllanishi. Bunday holat kamdan kam uchraydi. Qachonki korxona aholi va davlat manfaatlariga zid bo‘lgan mahsulot ishlab chiqarsa yoki xizmat ko‘rsasa, unga nisbatan davlat tomonidan qarshi qonunchilik joriy etilishi mumkin va (yoki) monopoliyaga qarshi qonunchilik;

beshinchidan, davlat pul-kredit siyosatini yomonlashuvi va valyuta kursidagi salbiy farqni o‘sib ketishi. Pul-kredit siyosatini yomonlashuvi xorijiy valyutada kredit olgan yoki xorijiy davlatlardan mahsulot sotib oladigan korxonalarni faoliyatiga jiddiy moliyaviy havfni soladi. Chunki ular valyuta kursini pasayshi va xorijiy valyutani kursini ortishi hisobiga valyuta kursidan katta zarar ko‘radilar. Bunday holatda korxonani jami

aktivlari majburiyatlarni qoplash evaziga yemirilib ketish havfi ostida qoladi;

oltinchidan, xom ashyoning sifasizligi. Xom ashyoni sifasizligi hamkor korxonalarni faoliyati bilan bog‘liq holda bo‘lib korxona buni boshqara olmasada bundan qutilishi mumkin. Chunki, sifatsiz xom ashyo mahsulot sifatini pasaytiradi va ishlab chiqarishda braklarni ko‘payib ketishiga ta’sir qiladi;

Yettinchidan, eng kam ish haqini ko‘tarilishi. Minimal ish haqini ham ko‘tarilishi korxonaning borshqaruv jarayonidan tashqarida bo‘lib, uni davlat miqyosida ko‘tarilishi korxona xarajatlarini oshirishiga majbur qiladi. To‘g‘ri, eng kam ish haqi faqat davlat byudjetidan moliyalashtiriladigan tashkilotlarning ishchilariga belgilansada, boshqa korxonalar ham majburiy ravishda uni oshiradilar. Chunki, oshirmasalar ishchilar tomonidan turli xil noroziliklar va ish tashlashlar bo‘lishi va keyinchalik ham baribir oshirishga majbur bo‘lishlari mumkin;

sakkizinchidan, transport xarajatlarini ko‘tarilishi. Transport xarajatlari soliqlar, to‘lovlar yoki yoqilg‘i narxlari ko‘tarilganda ortadi. Bu korxonani mahsulot tannarxini ortishiga yoki boshqa xarajatlarni ortishiga sababchi bo‘ladi va natijada korxona yo narxni ko‘taradi yoki xarajatlarni sof foydani ma’lum qismini kechishi evaziga qoplaydi;

to‘qqizinchidan, iqlimni yomon kelishi va korxona mavsumiyligi ritmini buzilishi. Agar korxona mavsumiy mahsulot ishlab chiqarsa unga yillik iqlimni qanday kelishi juda ham muhim. Chunki, iqlimni yomon kelishi ayniqsa agrosanoat majmuasi tarkibiga kiruvchi korxonalarga yoki shu kabi faoliyat ko‘rsatuvchi boshqa tarmoqdagi korxonalarga juda jiddiy ta’sir qilishi mumkin;

o‘ninchidan, debitorlik qarzdorlikni kutilmaganda o‘sib ketishi va qaytishini kechikishi. Ko‘p korxonalarning rivojlanishi o‘zaro zanjir sifatida bir-biriga bog‘liq bo‘ladi. Chunki, hech qaysi korxona oldindan to‘lov evaziga bozorda samarali faoliyat ko‘rsata olmaydi.

15.5. Korxona moliyaviy natijasiga salbiy ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillar. Korxonalarda moliyaviy sog‘lomlashtirish masalalari

Korxonalarga ichki omillar, shuningdek tashqi omillar ta’sir qilishi mumkin. Ichki omillar tashkilot tomonidan boshqarilishi mumkin bo‘lgan biznes ichidagi omillardir. Ichki omillar biznesning faoliyatiga ijobiy va salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Asosiy ichki omillar korporativ madaniyat, kadrlar, moliya va texnologiyalardir.

Korporativ madaniyat nima? Bu shuni anglatadiki, tashkilotdagi munosabatlar, e’tiqod, qadriyatlar va firmaning me’yorlari ko‘rinadigan va ravshan va ularning barcha xodimlari tomonidan yorqin va ular bilan baham ko‘rish usulini anglatadi. Korporativ madaniyatning misollarini quyidagilardan topish mumkin:

Xodimlar formasi

Korporativ logotip va ranglar sxemasi

Missiya bayonoti

Korxona siyosati

Xodimlar uchun rag‘batlantirish va mukofotlar

Kadrlar tayyorlash va rivojlantirish

Xodimlar uchun jamoa.

Korporativ madaniyatning afzalliklari qanday?

1. **Xodimlar**. Xodimlar o‘zlarini firmaga tegishli ekanliklarini his qilishadi va bu ularning sadoqatini oshiradi. Natijada kamroq xodimlar ketishadi. Xodimlar ko‘proq his qilishlari va agar u o‘z madaniyatida mukammallikni yoki sifatni targ‘ib qilsa, firma uchun ishlashni xohlashadi. Bu xodimlarning motivatsiyasini kuchaytirishi mumkin, chunki ular muvaffaqiyatli yoki innovatsion korxonaning bir qismi sifatida ko‘rishni hohlashadi. Korxonaning qadriyatlari yuqori sifatli xodimlarni jalb qilishi mumkin, natijada yuqori sifatli xizmat yuzaga keladi.

2. **Xaridorlar.** Korporativ identifikator mijozlar tomonidan ko‘riladi va korxona brendi bilan bog‘liq bo‘ladi. Mijozlar standart va madaniyat haqida xabardor bo‘lishlari mumkin, bu esa foydani oshirishi mumkin. Masalan, animatsion studiyadagi ijodning kuchli korporativ

madaniyati, mukammallik, doimiy obodonlashtirish va innovatsiyalarga ega. Korxona faqat o‘z xodimlariga keyingi blokbasterlari uchun g‘oyalarni pozitsiyasiga sarflashga imkon beradi.

Korporativ madaniyatni rivojlantirish xarajatlari qanday?

- biznesning korporativ madaniyatini rivojlantirish yoki o‘zgartirish uchun ko‘p vaqt talab qilishi mumkin.
- ish tashkil etilganida eng muvaffaqiyatli korporativ madaniyatlar ko‘pincha yaratiladi. Korxonaning korporativ madaniyatini taqqoslash qiyin bo‘lishi mumkin.
- hamma xodimlar ham biznesning korporativ madaniyati bilan o‘zlarini qulay his qilishadi. Bu biznes ichidagi kamchilikka olib kelishi mumkin.

3. **Inson resurslari**. Inson resurslari biznes tashkilotida ishlaydigan odamlar bilan bog‘liq. Biznesning ishlashi, u uchun ishlaydigan odamlarning sifati va ta’siri ta’sir qiladi.

Inson resurslari uchun kadrlar:

- Menejerlar
- Xodimlar

Menejerlar biznesga ta’sir qilishi mumkin:

Qaror qabul qilish - yaxshi qarorlarni qabul qilish samaradorlikni oshirishi, foydani oshirishi va biznesni rivojlantirish mumkin. Yomon qarorlar xodimlarga mijozlarning buzilishi va shikoyatlarini yo‘qotishiga olib kelishi mumkin.

Siyosatni yaratish - menejerlar xodimlarni rag‘batlantirish va real maqsadlarni qo‘yish uchun siyosat olib borishadi.

Xodimlarni yollash va otish - menejerlar yangi xodimlarni yollash va boshqalarni qo‘yib yuborish. Xodimlar bilan baholash, menejerlar o‘z xodimlarini samarali ishlayotganligini ta’minlashlari kerak.

Xodimlar biznesga ularning ta’siriga ta’sir qilishi mumkin:

- unumdorlik
- mijozlarni qondirish qobiliyati
- g‘ayritabiiy
- ish / mahorat to‘plamini bajarish qobiliyati
- o‘rgatish

- Sanoat harakatlari
- motivatsiya
- mavjudlik

Ushbu ta’sirning har bir sohalarining har biri ijobiy yoki salbiy biznesga ta’sir qilishi mumkin. Yomon ishchilar ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar ishlab chiqarilmoqda va mijozlarga kam ishtiyoq keltiradi. Yomon ishchilar xodimlarining qisqa va uzoq muddatli ta’siri savdoga va biznesning obro‘siga salbiy ta’sir qiladi.

Tashqi omillar nima? Tashqi omillar biznesga ta’sir qiladigan tashkilotdan tashqaridagi kuchlarni o‘z ichiga oladi. Oltita asosiy tashqi omillar, uchastka, iqtisodiy, ijtimoiy-madaniy, atrof-muhit va huquqiy omillar uchun mo‘ljallangan zararkunanda qisqartmasidan foydalanib eslab qolish mumkin.

Siyosiy omillar hozirgi kunda hukumat lavozimlarini kim egallab turgan qoidalar yuzasidan o‘zgarishlar kiritilgan. Ushbu biznes iqtisodiyotda erkin ish olib borishi mumkin. Ba’zi misollar savdo siyosat va soliq siyosatini o‘z ichiga oladi.

Iqtisodiy omillar tashkilotning bozorda ishlashiga ta’sir qiladi va foiz stavkalari, bandlik darajasi va bir martalik daromadlar kabi omillarni o‘z ichiga oladi.

Ijtimoiy-madaniy mavzular korxona o‘z mahsulotini iste’molchilarga qanday qilib reklama qiladi. Ushbu omillar demografik va madaniy tendentsiyalarni o‘z ichiga olganligi sababli, korxona ushbu omillarga asoslanib maqsadli auditoriyani jalb qilish uchun qulay o‘ringa ega.

Umumiy muhitda texnologik omillar tegishli biznes va ularning yaxshi ishlash qobiliyatiga ta’sir qilishi mumkin. Ba’zi texnologiya boshqa texnologik yutuqlar tufayli yo‘q bo‘lib ketganda, korxonaning eskirgan texnologiyalarni sotish qobiliyatiga tubdan ta’sir qiladi.

Atrof-muhit omillari. Ta’mirlash ishlari olib borilayotgan mahsulotlar tarmog‘i. Iqlim va tabiiy ofatlardagi o‘zgarishlar va toza energiya bo‘yicha tendentsiyalar, biznesning ishlash tarzi bilan bog‘liq bo‘lgan tanlovlarga ta’sir qiladi.

Huquqiy omillarga esa qonunlar va qoidalar kiradi.

Quyida har bir tashqi omilga misollar keltirilgan:

Siyosiy omillar: Savdo tariflarining siyosiy idoralarining o‘zgarishi tufayli o‘zgarishlar biznesning chet elda chiqish qobiliyatiga ta’sir qiladi.

Iqtisodiyot omillari: Iqtisodiyot tanazzulga kirganida, ishsizlik darajasi o‘sib boradi, natijada past darajadagi daromadning pastligi. Natijada, ahamiyatsiz narsalarni sotadigan korxonalar azob chekishi mumkin.

Ijtimoiy omillar: iste’molchilar ko‘proq sog‘lig‘ini o‘ylashadi, chunki korxonalar o‘z mahsulotlarini, qanday qilib kaloriyalar, shakar qo‘shilishi, qanday qilib shakar qo‘shilishi va boshqacha bo‘lishlari mumkinligini bildirib, o‘z mahsulotlarini boshqacha reklama qilishadi. Agar maqsadli auditoriya sog‘lom bo‘lmagan bo‘lsa, bu qo‘llanilgan reklama usuli bo‘lmaydi.

Texnologik omillar: Jamiyat VHS lentalaridan DVD-ga, VHS pleerlari va lentalarga tezda eskirgan bo‘ladi. Ushbu mahsulotlarni sotishda davom ettirish uchun ular omon qolishni davom ettirish uchun, ular yangi talabni qondirish uchun butun ish va mahsulot strategiyasini o‘zgartirishlari kerak.

Atrof-muhit omillari: iste’molchilar toza energiyani istashga intildilar, korxonalar ekologik energiyani tanlash uchun energiya usullarini o‘zgartirish uchun investitsiyalar zanjiriga sarmoya kiritadilar.

Huquqiy omillar: FDA va uni bozorda oziq-ovqat va dori-darmonlarni tartibga solish. Agar giyohvand moddalar yangi dori-darmonlarni ishlab chiqishga pul ishlab chiqaradigan bo‘lsa va FDA buni tasdiqlamaydi, bu biznesni qattiq xafa qiladi.

