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

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

D.YU. XUJAMKULOV, D.A. ISMAILOV

INVESTITSIYA LOYIHALARINI BOSHQARISH

O’quv qo’llanma

O’zbekiston Respublikasi Oliy va o’rta maxsus ta’lim vazirligi
qoshidagi muvofiqlashtiruvchi Kengash tomonidan
5A230603 – Investitsiyalarni boshqarish(tarmoq va sohalar bo’yicha)
mutaxassisligida tahsil oluvchi magistratura talabalari uchun
o’quv qo’llanma sifatida tavsiya etilgan

Toshkent – 2019

UDK:

Xujamkulov D.Yu., Ismailov D.A. Investitsiya loyihalarini boshqarish. O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2019. – 302 b.

Ushbu o'quv qo'llanmada investitsiya, investitsiya loyihalarini boshqarish, investitsiya loyihalarining iqtisodiy tushunchasi va ularning turkumlanishi; real va moliyaviy investitsiyalar, ularning xususiyatli belgilari; real sektor va uning tarkibiy qismlari; investitsion siyosat; investitsion loyiha; loyiha daromadliligi va uni hisoblash usullari; innovatsiya hamda intellektual investitsiyalar kabi muhim iqtisodiy tushunchalarni yoritishga qaratilgan nazariy va amaliy bilimlar bayon etilgan. Shuningdek, mamlakatimizning jadal sur'atlarda rivojlanishi uchun iqtisodiyotni modernizatsiyalash, innovatsion tarzda qayta qurollantirish, mamlakatimizning jahon miqyosiga integratsiyalashuvi uzluksizligini ta'minlash kabi ustuvor vazifalarni amalga oshirishda investitsiya loyihalarining o'rni va zarurligi yoritib berilgan. O'quv qo'llanmada talabalarning investitsiya loyihalarini amalga oshirish bilan bog'liq barcha bilimlarni o'z ichiga olgan malaka va ko'nikmalarini shakllantiruvchi nazariy va amaliy bilimlar ham bayon etilgan.

O'quv qo'llanma oliy o'quv yurtlari magistrlari, talabalari, kollej o'quvchilari hamda bank-moliya sohasi xodimlariga mo'ljallangan.

Taqrizchilar:

T.I. Boboqulov – Toshkent moliya instituti "Bank ishi" kafedrasi professori, i.f.d.

N. Karimov – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti – Ta'lim sifatini nazorat qilish bo'limi boshlig'i, professor.

D.A. Raxmonov – BMA Moliya kafedrasi mudiri, i.f.d., dotsent.

O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi qoshidagi muvofiqlashtiruvchi Kengash tomonidan 5A230603 – Investitsiyalarni boshqarish (tarmoq va sohalar bo'yicha) mutaxassisligida tahsil oluvchi magistratura talabalari uchun o'quv qo'llanma sifatida tavsiya etilgan. Ro'yxatga olish raqami: 133-132. Buyruq raqami: 133-son. 2019-yil 9-fevral.

© - Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, 2019.

MUNDARIJA

KIRISH..... 6

1-BOB. LOYIHANI BOSHQARISH ASOSLARI VA KONSEPSIYASI..... 9

1.1. Investitsiya loyihasining tushunchasi, maqsadi va strukturasi..... 9

1.2. Loyihalarni tasniflash: katta va kichik, ichki va tashqi, texnik va notexnik, iqtisodiy va ijtimoiy xususiyatlari..... 15

1.3. Loyiha ishtirokchilari..... 22

1.4. “Loyihani boshqarish” tushunchasi. Loyihani boshqarish, investitsiyalarni boshqarish va funksional menejmentning o’zaro bog’liqligi..... 25

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 35

2-BOB. LOYIHA BO’YICHA INVESTITSIYA STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH..... 36

2.1. Investitsiya strategiyasi tushunchasi va uning ahamiyati……..... 36

2.2. Loyiha bo’yicha investitsiya strategiyasini ishlab chiqish tamoyillari va bosqichlari..... 38

2.3. Investitsiya strategiyasini shakllantirish va loyiha strategiyasini ishlab chiqish..... 44

2.4. Loyiha bo’yicha investitsiyalash maqsadi va strategik yo’nalishlarini (resurslardan foydalanish) aniqlash…….....…..... 49