Ichki atrof-muhit omillari korxonaning kuchli va zaifligini, o‘z navbatida, uning rivojlanishiga va korxonaning barcha faoliyatiga ta’sir qiladi. Korxona o‘z vazifalariga erishish uchun biznes jarayonlariga ta’sir etuvchi ichki omillarni boshqarishga qodir. Kapital boshqaruv qarorlarni qabul qilish jarayonining eng muhim elementlaridan biridir. Ichki omillar, kapital va uning narxi to‘g‘risidagi ma’lumot bilan bog‘liq bo‘lgan samarali moliyaviy qarorlar korxonaning barqaror rivojlanishi bilan bog‘liq.

Qo‘llab-quvvatlaydigan kapitalning narxiga ta’sir etuvchi aniq ichki omillarga bag‘ishlangan ko‘plab ilmiy ishlar olib borilmoqda. Odatda, xalqaro olimlar tomonidan tahlil qilinadigan ichki omillar va ularning ta’sirini korporativ oshkor qilish, korporativ boshqaruv, ijtimoiy ishlash va boshqa moliyaviy bog‘liqlik kabi bir nechta guruhlarga bo‘lish mumkin. Axborot va uning assimetriyasi kapital va boshqa omillar narxi o‘rtasidagi muhim bog‘liqlikdir.

Samarali moliyaviy menejment har qanday kichik biznes uchun muvaffaqiyat kalitidir. Biznes egalari daromadlar, xarajatlar va qarzlarni muvozanatlashda, tashkilotning moliyaviy barqarorligi va o‘sishini ta’minlaydigan tarzda tartibga solish kerak.

Korxonalar umumiy iqtisodiyotning turli jihatlaridan moliyaviy xavf ostida bo‘lishi mumkin. Iqtisodiyotda zaiflik, muayyan bozorlar, sanoat yoki demografik guruhlar ma’lum bir tovarlar yoki xizmatlarga bo‘lgan talabning to‘satdan pasayishiga olib keladi, chunki kichik biznesni ular kutganidan kamroq pul bilan qoldiradilar. Talabning salbiy siljishlari narxlarning butun sanoatini pasaytirishga, barcha korxonalarni daromad chegarasini tezda pasaytirish va daromad keltiradigan ma’lumotlarning zaifligini pasaytirishga olib kelishi mumkin.

Iqtisodiy xavf omillari tashkilot ichidagi boshqaruvsiz jarayon tufayli yuzaga kelishi mumkin. Kreativ korxonalar iqtisodiy ahvolni o‘zgartirish uchun mahsulot takliflari va biznes modellarini moslashtirish usullarini topadilar va o‘z qarzlarini to‘laydilar va izchil moliyalashtirish asosida yangi moliyalashtirishni olishadi.

Korxona ishbilarmonlik mijozlarining kuchi kreditlar, debitorlik to‘lovlarining ishonchliligini belgilaydi. Agar katta mijoz o‘z eshiklarini yopayotgan bo‘lsa yoki to‘lovni to‘lashdan bosh tortsa, sizning biznesingiz o‘z majburiyatlarini bajara olmaydi. Bu hozirgi xarajatlarini qondirish uchun tezkor debitorlik to‘lovlariga ishonadigan korxonalar uchun jiddiy moliyaviy xavf tug‘dirishi mumkin. Agar sizning biznes modelingiz oldingi oldindan to‘lovlar va debitorlik qarzini olib kelsa, o‘zingizning old biznesingiz ulushini bir yoki ikki oy davomida yomon holatga aylantirilsa, oldingi biznesingizning ulushini oshiring. Agar sizning biznesingiz to‘liq debitorlik qarzlariga tayansa, to‘lovni amalga

oshirib kelmasa, uch oylik hozirgi xarajatlarini bajarishga bag‘ishlangan naqd zahirani quradi.

Huquqiy xavflar. Soliq qonunchiligidagi o‘zgarishlar va sanoat qoidalari kichik biznesning foyda chegaralarida oziqlanishlari mumkin. Korxonalar qarz majburiyatlarini bajara olmasliklari mumkin, ya’ni yangi xavfsizlik tizimlarini majburiy ravishda o‘rnatish yoki uglerod chiqindilariga katta soliqlar to‘laishidir. Normativ va soliq o‘zgarishi natijasida, kutilmagan majburiyatlarni qoplash va kutilayotgan soliq o‘zgarishlaridan xabardor bo‘lish odatiy xavfni kamaytirishga yordam beradi. Taqiqlangan mahsulotlar holatida, korxonalar odatdagi tovarlar yoki biznes modellarini omon qolish uchun tezda o‘zgartirish uchun moslashishi kerak.

Ishlash xavfi. Yagona mulkdorlar korxonaning barcha moliyalashtirish manbaalari uchun shaxsiy javobgarlikni o‘z zimmalariga olishlari lozim. Agar korxona o‘z eshiklarini yopsa, biznes egasi jiddiy moliyaviy muammolarga duch kelishi mumkin, ehtimol shaxsiy bankrotlikka ham uchrashi mumkin. Muvaffaqiyatsizlik xavfi – bu tadbirkorlar ishonch va ehtiyotkorlik bilan duch kelishlari mumkin bo‘lgan haqiqatidir. Ochiq muvaffaqiyatsizliklardan tashqari, korxona daromadlari ma’lum chorakning yoki yilning kutilganidan tashqari qarzlarni to‘lash uchun sarflanishi mumkin. Bu o‘z-o‘idan korxona daromadldrining kamayishiga olib keladi.

Tayanch so‘z va iboralar

Balans qiymati, joriy majburiyatlar, inqiroz, korxona passivlari, debitorlik qarzlari

Nazorat uchun savollar

1. *Korxonalarda inqiroz holatlarini baholovchi moliyaviy ko‘rsatkichlar.*
2. *Korxonalarda inqiroz holatlarining kelib chiqish sabablari.*
3. *Korxona moliyaviy natijasiga salbiy ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillar.*

4. *Korxonalarda moliyaviy sog‘lomlashtirish masalalari.*
5. *Korxonalarda inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv strategiyasi*

Test topshiriqlari

1. ***Korxonalar moliyaviy muvozanati buzilishining eng jiddiy holatlaridan biri keltirilgan javobni belgilang.***
   A. *Korxonalar moliyaviy inqirozi*
   B. *Moliyaviy muvozanat ta’minlanishi*
   C. *Moliyaviy turg‘unlik*
   D. *To‘lov majburiyatlarining kechiktirilishi*

2. ***Yuzaga kelish manbasiga ko‘ra moliyaviy inqirozlarning tasniflanishi qaysi javobda to‘g‘ri belgilangan?***
   A. *Ichki, tashqi, ichki va tashqi omillar natijasida yuzaga keladigan moliyaviy inqirozlar*
   B. *Iqtisodiy va ijtimoiy omillar natijasida yuzaga keladigan moliyaviy inqirozlar*
   C. *Siyosiy va texnologik omillar natijasida yuzaga keladigan moliyaviy inqirozlar*
   D. *Xalqaro va mahalliy omillar natijasida yuzaga keladigan moliyaviy inqirozlar*

3. ***Inqirozga qarshi boshqaruvning bosh maqsadi ko‘rsatilgan qatorni toping.***
   A. *Moliyaviy inqirozlar keltirib chiqaradigan korxona bozor qiymati pasayishini minimallashtirish va korxonadagi moliyaviy muvozanatni tiklash*
   B. *Inqirozning salbiy oqibatlarini kamaytirish*
   C. *Korxonani rivojlantirish uchun inqirozning oqibatlari va omillaridan foydalanish*
   D. *Inqirozning salbiy oqibatlarini kamaytirish*

4. ***Inqirozga qarshi boshqaruvning vazifalari ko‘rsatilmagan qatorni ko‘rsating.***
   A. *Yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan inqirozlarni strategik rejalashtirish*
   B. *Inqiroz sharoitida korxonaning faoliyat uzviyligi va uzluksizligini ta’minlash, korxonani rivojlantirish uchun inqirozning oqibatlari va omillaridan foydalanish*
   C. *Inqirozlarning oldindan ko‘ra olish va ularga mos darajada tayyorgarlik ko‘rish*
   D. *Inqirozning xavfli omillariga to‘sqinlik qilish, inqirozning salbiy oqibatlarini kamaytirish*

5. ***Inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv prinsiplari keltirilgan javobni belgilang.***
   A. *Pul oqimlari samaradorligini ta’minlash prinsipi*
   B. *Qo‘llaniladigan inqirozga qarshi chora-tadbirlar darajasining real xavf-xatar darajasiga mosligi prinsipi*
   C. *Ta’sirlarga javob qaytarishga doimiy tayyorlik prinsipi*
   D. *Inqirozning oldini oluvchi xatti-harakatlarni amalga oshirish prinsipi*

6. ***Korxonalar moliyaviy muvozanati buzilishining eng jiddiy holatlaridan biri keltirilgan javobni belgilang.***
   A. *Korxonalar moliyaviy inqirozi*
   B. *Moliyaviy muvozanat ta’minlanishi*
   C. *To‘lov majburiyatlarining kechiktirilishi*
   D. *Moliyaviy turg‘unlik*

7. ***Yuzaga kelish manbasiga ko‘ra moliyaviy inqirozlarning tasniflanishi qaysi javobda to‘g‘ri belgilangan?***
   A. *Ichki, tashqi, ichki va tashqi omillar natijasida yuzaga keladigan moliyaviy inqirozlar*
   B. *Iqtisodiy va ijtimoiy omillar natijasida yuzaga keladigan moliyaviy inqirozlar*

C. *Siyosiy va texnologik omillar natijasida yuzaga keladigan moliyaviy inqirozlar*
D. *Xalqaro va mahalliy omillar natijasida yuzaga keladigan moliyaviy inqirozlar*

8. ***Inqirozga qarshi boshqaruvning bosh maqsadi ko‘rsatilgan qatorni toping.***
   A. *Moliyaviy inqirozlar keltirib chiqaradigan korxona bozor qiymati pasayishini minimallashtirish va korxonadagi moliyaviy muvozanatni tiklash*
   B. *Inqirozlarning oldindan ko‘ra olish va ularga mos darajada tayyorgarlik ko‘rish*
   C. *Inqirozning salbiy oqibatlarini kamaytirish*
   D. *Korxonani rivojlantirish uchun inqirozning oqibatlari va omillaridan foydalanish*

9. ***Inqirozga qarshi boshqaruvning vazifalari ko‘rsatilmagan qatorni ko‘rsating.***
   A. *Yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan inqirozlarni strategik rejalashtirish*
   B. *Inqirozlarning oldindan ko‘ra olish va ularga mos darajada tayyorgarlik ko‘rish*
   C. *Inqirozning xavfli omillariga to‘sqinlik qilish; inqirozning salbiy oqibatlarini kamaytirish*
   D. *Inqiroz sharoitida korxonaning faoliyat uzviyligi va uzluksizligini ta’minlash; korxonani rivojlantirish uchun inqirozning oqibatlari va omillaridan foydalanish*

10. ***Inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv prinsiplari keltirilgan javobni belgilang.***
    A. *Pul oqimlari samaradorligini ta’minlash prinsipi*
    B. *Ta’sirlarga javob qaytarishga doimiy tayyorlik prinsipi*
    C. *Inqirozning oldini oluvchi xatti-harakatlarni amalga oshirish prinsipi*
    D. *Qo‘llaniladigan inqirozga qarshi chora-tadbirlar darajasining real xavf-xatar darajasiga mosligi prinsipi*

XVI BOB. KORXONALARDA INQIROZGA QARSHI MOLIYAVIY BOSHQARUVNI TASHKIL ETISH

16.1. Bankrotlik va korxonalarning iqtisodiy barqarorligi tushunchasi. Bankrotlik holati yuzaga kelish sabablari.
16.2. Korxonalar bankrotligiga ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillar.
16.3. Bankrotlik me’zonlari. Bankrotlikning oldini olishga qaratilgan chora-tadbirlar.
16.4. Korxonalarning to‘lovga layoqatlilik darajasi. O‘zbekiston Respublikasi “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonuni.

16.1. Bankrotlik va korxonalarning iqtisodiy barqarorligi tushunchasi. Bankrotlik holati yuzaga kelish sabablari

Bankrotlik individual yoki biznesni yangi to‘lash yoki tugatish uchun mavjud bo‘lgan shaxsning aktivlari asosida amalga oshiriladigan shaxs yoki biznes aktivlari asosida biror bir to‘lovni amalga oshirish imkoniyatiga ega bo‘lgan holda, to‘lash mumkin bo‘lmagan qarzlarni taqdim etadi. Nazariyada bankrotlik to‘g‘risida ariza berish qobiliyati odamlarga kredit olish imkoniyati va kreditorlarni qarzni to‘lashning bir qismi bilan ta’minlash orqali kreditorlar berish orqali umumiy iqtisodiyotga foyda keltiradi.

Bankrotlik – bu sizning qarzlaringizni to‘lamagan deb e’lon qilmagan huquqiy jarayon. Bu sizni ko‘pgina qarzlardan ozod qilishi, yengillik bilan ta’minlaydi va yangi boshlanishga imkon beradi. Siz ixtiyoriy ravishda bankrotlikka kirishingiz mumkin. Buning uchun siz bankrotlik formasini to‘ldirish va topshirishingiz kerak. Bankrotlik odatda 3 yil va 1 kun davom etadi.

Bankrotlik, sud jarayonida e’lon qilingan qarzdorning holati, qarzlarini to‘lashga qodir emasligidir. Ko‘pgina huquqiy tizimlarda qo‘llaniladigan to‘lovlar qarzlarni qondirishning iloji yo‘qligini bildiradi. Boshqa tomondan, bankrotlik, qarzdor petitsiyani topshirganligi yoki kreditorlar unga nisbatan petitsiyani topshirganligi to‘g‘risida huquqiy sudlash natijalari.

Bankrotlik to‘g‘risidagi qonunlar, iqtisodiy nochor qarzdorlarning asoslarini tartibga solish va adolatli tugatishni ta’minlash va tartibga solish uchun qabul qilindi. Ushbu maqsadlar o‘rta asrlardan beri bankrotlik to‘g‘risidagi qonun hujjatlari muhim maqsadidir. Chunki o‘tmishdagi bankrotlik davrida fuqarolik huquqlarining yo‘qolishi va penaltilar tomonidan jazolanish bilan bog‘liq bo‘lib, bankrotlik insofsizlik bilan bog‘liq bo‘lib, bankrot deb e’lon qilingan shaxslarga stigma bilan bog‘liq. Oxir-oqibat, bankrotlik to‘g‘risidagi qonun hujjatlari tugatish va to‘lovni qabul qiluvchi qarzdorlarni reabilitatsiya qilish uchun qarzlarni tuzatish tartibini ta’minlash uchun bankrotlik to‘g‘risidagi qonun hujjatlarini taqdim etish uchun berildi.

Shu sababli, bankrotlik qonunlariga ko‘ra, turli xil turdagi profilaktika kompozitsiyalari, tartiblar tashkil etish uchun batafsil qoidalar mavjud. Aslida, korxonaning moliyaviy qiyinchiliklaridagi qonunchilikka oid asosiy e’tiboriga ega bo‘lib, ish bilan ta’minlash imkoniyatlarini va ishchi kuchining a’zolarini himoya qilish uchun alohida tashvish tug‘diradi. Bundan tashqari, Angliya, Qo‘shma Shtatlar va Buyuk Britaniya davlatlarining bankrotligi to‘g‘risidagi qonunlar, halol, ammo baxtsiz qarzdorlar hayotdagi yangi boshlanishni bankrotlikdan to‘lanmagan qarzlar uchun to‘lanmagan qarzlar uchun to‘lovlarni o‘z ichiga olgan.

Bankrotlik, to‘lovga qodir bo‘lmagan qarzdorning kreditorlarini tarqatish, kreditorlarga va boshqa majburiyatlarning qarzdorini yengillashtirishning huquqiy jarayoni hisoblanadi. Bankrotlik qarzdorga eski qarzlarning yangi boshlanishi, shuningdek kreditorlarning qolgan mablag‘larini qarzdorning qolgan aktivlari tomonidan adolatli taqsimlash orqali adolatli da’volarni hal qilish uchun mo‘ljallangan.

Butun dunyoda bankrotlik bo‘yicha ta’rif va tushuntirishlar, har qaysi davlatning mavjud xuquqiy me’yor va amaliy xujjatlarida ham bankrotlik turli usullar yordamida ta’riflanagan bo‘lsada butun jahon olimlari tomonidan uni e’tirof etiladigan bitta mohiyati mavjud, u ham bo‘lsa: bankrotlik – bu korxona o‘z aktivlari yuzasidan majburiyatlarini kompensatsiya qila olmasligi natijasida uning to‘lov qobiliyatini pasayib ketishidir. Boshqa ta’riflarning barchasi mazkur tushunchaga asoslanadi.

Bundan tashqari bankrotlik alomatlari deb nomlanadigan qonunning 4-moddasida ham bankrotlik alomatlari bo‘lishi uchn korxonani boshqa korxonalar bilan kreditorlik aloqalari qay tarzda bo‘lishi qonunan ifodalab berilgan. Unga ko‘ra: Bankrotlik alomatlari - qarzdorning pul majburiyatlari bo‘yicha kreditorlar talablarini qondirishga va (yoki) majburiy to‘lovlar bo‘yicha o‘z majburiyatini bajarishga qodir emasligi, agar tegishli majburiyatlar va (yoki) to‘lovlar majburiyati yuzaga kelgan kundan e’tiboran uch oy davomida qarzdor tomonidan bajarilmagan bo‘lsa, uning bankrotlik alomatlari deb e’tirof etiladi.

“Bankrotlik to‘g‘risida”gi qonuning sharhidan ko‘rinib turibdiki, bankrotlik va bankrotlik alomatlari korxona to‘lovga qodirlik darajasi bilangina emas, o‘z qarzdorligining muddati bilan aniqlanmoqda. Iqtisodiy nochorlik va moliyaviy nobarqarorlik tushunchalari esa bankrotlikdan tushunchasidan farqli ravishda korxona faoliyati tahlil(monitoring) qilinayotganda qo‘llaniladi. Unda hisob-kitob qilinayotgan har bir ko‘rsatkich bo‘yicha aynan shu ko‘rsatkich bo‘yicha iqtisodiy nochorlik aniqlanadi. Masalan to‘lovga qodirlik darajasi normal bo‘lishi uchun 1.25 dan katta bo‘lishi kerak bo‘lsa, lekin natija 1.1 koeffisiyentni tashkil qilsa, demak korxona aynan shu ko‘rsatkich bo‘yicha iqtisodiy nochor deb yuritiladi va bu holat ham korxonaning to‘liq iqtisodiy nochor deyilishiga sabab bo‘lmaydi. Bunday xulosaga kelish uchun korxona boshqa barcha ko‘rsatkichlar bo‘yicha normal shartdan past natijani ko‘rsatishi kerak. Agar ma’lum ko‘rsatkichlar pastroq qolganlari normal shartdan balandroq natijani bersa, u holda korxonani tarmoq xususiyati, shartlari va o‘ganilayotgan holatning premeti va obektiga qarab, bundan tashqari koeffisiyentni ko‘rsatkichlar tizimida tutgan o‘rniga qarab nochor yoki barqaror degan xulosa berish mumkin.

Zamonaviy bozor sharoitida korxonaning barqaror ishlashi uchun asos bo‘lib iqtisodiy barqarorlik hisoblanadi. Korxona iqtisodiy jihatdan barqaror bo‘lsa, u boshqa sohalarda kreditlar va investitsiyalar uchun, yetkazib beruvchilar va malakali mutaxassislar saralashda bir qator afzalliklarga ega. Korxonaning oliy iqtisodiy barqarorligi korxonani

bozor sharoitida kutilmagan o‘zgarishlardan yanada avtonom qiladi va bankrotlik xatarlarining pasayishiga olib keladi. Iqtisodiy barqarorlikning etishmasligi korxonalarning to‘lovga etishmasligiga olib kelishi mumkin, moliyaviy holatni og‘irlashtirishda joriy va investitsiya faoliyatini moliyalashtirishga mablag etishmasligiga olib kelishi mumkin.

Iqtisodiy barqarorlik korxonalarni rivojlantirish yo‘lidagi to‘siqlarni keltirib chiqaradi, ularni keraksiz xarajatlar bilan qamrab oladi. Hech shubha yo‘qki, korxonaning samaradorligi moliyaviy boshqaruvning moliyaviy imkoniyatlari va samaradorligi bilan bog‘liq. Moliyaviy menejmentning past darajasi inqirozga olib keladi va moliyaviy barqarorligini yo‘qotishga yordam beradi, ya’ni moliyaviy barqarorligini yo‘qotadi.

Har qanday korxona vaqt o‘tishi bilan o‘zgargan ko‘plab ko‘rsatkichlarga ega bo‘lgan yetarlicha murakkab tizim. Iqtisodiy barqarorlik rahbariyati birinchi navbatda iqtisodiy tizimlarning ishlash ko‘rsatkichlari va ularni takomillashtirish strategiyalarini muntazam tahlil qilish, shu jumladan zarur mablag‘lar va resurslarni aniqlash. Odatda tizimning ba’zi ko‘rsatkichlari yaxshilanmoqda, boshqalari yomonlashmoqda, bu korxonaning iqtisodiy barqarorligiga ta’sir qiladi. Ammo parametrlar o‘zgarganda korxonaning barqarorligi qanday o‘zgarishini aniqlash juda qiyin.

Tizimning xatti-harakatlarini tavsiflovchi ko‘rsatkichlar korxonaning iqtisodiy holatini shakllantiradi. Korxonaning davlat maydoni – bu korxonaga tegishli bo‘lgan chekit o‘lchovli makon. Korxonaning iqtisodiy barqarorligini tahlil qilish, faqat barqarorlik shartlarini qondiradigan modelni shakllantirishni o‘z ichiga oladi. Ushbu shart – mihozning resurslari hajmi va sifati bilan sotilgan mahsulotlar hajmi va sifati bilan aloqa o‘rnatiladi. Korxonaning istalgan vaqtda amalga oshirilayotgan har qanday vaqt oralig‘ida ko‘rsatkichlarning amaldagi va ma’lumotlilik qiymatlarini taqqoslash orqali taxmin qilinadi. Ko‘rsatkichlarning ma’lumotnomalari korxonaning iqtisodiy barqaror modeli yordamida hisoblanadi. Ma’lumot ko‘rsatkichlaridan katta og‘ishlar korxonaning beqarorlik belgilari sifatida talqin qilinadi.

Shunday qilib, menejmentning korxonadagi asosiy vazifasi o‘z vaqtida tahdidlarni va ularning sabablarini aniqlash, ularning sabablarini aniqlash va ularni tizim sifatida o‘zgaruvchan muhitning iqtisodiy barqarorligini ta’minlashdir.

Korxonaning iqtisodiy barqarorligini tahlil qilishning eng asosiy qismi iqtisodiy barqarorlik ko‘rsatkichlarini hisoblash va ularning standart qiymatlari bilan taqqoslashga asoslangan. Ko‘rsatkichlardan biri standart qiymatlardan oshganda, korxona iqtisodiy jihatdan beqaror hisoblanadi. Bunday natijalar ko‘pincha korxonaning iqtisodiy barqarorligini noto‘g‘ri baholaydi. Shunday qilib, endi korxonaning iqtisodiy barqarorligini tahlil qilishda samarali yondashuv mavjud emas. Korxona vazifasini hal qilish uchun eigenstate usulidan foydalangan holda iqtisodiy barqarorlik metodologiyasi taklif etiladi. Metodologiya korxonaning iqtisodiy faoliyat ko‘rsatkichlari sonini qisqartirish va korxonaning iqtisodiy barqarorligini tavsiflovchi kompleks indikatsiyani qurishda ularning o‘zaro bog‘liqligini oshkor qilishga imkon beradi. Ushbu metodologiyaning asosi – bu iqtisodiy barqarorlik sharoitlarini qondiradigan ehtiyojlardan hosil bo‘lgan korxona (mos yozuvlar modeli) rivojlanishidir. Korxonaning rivojlanish barqarorligini baholash uchun yangi ko‘rsatkich taklif qilinadi. U iqtisodiy barqarorlik ko‘rsatkichi deb nomlandi. Iqtisodiy barqarorlikning murakkab ko‘rsatkichi korxonaning haqiqiy va ma’lumotli faoliyat parametrlarini taqqoslash bilan belgilanadi va jarima funksiyalari usullari bilan taqqoslanadi.

16.2. Korxonalar bankrotligiga ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillar

Bir qancha omillar bankrotlikning sababi bo‘lishi mumkin. Ular korxonaning ichidagi va uning rahbariyati hamda xodimlari yo‘l qo‘ygan xatoliklariga bog‘liq. Ichki omillarga korxonadan tashqarida yuzaga keladigan hamda odatda korxonaning ta’sir doirasidan tashqarida bo‘ladigan tashqi omillarga ajratiladi. Bozor iqtisodiyotiga asoslangan rivojlangan mamlakatlarda korxonalarning bankrotligi uchdan bir qism hollarda tashqi omillar bilan va qolgan hollarda ichki omillar bilan belgilanadi. O‘tish iqtisodiyoti sharoitlarida tashqi omillar ichki

omillarga nisbatan ustunlikka ega. Eng muhim tashqi omillarga quyidagilar kiradi:

- inflyasiya (boshlang‘ich xom ashyo, materiallar, yonilg‘i, energiya tashuvchilar, butlovchi qismlar, transport va boshqa xizmatlarning ham, korxona mahsuloti va xizmatlarinint ham narxining salmoqli va notekis o‘sishi),
- bank foiz stavkalari va kreditlash shartlarining, soliq stavkalari va bojxona to‘lovlarining o‘zgarishi,
- mulkchilik va ijara munosabatlaridagi, mehnat to‘g‘grisidagi qonunchilikdagi o‘zgarishlar,
- eng kam ish haqi yangi mikdorining joriy etilishi va hokazolar.