2.5. Loyihaning innovatsion faoliyat xususiyatlari va innovatsiya strategiyasini ishlab chiqishning ahamiyati……..…….. 52

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 56

3-BOB. INVESTITSION LOYIHANI TAYYORLASHNI TASHKIL QILISH (INVESTITSIYA OLDI FAZASI)…….……... 57

3.1. Investitsion sikl, mazmuni va loyihani ishlab chiqish bosqichlari. Loyiha sikli bosqichlari..... 57

3.2. Loyiha konsepsiyasini ishlab chiqish. Loyihaning investitsion g’oyasini shakllantirish..... 62

3.3. Investitsion loyiha varinatlarini ishlab chiqish……... 65

3.4. Loyihaning hayotiylik sikli: investitsiya oldi, investitsion, ekspluatatsiya fazasi ……..... 69

3.5. Loyihaning dastlabki rejasi. Investitsiya oldi tadqiqotlari. Loyihani hayotiyligini baholash..... 72

3.6. Loyiha muhiti. Ishlab chiqarish faoliyatiga tayyorgarlik, loyiha-qidiruv bosqichlari va qurilish bosqichi hamda iqtisodiy ko’rsatkichlar monitoringi..... 75

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 78

4-BOB. LOYIHANING BIZNES-REJASI VA UNING TARKIBIY TUZILISHI..... 79
4.1. Biznes-rejalashtirishning mohiyati va vazifalari. Biznes-rejaning funksiyasi va tarkibiy tuzilishi..... 79
4.2. Biznes-rejaning umumiy ma'lumotlari va rezyumesi. Biznes-rejaning asosiy bo'limlari. Investitsion loyihalashtirishda biznes-rejaning xususiyatlari..... 84
Mustaqil o'zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 88

5-BOB. INVESTITSIYA LOYIHALARI MARKETINGI..... 89
5.1. Bozorni tadqiq qilishning zamonaviy konsepsiyasi mohiyati..... 89
5.2. Marketing tadqiqotlari. Bench marking..... 95
5.3. Loyiha marketingi dasturi va byudjeti. Loyihani amalga oshirish jarayonida marketingni boshqarish…….. 100
Mustaqil o'zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 107

6-BOB. LOYIHANING KAPITAL BYUDJETINI ISHLAB CHIQISH VA MOLIYALASHTIRISH MANBALARINI SHAKLLANTIRISH 108
6.1. Kapital tarkibining nazariy asoslari. Kapital qiymatini baholash. Loyihaning kapital byudjetini ishlab chiqish va u bo'yicha qarorlar qabul qilish..... 108
6.2. Loyihani investitsiyalash imkoniyatlari va kapitalni muqobil ishlatish variantlari..... 119
6.3. Loyiha qiymatini boshqarishning asosiy tamoyillari. Loyiha qiymatini boshqarish, byudjetlashtirish. Loyiha qiymatini nazorat qilish usullari..... 123
Mustaqil o'zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 130

7-BOB. LOYIHANING ISHLAB CHIQARISH REJASI..... 131
7.1. Loyihani amalga oshirishning asosiy bosqichlari. Qurilishning smeta qiymati va investitsion loyihaning umumiy xarajatlar tarkibi……... 131
7.2. Sanoat ishlab chiqarishini tashkil qilish va texnologiyalarini tanlash ……..... 145
7.3. Mahsulot va resurslarga bo'lgan talabni aniqlash ……... 148
7.4. Xaridlar va savdolarni o'tkazish. Savdolar qatnashchilari, ularni funksiyalari, jarayoni, shartnomalar va majburiyatlar..... 150
Mustaqil o'zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 154

8-BOB. INVESTITSIYA FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA INVESTITSIYA MUHITINING O'RNI..... 155
8.1. Loyihani rejalashtirish, tashkil etish va nazorat qilish usullari va ularning mazmuni. Loyihani boshqarishni tashkil qilishning maqsadi..... 155
8.2. Rejalashtirish va boshqarishning tashkiliy bosqichlari..... 158

8.3. Loyihani nazorat qilish va tartibga solish..... 160
8.4. Loyihadagi o'zgarishlarni boshqarish. Loyiha bo'yicha ishlarni monitoringi..... 166
Mustaqil o'zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 169

9-BOB. LOYIHA RISKLARINI BOSHQARISH……..... 170
9.1. Loyiha risklarini boshqarishning zarurligi. Loyiha risklarini boshqarishni tashkil etish..... 170
9.2. Risk turlari bo'yicha loyiha samaradorligiga ta'sirini baholash….. 174
9.3. Loyiha risklarining oldini olish chora-tadbirlari…….. 178
9.4. Loyiha risklarini pasaytirish chora-tadbirlari. Loyiha risklarini qoplash chora-tadbirlari..... 180
Mustaqil o'zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 184