Ko‘rsatilgan mazkur omillarning ba’zilari korxonaning to‘satdan bankrotga uchrashiga olib kelsa, boshqalari asta-sekin to‘planib va kuchayib borib, korxonaning sekin kechadigan, yengish qiyin bo‘lgan, ishlab chiqarishning pasayishiga va bankrotlikka yetaklaydi.

Korxonaning faoliyati uchun ichki omillar ham salbiy ta’sir ko‘rsatadi. Chunonchi, g‘arbiy ekspertlarning bahosiga qaraganda kichik firmalardagi turli xil muvaffaqiyatsizliklarning 90 foizi menejerlarning tajribasizligiga, rahbariyatning bilimsizligiga, uning o‘zgarib borayotgan bozor vaziyatlarida munosib harakat qila olmasligiga, eskicha dunyoqarashiga bog‘liq bo‘lib, bularning barchasi firmani samarasiz boshqarishga, noto‘g‘ri qarorlar qabul qilinishiga, bozordagi pozisiyalarini yo‘qotishiga olib keladi. Bu omillar, ehtimol, mamlakatimiz korxonalariga ham xosdir.

16.3. Bankrotlik me’zonlari. Bankrotlikning oldini olishga qaratilgan chora-tadbirlar

Milliy iqtisodiyotning barcha tarmoqlaridagi ishlab chiqarish korxonalari o‘zlarining tijorat faoliyatlari davomida soliq organlari, tijorat banklari, sug‘urta tashkilotlari, mol yetkazib beruvchilar, ishlab chiqarishga yaqindan yordam beruvchi infratuzilma subeklari va boshqa shu kabi korxona va tashkilotlar bilan iqtisodiy munosabatlarga kirishadi. Huddi shuningdek, mazkur xo‘jalik subektlari ishlab chiqarish korxonasi bilan hamkorlikka kirishadi. Bunday iqtisodiy hamkorlik

aloqalari tomonlardan to‘lovga layoqatli bo‘lishni, shartnomada keltirilgan yetkazib berish shartlari va to‘lov majburiyatlarini o‘z vaqtida bajarish talabini qo‘yadi. Aks holda, hamkorlikka ishonchsizlik aralashib iqtisodiy munosabatlarga putur etadi. Shu o‘rinda savol tug‘iladi. Tomonlar shartnoma tuzishdan avval nimalarga e’tibor qaratishlari zarur?

Darhaqiqat, shartnoma shartlari bajarilish sharoitida buzilmasligi va har ikkala tomonning ham o‘zaro aloqalariga putur yetmasligi uchun tomon (hamkor)lar o‘zaro shartnomani bajarish qobiliyatilarini oldindan o‘rganib tahlil qilib chiqishlari zarur. Shartnoma shartlarining o‘z vaqtida bajarilmasligi ishlab chiqarish sohasida inqiroz hatarini vujudga keltiruvchi asosiy omillardan biridir.

Har qanday hamkorlik ortida iqtisodiy manfaat va iqtisodiy qiziqishlar yotadi. Buni pul qiymatida ifodalaganda, shartnoma yoki sherikchilikning qiymatini ko‘rish mumkin. Mazkur qiymatni to‘lov majburiyati bir tomonga va uni qiymati darajasidagi xizmat ko‘rsatish va (yoki) mahsulot yetkazib berish masuliyati ikkinchi tomonga tushadi. Bunday vaziyatda, aksariyat hollarda to‘lov majburiyatini o‘z bo‘yniga olgan tomonga masuliyat va talab ko‘proq bo‘ladi. Chunki, hamkorlik qilishni istagan har qanday yuridik shaxs avvalo bo‘lajak sherigini to‘lov qobiliyatini shuningdek, aktivlari va majburiyatlari o‘rtasidagi o‘zaro nisbatlarni o‘rganishga intiladi. Sababi keyingi hamkorlikdagi aloqalarda sherikchilik bilan bog‘liq to‘lov munosabatlari yuzaga keladi. Bu sharoitda to‘lov xatari yuzaga kelmasligi va muammolarni oldindan bartaraf etish maqsadida ham hamkorning to‘lov qobiliyati tubdan o‘rganiladi.

Bunday aloqalar natijasida hamkor tashkilotlar o‘rtasida haqdorlik va qarzdorlik munosabatlari yuzaga kelishi tabiiy hol hisoblanadi. Xar bir korxona oddiy mahsulot yetkazib berish sharoitida o‘z vaqtida to‘lovlar to‘lanishini istaydi. Chunki, boshqa korxonaga yetkazib berilayotgan tayyor mahsulot ishlab chiqarish jarayoniga xomashyo sifatida olib kelingan va unga qo‘shilgan qiymatni qo‘shilishi natijasida tayyor ko‘rinishga kelitirlgan. Qo‘shilgan qyimat ham o‘zida boshqa tashkilotlar bilan bog‘liq to‘lovli munosabatlarni vujudga keltirganligi

sababli, o‘z vaqtida majburiyatlarni bajarishi uchun tovar sotayotgan korxona ham sotib olayotgan korxonadan to‘lov intizomiga rioya qilishini talab etadi. Aks holda, to‘lov muddati yetib kelib to‘lanishi kechikkan debitorlik va kreditorlik qarzlari vujudga keladiki, bu holat bitta to‘lov tizimida qatnashayotgan korxona va tashkilotlarni to‘lov qobiliyatini tushib ketishiga olib keladi. Bunda qatnashayotgan shaxslar bozor munosabatlari tilida mol yetkazib beruvchi, xizmat ko‘rsatuvchi, haridor, to‘lovni kechiktirib to‘lashda qarzdor va kreditor deb nomlanadi.

Xizmat ko‘rsatish yoki mahsulot yetkazib berish masuliyatini bo‘yniga olgan korxona va tashkilotlar uni shartnoma doirasida bajarishga harakat qiladi va ko‘p hollarda bunga erishadi. Shu sababdan, asosiy e’tiborni to‘lov masuliyati tushgan shaxsga qaratiladi.

To‘lov masuliyati ko‘p hollarda shartnomalar asosida vujudga keladi. Ya’ni, ishchi va korxona o‘rtasida tuzilgan shartnoma asosida ish haqini o‘z vaqtida to‘lash masuliyati, ko‘rsatilgan xizmat, bijarilgan ish va yetkazib berilgan xomashyo va materiallar uchun to‘lov majburiyati. To‘lov majburiyati shartnomasiz vujudga kelishi ham mumkin. Bu byudjet va byudjetdan tashqari amalga oshirilishi zarur bo‘lgan to‘lovlar masuliyatida o‘z aksini topadi.

Korxonada soliq organi bilan hech qanday shartnoma tuzmagan holda, davriy qarzdorlik vujudga keladi. Hozirda ko‘plab korxonalarda byudjet va byudjetdan tashqari jamg‘armalarga to‘lovlarni o‘z vaqtida to‘lamasligi oqibatida bankrotlik alomatlari sezilmoqda. Bunga sabab, inqirozga qarshi boshqaruvni to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilmaganligidir. Bunday holatlarning keskin ko‘payib ketishi to‘lov qobiliyati o‘zi nima ekanligi haqida nazariy va amaliy bilimlarni talab qiladi.

Inqirozga qarshi boshqaruv jarayonida korxona to‘lov qobiliyati nima va uni aniqlash qanday usullar bilan amalga oshirilishini bilish hamkorlikni amalga oshirayotgan korxonalarning o‘z vaqtida to‘lovlarni to‘lab qobiliyasizlik riskini kamaytirish imkonini beradi. Chunki, to‘lov qobiliyatini to‘g‘ri aniqlay bilish to‘lov masuliyati tushgan korxona uchun shartnomani qiymati maksimum qancha bo‘lganida to‘lash imkoniyati mavjud ekanligini anglasa, ikkinchi tomon uchun debitorlik riskini oldini oladi.

To‘lov qobiliyati – bu korxona majburiyatlarini o‘z vaqtida bajara olish imkoniyati. To‘lov qobiliyati korxonaning bozordagi mavqyeiga eng katta ta’sir qiluvchi moliyaviy holat bo‘lib, korxonada to‘lov qobiliyati mavjud bo‘lgandagina, bozor munosabatlarining faol qatnashuvchisiga aylanadi. Aks holda, korxonaga nisbatan ishonchsizlik hosil bo‘ladi va boshqa iqtisodiy inqirozni vujudga keltiruvchi muammolarni yuzaga keltiradi.

Korxonaning to‘lovga qobilligini ifodalovchi mashhur ko‘rsatkichlarga to‘lov layoqati va likvidligi kabi tushunchalar kiradi. Likvidlik tushunchasi korxona majburiyatlarini aktivlar bilan qoplay olish darajasi sifatida aks etadi. Likvidlikni boshqacha tushunchasi ham mavjud bo‘lib, bu korxona aktivlarini pulga aylanish tezligini aks ettiradi.

Odatda korxona to‘lov qobiliyatini aniqlashda joriy aktivlar va joriy majburiyatlarning o‘zaro nisbatidan foydalaniladi. Natijada, joriy majburiyatlarni joriy aktivlar orqali qancha qismini qoplay olish mumkinligi aniqlanadi. Shu orqali korxonaning joriy davrdagi to‘lovga qobilligi o‘rganiladi. Bundan tashqari, korxona to‘lov layoqatining mavjudligi haqida aniq xulosa qilish uchun quyidagilarga ham e’tibor qaratish talab qilinadi:

- korxona aylanma mablag‘lari aylanuvchanligining tezligi;
- debitorlik qarzlarini undirish tezligi;
- korxonaning bozordagi imidji;
- jami aktivlar tarkibida joriy aktivlarning ulushi (tarmoq xususiyatiga e’tibor beriladi);
- joriy aktivlarning tarkibida debitorlik qarzlarining ulushi;
- joriy aktivlar tarkibida pul mablag‘lari va tovar moddiy zahiralarining ulushi;
- to‘lov intizomiga rioya qilish tarixi;
- korxona mahsulotiga bozorda bo‘lgan ehtiyoj holati.

Keltirilganlardan ko‘rinib turibdiki, korxona to‘lov qobiliyati haqida birgina ko‘rsatkich bilan aniq xulosa berish qiyin. Uni batafsil o‘rganish uchun esa yuqorida aytib o‘tilgan xususiyatlarni ham muntazam o‘rganib borish zarur.

Korxonalarda inqirozlarning mavjudligini baholash tahlilning ikki usuli: tashxislash va reyting asosida bashoratlash yordamida aniqlanadi.

Reyting asosida korxona xo‘jalik faoliyatini baholash – bu korxonaga inqirozning ta’siri qanchalik darajada zarar keltirish va inqirozdan so‘ng korxonada sog‘lomlashtirish ishlari olib borilgunga qadar holati qanday bo‘lishi haqida ma’lumot beradi. Reyting asosida bashoratlashning afzallik va kamchilik tomonlari mavjud. Afzalligi, korxonada inqiroz havfini oldindan bashoratlash imkoniyati mavjud bo‘ladi. Inqirozning darajasi aniq raqamlar yordamida aniqlanib, korxonani qaysi ahvolga olib kelganligi ma’lum bo‘ladi. Bundan tashqari, bashoratlash inqirozni oldindan aniqlab, unga qarshi chora-tadbir ishlab chiqish uchun vaqt bo‘yicha sharoit yaratadi.

Kamchiligi, korxonalarning moliyaviy xo‘jalik faoliyatini oldindan yuz foiz aniqlikda aytib bera oladigan mexanizm ishlab chiqilmagan. Barcha bashorat qiluvchi reyting ko‘rsatkichlari korxonani joriy holati haqidagi moliyaviy ko‘rsatkichlarni aks ettirib beradi hamda kelajak haqida taxminiy xulosaga olib keladi. Ikkinchidan, deyarli barcha bashorat qiluvchi ko‘rsatkichlar iqtisodiyoti rivojlangan davlatlar tomonidan ishlab chiqilgan bo‘lib, mazkur davlatlarning iqtisodiy jarayonlariga moslashtirilgan. Shu sababli, reyting asosida bashoratlash ko‘rsatkichlarini to‘g‘ridan-to‘g‘ri milliy korxonalarda qo‘llab bo‘lmaydi. Olib borilgan kuzatishlar shuni ko‘rsatadiki, korxonalarning xo‘jalik faoliyati moliyaviy jihatdan o‘rganilayotganda tahlilchi olimlar tomonidan omilli baholashdan ko‘ra reyting asosida baholashga qiziqish kuchaymoqda. Sababi, reyting asosida moliyaviy holat o‘rganilganda, korxonaga inqirozning yoki to‘lovga qobiliyasizligining ta’siri emas, balki, korxonaning ma’lum davr uchun moliyaviy qarorlarining natijasiga baho beriladi. Bu korxona moliyasini tashkiliy ishlari qay darajada ketayotganligidan dalolat beradi. Quyidagi jadvalda korxona moliyasini reyting asosida baholashning usullaridan birini ko‘rishimiz mumkin.

16.1-jadval

Korxonalarni moliyaviy mustahkamligiga ko‘ra taqsimlash jadvali[41]

Ko‘rsatkichlarni nomlanishi	Ballar yig‘indisi	Moliyaviy nomustahkamlik turlari (o‘rtacha holat) / ballar miqdori					
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1	2	3	4	5	6	7	8
To‘lovga qobil-likning yig‘ma koeffisiyenti*	25-0	>1.0/25	0.9/20	0.8/15	0.7/10	0.6/5	<0.5/0
Tez likvidlik koeffisiyenti**	20-0	>1.5/20	1.4/16	1.3/12	1.2/8	1.1/4	<1.0/0
Joriy likvid-lik koeffisiyen-ti ***	18-0	>2.1/18	1.9/15	1.7/12	1.5/9	1.3/6	<1.1/0
Xususiy aylanma mablag‘lar bilan ta’minlanganlik koeffisiyenti ****	20-0	>0.2/20	0.17/16	0.14/12	0.11/8	0.08/4	<0.06/0
Moliyaviy mus-tahkamlik koef-fisiyenti *****	17-0	>0.6/17	0.55/14	0.5/11	0.45/8	0.4/5	<0.35/0
Jami ballar	100-0	100	81	62	43	24	0

Izoh: yuqoridagi jadvalni tanishib chiqiladi: hisoblash uchun formulalar bilan

To‘lovga qobillikning yig‘ma koeffisiyenti

*Ksvt=(A1+0,5A2+0,3A3)/(P1+0,5P2+0,3P3) (16.1)

Tez likvidlik koeffisiyenti

**Ktl=(A1+A2)/(P1+P2) (16.2)

Joriy likvidlik koeffisiyenti

***Kjl=(A1+A2+A3)/(P1+P2) (16.3)

Xususiy aylanma mablag‘lar bilan ta’minlanganlik koeffisiyenti

****Kxat=(P4-A4)/(A1+A2+A3) (16.4)

Moliyaviy mustahkamlik koeffisiyenti

*****Kmm=(P4+P3)/Jami balans

Reyting asosida baholash usulidan ko‘rinadiki, to‘plangan ballar miqdoriga qarab tashkilotning moliyaviy holati aniqlanadi. Ya’ni:

1-moliyaviy mustahkam va to‘lovga qobil tashkilot (100-85)

2-me’yoriy mustahkam, lekin qisqa muddatli to‘lovlar bo‘yicha muammo bo‘lishi mumkin (84-70)

[41] Жарковская, Елена Паловна. Антикризисное управление: учебник / Е.П.Жарковская, Б.Е.Бродский. – 4-е изд., испр. – Москва: Омега-Л. 2007. – 365с.:ил., табл. – (Высшая школа менеджмента).

3-korxonada moliyaviy nomustahkamlikning rivojlanishi to‘lovlar muddatini uzayishi (69-50)

4-davomiy moliyaviy nomustahkamlik va to‘lovga noqobillik (49-30)

5-korxona moliyaviy holatini inqirozga uchrashi (29-11)

6-korxonaning bankrotlik holati yoki ishlab chiqarish faoliyatini amaliy jihatdan to‘xtashi (<10)

Bu besh pozisiyali reyting asosida baholash usuli yordamida Respublika sanoat korxonalari faoliyatini baholash mumkin. Unda ular tomonidan qabul qilingan moliyaviy boshqaruv qarorlarining samaradorlik darajasi o‘rganiladi.

Korxonalar faoliyatida moliyaviy reyting asosida baholashning yana bir qancha usullari mavjud. Bu usullardan biri korxonaning hayotiylik siklida tutgan o‘rniga qarab moliyaviy koeffisiyentlarni aniqlash va undan eng birinchi foydalanish usulidir. Unga ko‘ra, korxona o‘zining hayotiylik rasmsining qaysi fazasida turganiga qarab, uni tashxislash ko‘rsatkichlari tanlanadi. Bu nazariy masala bo‘yicha birinchi marta fanga “Firmada inqirozga qarshi boshqarishning strategiya va taktikasi” nomli o‘quv qo‘llanmasining mualliflari A.P.Gradov tahriri ostidagi mualliflar jamoasi tomonidan kiritilgan. Ular korxonaning moliyaviy holati ko‘rsatkichlari va hayotiylik sikl fazalari o‘rtasidagi qonuniyatning mavjudligini e’lon qildilar. Nazariyaga asosan mualliflar ko‘rsatkichlarni 5 ta shartli kategoriyalarga bo‘ldilar:

1. Likvidlik ko‘rsatkichlari (mutloq likvidlik, umumiy likvidlik, joriy likvidlik, manevrlik va to‘lovga qobillik);

2. Moliyaviy holat koeffisiyentlari;

3. Aylanuvchanlik koeffisiyentlari;

4. Rentabellik ko‘rsatkichlari;

5. Sotuv rentabelligi.

Ular o‘z takliflarini firma raqobatbardoshligining hayotiy sikli (FRHS) deb atadilar. U quyidagi ko‘rinishga ega (16.2-jadval).

Korxona hayotiylik siklining turli bosqichlariga bog‘liq holda moliyaviy ko‘rsatkichlarni keraklik darajasiga qarab taqsimlaganlar va jadvalni keltirib chiqarganlar.

16.2-jadval

Hayotiylik sikl fazalarida qo‘llaniladigan ko‘rsatkichlar differensiasiyasi[42]

FRHS bosqichlari	Likvidlik ko‘rsat-kichlari	Moliyaviy holat ko‘rsatkichlari	Aylanuv-chanlik ko‘rsatkich-lari	Rentabellik ko‘rsatkichlari	
				Kapital rentabel-ligi	Sotuv rentabelligi
Tug‘ilish	*	*			
O‘sishning tezlashishi			*		
O‘sishning sekinlashuvi			*		*
Yetilish			*	*	*
Pasayish	*			*	*

Unda 4 burchakda yulduzcha(*) bilan belgilangan joydagi ko‘rsatkichlar korxona hayotiylik siklining aynan shu davrida muhim va eng kerakli ko‘rsatkichlar bo‘lib hisoblanadi. Lekin mualliflarning aytishicha, bu belgilanish bilan boshqa ko‘rsatkich bu bosqichni tadqiq qilishda foydalanilmaydi degani emas, chunki hamma ko‘rsatkichning o‘z o‘rni bor. Tahlilchi o‘z intuisiasidan kelib chiqqan holda bunga baho berishi mumkin.

16.4. Korxonalarning to‘lovga layoqatlilik darajasi. O‘zbekiston Respublikasi “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonuni

Bugungi amaliyotchilar tajribadan bilishar ekan, ko‘plab korxonalarning to‘lov muddati, ayniqsa vaqt o‘tishi bilan asta-sekin namoyon bo‘ladigan texnologiya nuqtai nazaridan murakkablik qatlamlari mavjud. Har kuni global korxonalar o‘z mijozlaridan millionlab to‘lovlarini to‘plashadi, bir vaqtning o‘zida yetkazib beruvchilar, sotuvchi va xodimlarga katta hajmdagi to‘lovlarni keltirib chiqaradi. Muammolarni murakkablashtirish uchun ushbu insmodent (befarq) va chiquvchi to‘lovlar korxonada, shuningdek, ko‘plab

[42] Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой/Под.ред. А.П.Градова. – СПб., 1996.

mamlakatlarda, bozorlar va sanoat vertikallarida faoliyat yuritadiganlar uchun juda farq qilishi mumkin. Ba’zi to‘lovlar kartalar, boshqalari tekshirish orqali, bank simlari orqali naqd pul yoki hisob-kitob variantlari bilan to‘ldirilishi mumkin. Dollar, evro, funt va yen kabi turli xil valyutalarda to‘lovlar ham kutilishi kerak. Va nihoyat, mahalliylashtirilgan korxonalar va dasturiy ta’minot korxonalari har bir joyda to‘lovlarni boshqarish uchun alohida bank va dasturiy tizimlardan foydalanishlari mumkin.

Yuqorida ta’kidlanganidek, ushbu global texnologiyalar va ma’lumotlarning ishlashi juda murakkab bo‘lishi mumkin, ayniqsa korxonalar yangi bozorlarga kirib borishi va vaqt o‘tishi bilan korxona infratuzilmasiga yangi texnologiyalar va to‘lov protokollari qo‘shilmoqda. Oxir oqibat, har qanday muvaffaqiyatli korxona muqarrar ravishda o‘z faoliyatini amalga oshirib boradi. Har bir korrxonaning barcha bo‘limlariga, ular uchun kerakli barcha operatsiyalar bo‘yicha kerakli darajada, barcha operatsion birliklarga kirish uchun har bir bo‘limning eng tezkor va eng samarali usuli nima ekanligini aniqlash lozim.

Agar korxona ko‘pchilik korxonalar kabi bo‘lsa, uning asosiy to‘lov jarayoni bank tizimlari va orqa ofis bulut platformalari kombinatsiyasi bilan boshqariladi. Bu korxona to‘lovlarini optimallashtirish ushbu tizimlar orasidagi aloqalarni soddalashtirishni o‘z ichiga oladi. Umumiy misol sifatida, qancha korxonalar Fayllarni banklariga uzatish uchun turli bank portallari va boshqa ixtisoslikdagi moliyaviy platformalardan foydalanish mumkin. Yuqorida aytilganidek, korxonaning mintaqaviy va sho‘ba korxonalari ushbu echimlarning o‘z to‘plamlari, shu qatorda bank sheriklari va 3-chi partiya ulanishlari bilan birga bo‘lishi mumkin. Ammo ushbu individual tizimlar yoki tarmoqlarning har biri o‘z-o‘zidan yetarlicha yaxshi ishlashi mumkin, ular turli bo‘limlar o‘rtasida oqilona ishlashi yoki butunlay ishbilarmonlik birliklari va subektlar o‘rtasida yetarli darajada ma’lumotga egami? Ba’zi hollarda, ular uchun deyarli tabiiydir. Biroq, tijorat va texnologiyalarning o‘zgarishi tezligi bilan, bu funksiyalarning har birini, tizimlarning har birini tark etish varaqasini ajratish imkoniyati

yo‘q. To‘lovlar dunyosida, ko‘rish va avtomatlashtirishning yo‘qligi to‘g‘ridan-to‘g‘ri likvidlikni, rentabellikni va xavfni - butun korxonaning butun qismida yuzaga kelishi mumkin.

Mukammal dunyoda, to‘lovlarni amalga oshirish korxonaning barcha tizimlari, bank sheriklari va tadbirkorlik subyektlarini bir-biri bilan to‘liq markazlashtirish va birlashtirish orqali amalga oshiriladi. Boshqacha qilib aytganda, korxona tomonidan ishlatiladigan har bir tizim boshqa tizimga to‘g‘ridan-to‘g‘ri ulanadi va 100% real vaqtli ma’lumotlarni ko‘rish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Bizning fikrimizcha, Respublikada bugungi kunda shakllangan bankrotlik instituti o‘zining ma’lum xususiyatlariga ko‘ra bir necha bosqichlarda rivojlanib, takomillashib kelgan. Quyida Respublika bankrotlik institutining yillar bo‘yicha rivojlanish bosqichlari keltirib o‘tilgan

Birinchi bosqichga 1994 - 1997 yillarni kiritish mumkin. Bu bosqich “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonunni amalga kiritilishi, Vazirlar Mahkamasining 1996 yil 28 dekabrdagi №465-sonli “Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish masalalari to‘g‘risida”gi Qaroriga asosan Davlat mulkini boshqarish va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash Qo‘mitasi huzurida iqtisodiy nochor korxonalar ishlari Qo‘mitasining tashkil etilishini o‘z ichiga oladi.