10-BOB. LOYIHANING SIFAT MENEJMENTI…….. 185
10.1. Sifat boshqarishning kompleks tizimi va xarajatlari. Sifatni boshqarishning zamonaviy konsepsiyasi..... 185
10.2. Loyihaning sifat menejmentining dasturi. Me'yorlar va standartlar. Litsenzion faoliyatni amalga oshirish tartibi……. 190
10.3. Tugallangan qurilish ob'ektini ekspluatatsiyaga qabul qilish va uning sifatini baholash. Texnologiyalarga bo'lgan talab va uning sifatini tekshirish……. 195
Mustaqil o'zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 202

11-BOB. LOYIHA KOMANDASINI BOSHQARISH..... 203
11.1. Komandani shakllantirish va rivojlantirish..... 203
11.2. Komandaning samarali faoliyatini tashkil qilish..... 210
11.3. Komanda personalini boshqarish..... 212
Mustaqil o'zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 219

12-BOB. LOYIHANI YAKUNLASH..... 220
12.1. Loyihani ishga tushirishga tayyorlash. Uskunalarni ishga tushirish, dastlabki sinovdan o'tkazish va uning ish sifatini nazorat qilish..... 220
12.2. Daromadlar hisobiga investitsiyalar qoplanishi monitoringini olib borish. Loyiha samaradorligini baholash..... 221
Mustaqil o'zlashtirish va nazorat uchun savollar..... 224

TESTLAR SAVOLLARI..... 225

GLOSSARIY..... 256

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI..... 291

KIRISH

“Eng muhimi, investitsiya loyihalarini to’g’ri joylashtirish kerak. Bu borada investorlarning yagona talabi – loyiha mo’ljallangan joy zarur infratuzilma tarmoqlariga ega bo’lishidir.

Sh.M. Mirziyoyev.

Jahon iqtisodiyotida investitsiyalarga talab va taklif o’rtasida nomutanosiblik tendensiyasi hukm surmoqda. Bugungi kunda investitsiyalar oqimi taraqqiy etgan mamlakatlardan rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiyotiga faol yo’naltirilayotganligining guvohi bo’lmoqdamiz. Natijada rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiyotida to’g’ridan-to’g’ri investitsiyalar ulushi keskin oshib bormoqda.

O’z navbatida, investitsiyalar samaradorligini oshirish bilan bog’liq ko’plab muammolar mavjudligi investitsiya loyihalarini boshqarishni takomillashtirish zaruratini belgilab beruvchi asosiy omillardan biri bo’lib qolmoqda.

Ayni paytda, jahon amaliyotida xorijiy investitsiyalarni jalb etish va ularni iqtisodiyotning istiqbolli va yuqori texnologiyalarga asoslangan tarmoqlariga joylashtirish mexanizmlarini maqbullashtirish, investitsiya loyihalarini umummilliy va mintaqaviy darajada venchurli moliyalashtirish amaliyotini rivojlantirish, investitsiya muhiti jozibadorligini oshirish va investitsiya faoliyatini moliyaviy boshqarish vositalarining o’zaro muvofiqligini ta’minlash muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Investitsiya loyihalarini samarali boshqarivi bo’yicha O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyev “Biz iqtisodiyotimizga sarmoya kiritishga intiladigan investorlar uchun hududlar va tarmoqlar bo‘yicha investitsiya loyihalarini puxta shakllantira olsak, bu masalada ijobiy natijaga erishish mumkin, - deya ta’kidlab

o’tdilar[1]. Darhaqiqat, Prezident to’g’ridan-to’g’ri xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi loyihalarni so’zsiz amalga oshirish, chet ellik investorlarga har tomonlama yordam berish hukumatning eng muhim vazifasi bo’lishi kerakligini ta’kidladi. Investitsiyalarning asosiy qismini o’zlashtirishni yilning oxirgi oylariga surish amaliyotiga chek qo’yib, barcha tarmoqlar va hududlarda buni birinchi yarim yillikda kamida 35 foizga, to’qqiz oylikda 70 foizga yetkazish zarurligi qayd etildi.

2019 yilgi Investitsiya dasturiga 16,6 milliard dollarlik 3 mingdan ziyod loyiha kiritilgan. Bu 2018 yilga nisbatan 16 foiz ko‘pdir. Jumladan, joriy yilgi Investitsiya dasturi doirasida umumiy qiymati 3,2 milliard dollar bo‘lgan 140 ta ishlab chiqarish quvvatini foydalanishga topshirish rejalashtirilgan.

Xususan, mamlakatimiz mintaqalarida investitsiya faoliyatini tashkil qilish xususiyatlari, investitsiya loyihalarini moliyalashtirishda mintaqaviy venchurli fondlar faoliyatini tashkil etish, investitsiya loyihalarini kreditlashda sindikatlangan kreditlarni ajratish mexanizmlarini takomillashtirish, investitsiya faoliyatini tashkil etishda ichki resurslar, jumladan, aholi jamg’armalaridan foydalanish samaradorligini oshirish kabi masalalarga muhim ahamiyat qaratish lozim.