1994 yilga qadar Respublikada birorta ham bankrotlik va iqtisodiy nochorlik bo‘yicha ishlar aynan institutning amal qilmaganligi va qonuniy asoslari yaratilmaganligi sababidan ko‘rilmadi. Lekin, korxonalar o‘rtasidagi to‘lov intizomini buzilishi bo‘yicha ziddiyatlarning vujudga kelishi Respublika uchun korxonalarni inqirozdan chiqarish va sog‘lomlashtirishda yangi institusional-huquqiy tizimining zarurligini ko‘rsatdi. Bundan tashqari, MDHning boshqa davlatlarida ham bu tizimga e’tibor qarata boshlagan. Masalan, Rossiya Federasiyasida 1992 yildanoq inqirozga qarshi kurashning huquqiy asosi “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonun amalga kiritilgan edi[43].

43 Федералний закон: випуск 55(238). О несостоятелности (банкроцтве). – М.: “ИНФРА-М”, 2004. – 186 с.

Respublikamizda inqirozga qarshi boshqarishning davlat mexanizmi 1994 yilning 5 mayida o‘zining huquqiy asosi “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonunni amalga kiritish bilan ega bo‘ldi. Dastlab mazkur Qonun juda ham soddalashgan ko‘rinishda ishlab chiqilgan bo‘lib, 35-moddadan iborat edi. Qonun bankrotlik masalalari bo‘yicha barcha muammolarni qamrab olmas edi. Shu bilan birgalikda Qonun qabul qilingan birinchi yilda deyarli ishlamadi. O‘sha yili xo‘jalik sudlariga qarzdorni bankrot deb topish bo‘yicha ikkita ish kelib tushgan.

Bankrotlik masalalari yuzasidan davlat nazoratini ta’minlash maqsadida 1996 yil 11 dekabrda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Korxonalarning bankrotligi to‘g‘risidagi qonunni amalda qo‘llash chora-tadbirlari haqida”gi № PF1685-sonli Farmoni e’lon qilindi va mazkur farmonni amalga oshirish maqsadida Vazirlar Mahkamasining 1996 yil 28 dekabrdagi №465-sonli “Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish masalalari to‘g‘risida”gi Qaroriga asosan maxsus organ – Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari bo‘yicha qo‘mitasi O‘zbekiston Respublikasi Davlat mulkini boshqarish va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash davlat qo‘mitasi huzurida tashkil etildi.

Ikkinchi bosqich, 1998-2002 yilgacha. Bu bosqich bankrotlik bo‘yicha ko‘rilayotgan ishlarni ko‘payib borishi, Bankrotlik bo‘yicha jinoyi ishlarni tartibga solishning takomillashuvi, Qishloq xo‘jaligi korxonalarini sanasiya qilishni ishlab chiqilishi, “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonunga o‘zgaritirishlar kiritilishi va yangi tahrirdagi qonunni qabul qilinishi, tashqi boshqaruv taomilining joriy qilinishi xo‘jalik sudlarida bankrotlik bo‘yicha ishlarni ko‘rilishini yagona tizimga solish, Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari Qo‘mitasini Davlat mulkini boshqarish va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash Qo‘mitasi tarkibidan chiqarilishi va Iqtisodiyot Vazirligiga bo‘ysundirilishi, iqtisodiy nochor korxonalar bo‘yicha axborotlar bazasini Qo‘mita miqyosida tashkil etilishi va takomillashtirilishini o‘z ichiga oladi.

1998 yil 28 avgustga kelib “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonunga o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritildi hamda yangi tahrirdagi “Bankrotlik to‘g‘risida”gi (ikkinchi tahrirdagi) qonun qabul qilindi. Eski

tahriridan farqli ravishda yangisi koʻplab moddalar bilan boyitildi (eski tahrir 35-modda, yangi tahrir 133-modda), ayrim turdagi qarzdorlarni bankrotlik toʻgʻrisidagi ishlarni koʻrishni toʻliq tartibga soldi, yangi taomil – tashqi boshqaruv qoʻshildi va bu oʻz oʻrnida kreditorlarning huquqlarini kengaytirdi. Eng muhimi yangi tahrirdagi Qonunda bankrotlik alomatlari oʻzgartirildi: toʻlovsizlik alomatidan toʻlovga qodir boʻlmagan alomatiga oʻtildi.

1999 yilning 23 iyulida "Korxonalar bankrotligi va sanasiyasi mexanizmini takomillashtirish toʻgʻrisida" №PF-2342 sonli Prezident Farmoni qabul qilindi. Farmon Iqtisodiy nochor korxonalarni tugatish jarayonini tezlashtirish, vaqtincha iqtisodiy qiyinchilikka duch kelgan, biroq moliya-xoʻjalik faoliyatini sogʻlomlashtirish uchun haqiqiy imkoniyatga ega boʻlgan korxonalarni qoʻllab-quvvatlash maqsadida tuzilgan boʻlib, unga asosan Iqtisodiy nochor korxonalar ishi boʻyicha qoʻmita Oʻzbekiston Respublikasi Davlat mulkini boshqarish va tadbirkorlikni qoʻllab-quvvatlash davlat qoʻmitasi tizimidan chiqarilib, Oʻzbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligiga boʻysundirilgan. 1999 yilda bankrotlik institutining tashkiliy-huquqiy asosi yanada mustahkamlanish yoʻlida davom etib, 26 iyulda "Korxonalar bankrotligi toʻgʻrisidagi Qonunchilikni amalga oshirishga doir qoʻshimcha chora-tadbirlar haqida" Vazirlar Mahkamasining 362-sonli Qarori qabul qilindi. Qaror oʻz ichiga quyidagilarni olgan:

Oʻzbekiston Respublikasi Makroiqtisodiyot va statistika vazirligi xuzuridagi Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari qoʻmitasi toʻgʻrisida Nizom[44];

Sudgacha sanasiyadan oʻtkazish tartibi toʻgʻrisida Nizom;

Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari qoʻmitasi xuzuridagi Korxonalarni sanasiyalash jamgʻarmasi toʻgʻrisida Nizom[45];

Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining qarorlariga kiritiladigan oʻzgartirishlar Roʻyxati. Qarorning qabul qilinishi bankrotlikka oid ishlarning tezlashuvi, huquqiy tushunmovchiliklarning

[44] Мазкур Низом ЎзР ВМ 18.02.2004 й. 77-сон Қарорига мувофиқ ўз кучини йўқотган

[45] Мазкур Низом ЎзР ВМ 04.08.2005 й. 185-сон Қарорига мувофиқ ўз кучини йўқотган

kamayishi hamda bankrotlikka oid jinoiy ishlarning tartibga solinishiga olib keldi.

Uchinchi bosqich, 2003-2008 yillgacha. Bu bosqich modernizasiyalash uchun qilinadigan xarajatlar hisobidan qo‘shimcha soliqlar bo‘yicha imtiyozlar yaratib berish, “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonunga qo‘shimchalarni kiritilish va yangi tahririning qabul qilinishi, kuzatuv va sud sanasiyasi taomillarining joriy etilishi, barcha bankrotlik taomillariga sud boshqaruvchilarini masul etib qo‘yilishi, Iqtisodiyot Vazirligi huzuridagi Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari Qo‘mitasining vazifalari, va boshqa faoliyatlarini tashkil etish choralarini ishlab chiqilishi korxonalarning moliyaviy-iqtisodiy monitoringi va tahlilini o‘tkazish mezonlarini aniqlash tartibini takomillashtirilishi, O‘zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash Qo‘mitasini tashkil etilishi va Iqtisodiyot Vazirligi huzuridagi Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari Qo‘mitasini uning tarkibiga kiritilishi, sud boshqaruvchilari faoliyatini va ularni attestasiyadan o‘tkazish qonun-qoidalarini yanada takomillashtirilishi, tadbirkorlik subektlari-yuridik shaxslarni ixtiyoriy tugatish va tadbirkorlik subektlari-jismoniy shaxslar faoliyatini to‘xtatish tartibini belgilanishidan iborat.

Bankrotlikka oid ishlarning ko‘payishi, Respublikamizda bankrotlikni boshqarishda huquqiy va amaliy jihatdan tajribani oshirdi va shu bilan birgalikda bankrotlik ishlarini tashkiliy-iqtisodiy tomonlarini va huquqiy tartibga solishdagi kamchiliklar hamda qonunda ham bo‘shliqlar mavjudligini ko‘rsatdi. Yuqoridagi masalalar bo‘yicha kamchiliklarni bartaraf etish maqsadida ikkinchi tahrirdagi “Bankrotlik to‘g‘risida”gi qonunga o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritish ehtiyojini keltirib chiqardi.

Bankrotlik to‘g‘risidagi milliy qonunchilik mulkiy munosabatlarda ishonchsiz ishtirokchilarni chiqarib tashlash g‘oyasini ilgari suradi. Shu bilan bir qatorda shunisi ham aniqki, har bir xo‘jalik yurituvchi subekt o‘z tadbirkorlik faoliyatini tavakkalchilik asosida olib boradi va mana shu tavakkalchilikning maksimal darajasi sifatida bankrotlikka uchrash ehtimoli tan olinishi kerak. Bu xo‘jalik yurituvchi subektlarning

bankrotligidan jamiyat manfaatdor degani emas. Aynan mana shuning uchun ham, qonunchilik o‘zini qayta tiklash imkoniyatini beruvchi taomillarni nazarda tutadi. Bu qonunning barcha tahrirlarida mavjud. Misol, 1994 yil birinchi tahrirdagi qonun sanasiya ko‘rinishidagi taomilni nazarda tutib, uning maqsadi qarzdor yuridik shaxsni xo‘jalik subekti sifatida saqlab qolishdan iborat edi. 1998 yilgi ikkinchi tahrirdagi qonunda xo‘jalik yurituvchi subektlarni bankrotlikdan saqlab qolishning qo‘shimcha taomili tashqi boshqaruv joriy qilindi. Hozirda amalda bo‘lgan yangi tahrirdagi qonunda xo‘jalik yurituvchi subektlarning moliyaviy tiklanishini maqsad qilib qo‘ygan yangi taomil – sud sanasiyasi qo‘shildi. Bundan tashqari, barcha tahrirlarda qarzdorning tadbirkorlik faoliyatini davom ettirishini kafolatlaydigan taomil – qarzdor va kreditor o‘rtasida kelishuv bitimining tuzilishi tartibi hamda asoslari mustahkamlangan.

2005 yilga kelib, korxonalar uchun tahlil o‘tkazish sifatida hukumat tomonidan belgilangan mezonlarni [46] yangilashga ehtiyoj sezildi. Shundan so‘ng, iqtisodiyot Vazirligi huzuridagi Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari Qo‘mitasining 2005 yil 16 martda “Korxonalarning moliyaviy-iqtisodiy monitoringi va tahlilini o‘tkazish mezonlarini aniqlash tartibi to‘g‘risida Nizomni tasdiqlash haqida”gi №GS-05/0271/1-sonli Qarori [47] qabul qilindi. Korxonalarning moliyaviy-iqtisodiy monitoringi va tahlilini o‘tkazish mezonlarini aniqlash tartibi to‘g‘risidagi Nizom mazkur qarorga ilova tariqasida kelitirib o‘tilgan. Nizom eski mezonlar tizimidan tubdan farq qilgan va o‘zida 7 ta asosiy moliyaviy koeffitsientlarni aks ettiradi.

2005 yil 30 aprelda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash davlat Qo‘mitasini tashkil etish

[46] Корхонанинг иқтисодий ночорлиги белгиларини аниқловчи мезонлар тизими” Ўзбекистон Республикаси Макроиқтисодиёт ва статистика Вазирлиги ҳузуридаги Иқтисодий ночор корхоналар ишлари Қўмитаси томонидан 1999 йил 27 июлда 12-сон билан тасдиқланган, Молия Вазирлиги билан 1999 йил 18 августда Н ЭГ/17-05/1725-сон билан келишилган, Адлия Вазирлигида 1999 йил 28 августда 803-сон билан рўйҳатдан ўтган.

[47] Ўзбекистон Республикаси Адлия Вазирлиги томонидан 2005 йил 14 апрелда 1469-сон билан рўйҳатга олинган.

to‘g‘risida” PF-3602 sonli Farmoni[48] qabul qilindi. Farmonga asosan O‘zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo‘mitasi, O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi huzuridagi Iqtisodiy nochor korxonalar ishlari qo‘mitasi hamda O‘zbekiston Respublikasi Davlat mulkini boshqarish va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash davlat qo‘mitasining kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish boshqarmasi negizida O‘zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash davlat qo‘mitasi tashkil etildi. Shuningdek, Qo‘mitaning vazifalaridan biri sifatida iqtisodiy nochor korxonalar to‘g‘risidagi masalalarni hal etish chog‘ida davlat manfaatlarini ifoda etish, korxonalarni tarkibiy jihatdan o‘zgartirish va ularning bankrotligi sohasida davlat boshqaruvi vazifalarini amalga oshirish deb belgilandi.

To‘rtinchi bosqich 2009 yildan hozirgi davrlargacha. Bu bosqich bankrotlik bo‘yicha ishlarni ommaviy axborot vositalarida e’lon qilinishi takomillashtirishi monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash Qo‘mitasining kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subektlari bilan shug‘ullanuvchi bo‘limi Savdo-sanoat palatasi va tadbirkorlik subyektlarining Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari uyushmasi sifatida ajratib yuborilishi. Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish qo‘mitasi tarkibidagi iqtisodiy nochor korxonalar ishlari bo‘limi strukturasining o‘zgartirilishini o‘z ichiga oladi.

Respublikamizda olib borilayotgan barcha yo‘nalishdagi islohotlar bugungi kunga kelib o‘zining asl natijalarini sekin-astalik bilan berib kelmoqda. Bu holatni har bir sohadagi o‘zgarishlar, yangilanishlar va ularni yo‘naltiruvchi huquqiy asoslarning bosqichma-bosqich takomillashib borayotganligidan ko‘rish mumkin. Xuddi shuningdek, Respublikamizning bankrotlik instituti hamda inqirozga qarshi choralari ham o‘zining bosichma-bosqichlik ko‘rinishiga ega bo‘lib, uning takomillashishi natijasida yildan-yilga bankrotlikning tashkiliy-huquqiy asoslari rivojlanishi bilan birgalikda iqtisodiy nochor va zarar ko‘rib

[48] Мазкур Фармон Ўзбекистон Республикаси Президентининг 26.02.2010 й. Фармонига мувофиқ ўз кучини йўқотган

ishlayotgan korxonalarnining moliyaviy barqarorligi va raqobatbardoshlik darajasi o‘sib bormoqda.

Tayanch so‘z va iboralar

Bankrotlik, iqtisodiy barqarorlik, to‘lovga layoqatlilik, siyosiy inqiroz, ekologik inqiroz.

Nazorat uchun savollar

8. *Bankrotlik me’zonlari.*
9. *Bankrotlikning oldini olishga qaratilgan chora-tadbirlar.*
10. *Korxonalarning to‘lovga layoqatlilik darajasi.*
11. *Bankrotlik va korxonalarning iqtisodiy barqarorligi tushunchasi.*
12. *Bankrotlik holati yuzaga kelish sabablari*

Test topshiriqlari

1. Xo‘jalik subyektlari tomonidan e’tirof etilgan, qarzdorning pul munosabatlari bo‘yicha kreditorlar talablarini to‘la hajmda qondirishga majburiy to‘lovlar bo‘yicha o‘z majburiyatini to‘la hajmda bajarishga qodir emasligiga nima deyiladi?

A. Bankrotlik
B. Likvidlilik
C. Qarzdorlik
D. Barqarorlik

2. Tashxislash vaqtida moliyaviy inqirozlarning kirib kelish parametrlarini identifikasiyalash nimadan kelib chiqqan holda amalga oshiriladi?

A. Inqirozning rivojlanish indikatorlaridan
B. Balans ko‘rsatkichlaridan
C. Makroiqtisodiy ko‘rsatkichlardan

D. Moliyaviy natijalardan

3. To‘lovga qobiliyatsizlikni bartaraf etish, moliyaviy barqarorlikni tiklash, uzoq muddatli istiqbolda korxonaning barqaror o‘sishini moliyaviy jihatdan ta’minlash inqirozga qarshi boshqaruvning qaysi bosqichida e’tibor qaratiladi?

A. Moliyaviy inqiroz ko‘lamidan kelib chiqqan holda korxonani moliyaviy barqarorlashtirish mexanizmlarini tanlash bosqichida

B. Moliyaviy inqiroz alomatlarini oldindan aniqlash maqsadida korxona moliyaviy holati doimiy monitoringini amalga oshirish

C. Tashxislash vaqtida moliyaviy inqirozlarning kirib kelish parametrlarini identifikasiyalash

D. Moliyaviy inqiroz ko‘lamidan kelib chiqqan holda korxonani moliyaviy barqarorlashtirish mexanizmlarini tanlash bosqichida

4. Korxonani moliyaviy inqiroz holatidan chiqarish bo‘yicha chora-tadbirlar kompleks dasturida ichki manbalar hisobiga shakllantiriladigan moliyaviy resurslar miqdori doirasida nimaga e’tibor qaratiladi?

A. Moliyaviy barqarorlashtirishning ichki mexanizmlaridan yuqori darajada foydalanishga

B. Moliyaviy barqarorlashtirishning ichki mexanizmlaridan umuman foydalanmaslikka

C. Moliyaviy barqarorlikni nazorat qilishga

D. Moliyaviy barqarorlashtirishning tashqi mexanizmlaridan yuqori darajada foydalanishga

5. Quyidagi keltirib o‘tilganlar qaysi ko‘rsatkichlar tizimini tashkil qiladi? Biver koeffisiyenti, Joriy likvidlik koeffisiyenti, Moliyaviy leveredj, Sof aylanma mablag‘larni

jami aktivlar bilan qoplanish koefisienti, Iqtisodiy rentabellik.

A. Bankrotlikni tashxislash ko‘rsatkichlari

B. Bankrotlik ehtimoli ko‘rsatkichlari

C. Likvidlik ko‘rsatkichlari

D. Moliyaviy holat ko‘rsatkichlari

6. Qaysi bosqichda inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv kuchsiz signallar bo‘yicha boshqaruv sifatida tavsiflanadi va asosan ogohlantiruvchi ahamiyat kasb etadi?

A. Korxonaning inqirozoldi moliyaviy holatini tashxislash vaqtida moliyaviy inqirozning oldini olish bo‘yicha profilaktik chora-tadbirlar tizimini ishlab chiqish

B. Korxonani moliyaviy inqirozdan chiqarishning kompleks dasturini ishlab chiqish va amalga oshirish

C. Moliyaviy inqiroz ko‘lamidan kelib chiqqan holda korxonani moliyaviy barqarorlashtirish mexanizmlarini tanlash

D. Tashxislash vaqtida moliyaviy inqirozlarning kirib kelish parametrlarini identifikatsiyalash

7. Tashxislash vaqtida moliyaviy inqirozlarning kirib kelish parametrlarini identifikatsiyalash nimadan kelib chiqqan holda amalga oshiriladi?

A. Inqirozning rivojlanish indikatorlaridan

B. Balans ko‘rsatkichlaridan

C. Moliyaviy natijalardan

D. Makroiqtisodiy ko‘rsatkichlardan

8. To‘lovga qobiliyatsizlikni bartaraf etish, moliyaviy barqarorlikni tiklash, uzoq muddatli istiqbolda korxonaning barqaror o‘sishini moliyaviy jihatdan ta’minlash inqirozga qarshi boshqaruvning qaysi bosqichida e’tibor qaratiladi?

A. *Moliyaviy inqiroz ko‘lamidan kelib chiqqan holda korxonani moliyaviy barqarorlashtirish mexanizmlarini tanlash bosqichida*
B. *Tashxislash vaqtida moliyaviy inqirozlarning kirib kelish parametrlarini identifikatsiyalash*
C. *Moliyaviy inqiroz alomatlarini oldindan aniqlash maqsadida korxona moliyaviy holati doimiy monitoringini amalga oshirish*
D. *Moliyaviy inqiroz ko‘lamidan kelib chiqqan holda korxonani moliyaviy barqarorlashtirish mexanizmlarini tanlash*

9. Moliyaviy risklarni kamaytirishning limitlashtirish usuli deganda nimani tushunasiz?

A. *Bu harajatlar me’yorini, kreditning yuqori chegarasini va bosqa chegaralarni belgilashdir*
B. *Joriy xo‘jalik faoliyatini amalga oshirish jarayonida berilayotgan huquq va imtiyozlardan foydalanish*
C. *Moliyaviy-xo‘jalik faoliyatida resurslardan foydalanish darajasini o‘rganishdir*
D. *Bu sarmoyalarni va tovar-moddiy resurslarni har xil soha yo‘nalishlari bo‘yicha taqsimlash orqali korxona riskini kamaytirishdan iborat*

10. Moliyaviy aktivning bozor riski qanday o‘lchanadi?

A. *Beta’ - koeffitsient asosida*
B. *Variatsiya koeffitsienti asosida*
C. *Dispersiya asosida*
D. *O‘rtacha kvadratik farqlanish asosida*

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 14 декабрдаги “Давлат иштирокидаги корхоналарни молиявий соғломлаштириш тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 1013-сонли Қарори.
2. “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni.
3. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. - Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU, 2017. - 488 b.
4. Mirziyoyev Sh.M.Tanqidiy tahlil, qatiy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. - Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU, 2017. - 104 b.
5. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O‘zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. - Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU, 2017. - 56 b.
6. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta’minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. - Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU, 2017. – 48 b.
7. Арнольд Г. Руководство по корпоративным финансам: Пособие. Пер. с англ. М.А. Епанов. –М.: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 722 с.
8. Baker, H. Kent (Harold Kent), Dividends and dividend policy, JohnWiley& Sons, Inc., Hoboken, New Jersey 2009.
9. Брусов П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: Учебное пособие / П.Н.Бурусов, Т.В.Фиоатова. -2-е изд., - М.: КНОРУС, 2013. -232 с. - (Бакалавриат).
10. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: Учебний курс. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Элга, Ника-сентр, 2004. – 656 с.
11. Брейли Р., Маерс С. Принципы корпоративных финансов / пер. с англ. Н.Баришниковой. – М.:ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2014. – 1008 с.

12. Brigham E.F. Financial management: theory and practice. 13th editon, 2010, - Mason, USA.

13. Бандурин А.В., Гуржиев В.А., Нургалиев Р.З. Финансовая стратегия корпорации. -М.: Юнити, 2006.-324 с.

14. Vahobov A.V., Malikov T.S. Moliya. Darslik/Toshkent Moliya instituti. - Toshkent: Noshir, 2012. 712-bet.

15. Гладишева Е.В. Финансовый менеджмент: конспект лекций /ва. – Ростов н /Д: Феникс, 2014. – 158 с.

16. Герасименко А. Финансовый менеджмент – это просто. Базовый курс для руководителей и начинающих специалистов / А. Герасименко. – 5-е изд. – М.:Альпина Паблишер, 2021. – 481 с.

17. Грачев А.Н. Финансовая устойчивость предприятия. Критерии и методы оценки в рыночной экономике. Учеб. пособ. - М.: Дело и Сервис, 2010. – 400 с.

18. Друкер, Питер Ф. Менежмент в некоммерческой организации:принципы и практика: Пер. С анг. – М.: И.Д. Вильямс, 2007. – 304с.

19. Elmirzayev S. Korporativ moliya. O‘quv qo‘llanma / O‘zRO va O‘MTV TMI. - T: “Iqtisod-moliya”, 2015. 272 bet.

20. Jamec C.Van Horne, John M.Vachowicz JR. Fundamentals of financial management. Eleventh edition. Prentice Hall, Inc., 2001 p. 141

21. Клоб Б. Состав преступления и понятие банкроства // Законност. – Москва, 1998. - №1. – с. 48-49.

22. Ковалев В.В. Основы теории финансового менеджмента: учеб.пособ. –М.: ТК Велби, 2008.-544с.

23. Ковалев В.В., Ковалев Вит. В. Финансовий менеджмент в вопросах и ответах: учебное пособие. – Москва : Проспект, 2013. – 304 с.

24. Ковалев П.П. Особенности оценки рисков инвестиционных проектов. // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017 г., том с. 251-260.

25. Колб Р.В. Родригес Р.Дж. Финансовый менеджмент: Учебник. /Пер. 2-го англ. изд. - М: Финпресс, 2001. - 496 с.

26. Лукасевич И. Я. Финансовий менеджмент: Учебник. - Москва: ЭКСМО, 2010. – 768 с.

27. Ле Хоа. Новий закон Российской Федерации о несостоятелности (банкростве): взгляд зарубежного экономиста // Экономика и жизн. – Москва, 1998. – №1. – с. 20.

28. Лялин В.А., Воробьев П.В. Финансовый менеджмент: Уч. пос. /3-е изд. – СПб.: Изд. СПбГУ, 2004. - 297 с.

29. Ломакин В.К. Налоговое планирование и прогнозирование. Учебник / 5-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 671 с.

30. Михайлов Д.М. Мировой финансовый рынок: тенденции и инструменты. – М.: Издательство Экзамен, 2016. – С.150

31. Румянцева Е.Е. “Финансовый менеджмент”. – М.: Юрайт, 2019. – 360 б.

32. Свиридов О.Ю. Финансовый менеджмент: 100 экзаменационных ответов /О.Ю. Свиридов, А.А.Лисоченко. – Раствор н/Д: Феникс, 2014. – 251 с. - (Зачет и экзамен).

33. Toshmurodova B., Hamdamov O. Moliyaviy menejment. O‘quv qo‘llanma. – T.: Iqtisod-moliya, - 2012 y.

34. Toshmurodova B.E., Elmirzayev S.E., Tursunova N.R. Moliyaviy menejment. Darslik / O‘zRO va O‘MTV TMI. – T: “Iqtisod-moliya”, 2017. – 338 bet.

35. Toshmurodova B.E., Elmirzayev S.E., Axmedov X.R. Korporativ moliya strategiyasi. O‘quv qo‘llanma / O‘zRO va O‘MTV TMI. –T: “Iqtisod-moliya”, 2013. – 128 bet.

36. Fung L. Financial management. Stewart House, 2012 y, p. 38.

37. Филатова Т.Б. Финансовый менеджмент: Учеб. Пособие. – М.:ИНФРА- М, 2014. – 236 с. (Висщее образование: Бакалавриат).

38. Шимко П.Д. Международный финансовый менеджмент: учебник и практикум. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: “Юрайт”, 20494 с.

39. Yuldashev A., Sirojiddinov I., Xusainov M. Moliyaviy menejment. O‘quv qo‘llanma. – Toshkent: VORIS-NASHRIYOT, 2013. – 272 b.

Internet saytlari:

- www.mf.uz – O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi sayti;
- www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi Hukumati sayti;
- www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligi portali;
- http://www.soliq.uz – Davlat soliq qo‘mitasining rasmiy veb sayti;
- www.stat.uz – O‘zbekiston Respublikasi Statistika qo‘mitasi;
- www.uzreport.com – O‘zbekiston Respublikasi axborot agentligi;
- www.ziyonet.uz – O‘zbekiston Respublikasi ta’lim portali.
- https://www.suredividend.com/ - Инвесторлар учун консултация маркази расмий веб сайти.

MUNDARIJA

KIRISH..... 3
I BOB. “MOLIYAVIY MENEJMENT” FANINING PREDMETI, OBYEKTI, MAQSAD VA VAZIFALARI
1.1. “Moliyaviy menejment” fanining predmeti, obyekti, maqsadi va vazifalari..... 5
1.2. “Moliyaviy menejment” fanining rivojlanish tarixi..... 7
1.3. “Moliyaviy menejment” fanining tarkibiy tuzilishi va boshqa fanlar bilan bog‘liqligi..... 11
1.4. Moliyaviy menejmentning boshqaruv subyektlari..... 16
II BOB. MOLIYAVIY MENEJMENTNING KONSEPTUAL ASOSLARI
2.1. Moliyaviy menejmentning iqtisodiy mohiyati..... 23
2.2. Moliyaviy menejmentning asosiy maqsadi va vazifalari…….. 27
2.3. Moliyaviy menejmentning funksiya va tamoyillari…….. 30
2.4. Moliyaviy menejment konsepsiyalari…… 35
2.5. Kapital tarkibi va dividend siyosati nazariyasi…….. 40
III BOB. MOLIYAVIY MENEJMENTNI TASHKIL ETISH MEXANIZMI VA KORXONALARDA TASHKILIY XUSUSIYATLARI
3.1. Moliyaviy menejment xizmatlari mohiyati, ahamiyati va turlari..... 46
3.2. Moliyaviy menejmentni tashkil etish bosqichlari…….. 49
3.3. Turli korxonalarda moliyaviy menejment xizmatlarini tashkil etishning o‘ziga xos xususiyatlari..... 52
3.4. Korxonalarda moliyaviy faoliyatni tashkil etish mexanizmi..... 56
IV BOB. MOLIYAVIY MENEJMENTNING MATEMATIK ASOSLARI
4.1. Moliyaviy menejmentning matematik asoslari…….. 61
4.2. Foiz stavkalarining turlari…….. 62
4.3. Diskont stavkasi uning o‘ziga xos xususiyatlari. Annuitetlar va ularning o‘ziga xos xususiyatlari…….. 68
4.4. Fisher formulasi va uning o‘ziga xos xususiyati…… 75
V BOB. KORXONALARDA MOLIYAVIY QAROR QABUL QILISH ASOSLARI
5.1. Moliyaviy strategiyani belgilash orqali moliyaviy qarorlar qabul qilishni tashkil etish..... 80
5.2. Korporativ tuzilmalarda moliyaviy qarorlar qabul qilishning

dominant sohalari tavsifi…….. 86
5.3. Korporativ tuzilmalarda moliyaviy strategiya ishlab chiqish va amalga oshirish bosqichlarining ozaro ketma-ketligi…….. 90
5.4. Moliyaviy qarorlar qabul qilishda strategik moliyaviy tahlil va uning asosiy yo‘nalishlari..... 94
5.5. Korxona moliyaviy strategiyasi tamoyillari. Korxona moliyaviy faoliyatining strategik maqsadlari va ularning shakllanishi..... 100
VI BOB. MOLIYAVIY REJALASHTIRISH VA BUDJETLASHTIRISH
6.1. Korxonalarda moliyaviy rejalashtirishning maqsad va vazifalari..... 110
6.2. Moliyaviy rejalashtirishni amalga oshirish bosqichlari..... 113
6.3. Korporativ tuzilmalarda moliyaviy rejalashtirish metodlari..... 115
6.4. Moliyaviy rejalashtirish turlari va prinsiplari. Moliyaviy prognozlashtirish va uning ahamiyati..... 118
VII BOB. KORXONA PUL OQIMLARINI BOSHQARISH
7.1. Korxona pul mablag‘lari harakatini boshqarish maqsad va vazifalari……. 124
7.2. Korxonalarda faoliyat turlari bo‘yicha pul oqimlari harakatini boshqarish..... 127
7.3. Korxonalarda pul fondlarini shakllantirish masalalari…… 130
7.4. Amortizasiya fondi va undan samarali foydalanish yo‘llari….. 134
VIII BOB. KAPITALNI VA MOLIYAVIY TA’MINOT JARAYONINI BOSHQARISH
8.1. Korxonalar faoliyatini moliyalashtirish manbalari va ulardan foydalanish…….. 140
8.2. Moliyaviy ta’minot jarayonida kapitalning optimal tarkibini belgilash…….. 146
8.3. Xususiy kapital qiymati va uni aniqlash…….. 156
8.4. Korxona qarz kapitali qiymati va uni aniqlash…… 159
8.5. Moliyaviy leveridj koeffisiyenti va moliyaviy tayanch samaradorligi…….. 164
XIX BOB. INVESTISION QARORLAR QABUL QILISH ASOSLARI
9.1. Real investisiya loyihalarini moliyaviy-iqtisodiy asoslash……. 173
9.2. Moliyaviy investisiyalar portfeli bo‘yicha risk va daromadlilikni aniqlash…….. 176
9.3. Qimmatli qog‘ozlarga qo‘yilgan investisiyalar va ular

daromadliligini baholash…… 181
9.4. Korxona moliyaviy menejerining investision qarorlari……... 187
X BOB. DEBITORLIK VA KREDITORLIK QARZLARINI BOSHQARISH
10.1. Korxonalarda debitorlik va kreditorlik qarzlarining vujudga kelish sabablari……... 193
10.2. Korxonalarda debitorlik va kreditorlik qarzlarini boshqarishning asosiy jihatlari……... 197
10.3. Debitorlik va kreditorlik qarzlarini boshqarish siyosat turlari va ulardan korxona uchun optimalini tanlash masalalari……... 202
10.4. Debitorlik qarzlarini qayta investisiya qilishning zamonaviy shakllari va ulardan foydalanish masalalari…… 207
XI BOB. KORXONALARDA MOLIYAVIY RISKLARNI BOSHQARISH
11.1. Moliyaviy risklarni boshqarish moliyaviy menejmentning asosiy boshqaruv obyektlaridan biri sifatida…….. 213
11.2. Moliyaviy risklarni boshqarishning maqsad va vazifalari. Moliyaviy risklarni boshqarish prinsiplari va metodlari…… 216
11.3. Korxona moliyaviy resurslarga ta’sir etuvchi xavf-xatarlarni minimallashtirish…… 220
11.4. Moliyaviy risklarni boshqarish mexanizmlari. Moliyaviy risklarni baholovchi ko‘rsatkichlar……. 223
XII BOB. KORXONALARDA XARAJATLARNI BOSHQARISH
12.1. Korxonalarda xarajatlarni boshqarishning mohiyati va ahamiyati…… 232
12.2. Korxonalarda xarajatlarni boshqarish bosqichlari……. 235
12.3. Korxona xarajatlarining tasniflanishi. Mahsulot ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish yo‘llari……. 239
12.4. Korxonalarda mahsulot ishlab chiqarish zararsizlik nuqtasi…. 247
12.5. Korxona xarajatlarining samaradorlik ko‘rsatkichlari……... 250
XIII BOB. KORPORATIV TUZILMALARDA SOLIQ MENEJMENTINI TASHKIL ETISH
13.1. Soliq menejmentining iqtisodiy mohiyati, tasniflanishi va vazifalari. Soliq menejmentining tarkibiy qismlari…… 256
13.2. Korporativ soliq menejmentining tashkiliy yo‘nalishlari va unda soliq imtiyozlaridan samarali foydalanish……. 261
13.3. Korporativ tuzilmalarda soliq risklarini boshqarish…….. 264
13.4. Korxonalarda soliq yukini aniqlash va uning moliyaviy

holatga ta’sirini kamaytirish masalalari……. 266
XIV BOB. KORXONALARDA NARX SHAKLLANISH JARAYONINI BOSHQARISH
14.1. Korxonalarda narx siyosatining maqsad va asosiy yo‘nalishlari…… 276
14.2. Narxlarni shakllantirish metodlari……. 284
14.3. Narx strategiyasini shakllantirish bosqichlari…… 289
14.4. Transfert narxlar shakllanishi va ularni boshqarish……... 292
XV BOB. KORPORATIV TUZILMALARDA INQIROZGA QARSHI BOSHQARUVNING TASHKILIY XUSUSIYATLARI
15.1. Korxonalarda inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv mazmun-mohiyati……... 302
15.2. Korxonalarda inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv strategiyasi…….. 304
15.3. Korxonalarda inqiroz holatlarini baholovchi moliyaviy ko‘rsatkichlar…….. 308
15.4. Korxonalarda inqiroz holatlarining kelib chiqish sabablari….. 312
15.5. Korxona moliyaviy natijasiga salbiy ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillar. Korxonalarda moliyaviy sog‘lomlashtirish masalalari…… 319
XVI BOB. KORXONALARDA INQIROZGA QARSHI MOLIYAVIY BOSHQARUVNI TASHKIL ETISH
16.1. Bankrotlik va korxonalarning iqtisodiy barqarorligi tushunchasi. Bankrotlik holati yuzaga kelish sabablari..... 328
16.2. Korxonalar bankrotligiga ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillar 332
16.3. Bankrotlik me’zonlari. Bankrotlikning oldini olishga qaratilgan chora-tadbirlar……... 333
16.4. Korxonalarning to‘lovga layoqatlilik darajasi. O‘zbekiston Respublikasi “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonuni…… 340
Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati…… 352

A. Bektemirov

Moliyaviy menejment

darslik

Muharrir: Z.N. Bobodustov
Musahhih: M.O. Mardiyeva
Texnik muharrir: S. Saydullayev

Darslik SamISI Kengashining 2022 yil 31 - Oktabrdagi 3-son majlisida muhokama qilingan va chop etishga tavsiya etilgan.

“STAP-SEL” MChJ. Nashriyot - matbaa ijodiy bo`limi,
Samarqand - 2022.

ISBN: 978-9943-8583-9-8

Tasdiqnona № 033337 (27.07.2022)
Bosishga ruxsat etildi: 26.11. 2022 y.
© “STAP-SEL” MChJ. Nashriyot - matbaa ijodiy bo`limi,

06.12. 2022 yilda chop etildi.
Qog‘oz bichimi A5, 60x84 1/16, Ofset qog‘ozi.
“Times New Roman” garniturasi.
Nashr bosma tabog`i 22,5
Buyurtma № 0151A. Adadi 50 nusxa

Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
matbaa bo`limida chop etildi.
LICENSE № 025316.
REESTR № X-119112.
Manzil: Samarqand shahar, Shoxrux ko`chasi 60-uy.

ISBN: 978-9943-8583-9-8