Tijorat banklari tomonidan yirik investitsiya loyihalarini sindikatli kreditlash usulini takomillashtirish banklarning uzoq muddatli resurs bazasini mustahkamlashni talab etadi. Buning uchun Markaziy bankning tijorat banklari uzoq muddatli depozitlariga nisbatan belgilangan majburiy zaxira stavkalarini pasaytirish hamda davlatga tegishli pul mablag’larini iqtisodiyotning tayanch tarmoqlarida sindikatli kreditlashni amalga oshirayotgan tijorat banklariga uzoq muddatli depozit sifatida joylashtirish hamda yuqori samarali loyihalarga berilgan kreditlarni sekyuritizatsiyalash orqali mablag’larni jalb etish banklarning investitsion loyihalarini moliyalashtirish imkoniyatlarini oshiradi.

Shuningdek, ushbu fanning asosiy maqsadi kelajakda investitsiya sohasidagi mutaxassislarga investitsiya loyihalarini boshqarishning nazariy asoslarini tushunib yetish, uni chuqur o’rganish omillariga asosiy e’tibor qaratish hamda baholashning

[1] Mirziyoyev Sh.M. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 2018-yil 28-dekabr.

samarali usullarini tanlash, muqobil variantlarini to’g’ri taqqoslash va to’g’ri moliyaviy qarorlar qabul qilishda mustahkam nazariy va amaliy bilim berish, tajribalarni o’rgatish, korxona iqtisodiyotini boshqarish va oqilona investitsion siyosat olib borishni o’rgatishdir.

“Investitsiya loyihalarini boshqarish” fanini o’rganish talabalarda investitsiya loyihalarini amalga oshirish bo’yicha qarorlarni qabul qilish, ularni moliyalashtirish, monitoringini olib borish, shuningdek, samaradorligini ta’minlash bilan bog’liq mustahkam bilimlarni shakllantirish hamda amaliy ko’nikmalarni hosil qilish vazifalarini o’zida namoyon etadi.

O’quv qo’llanma oliy o’quv yurtlari talabalari, kollej o’quvchilari hamda bank-moliya sohasi xodimlari va boshqa foydalanuvchilarga mo’ljallangan.

“Investitsiya loyihalarini boshqarish” fanini o’qitishning asosiy maqsadi talabalarda moliyaviy qo’yilmalarning maqbul yo’nalishlarini tanlash, ular samaradorligini aniqlash va ta’minlashda muhim ahamiyat egallovchi investitsiya loyihalarini boshqarishni tashkil etishning asosiy yo’nalishlari, zamonaviy usullaridan foydalanish bo’yicha bilim, ko’nikma va malakani shakillantirishdan iborat.

I-BOB. LOYIHANI BOSHQARISH ASOSLARI VA KONSEPSIYASI

1.1. Investitsiya loyihasining tushunchasi, maqsadi va strukturasi

O’zbekistonda amalga oshirilayotgan investitsiya siyosati mustaqillikning dastlabki yillaridanoq yoqilg’i energetika va don mustaqilligini ta’minlash, iqtisodiyotda tarkibiy o’zgarishlarni amalga oshirish, eksport salohiyatini oshirish va import o’rnini bosuvchi mahsulot ishlab chiqarishni ko’paytirish uchun ustuvor sohalarni qo’llab-quvvatlash, chet el investitsiyalarini jalb qilish uchun ochiq eshiklar siyosatini olib borish kabilarga qaratildi. Investitsiya siyosatni olib borishda quyidagi tamoyillarga asoslanildi:

- belgilangan davlat ustuvorliklari asosida eng muhim tarmoqlar va faoliyat sohalarini tanlab qo’llab-quvvatlash;
- ijtimoiy ahamiyatli tarmoqlarni (sog’liqni saqlash ta’lim, madaniyat va h.k.) aholi turmush darajasini yaxshilish, umrini uzaytirish, ijtimoiy jihatdan keskin tabaqalanishning oldini olish, iste’mol talabining faollashuvini ta’minlash maqsadida etarli darajada qo’llab-quvvatlash;
- chet el investitsiyalarini o’zaro manfaatdorlik asosida ustuvor sohalarga jalb qilish;
- potentsial investitsiya resurslarini savdo sohasi va pul bozoridan sanoat sohasiga qayta taqsimlash;
- ilmiy-tadqiqot, tajriba-konstruktorlik ishlarini qo’llab-quvvatlash, xorijdan yangi texnikalar uchun litsenziyalar sotib olish, katta laboratoriyalarni saqlab turishga quvvati etadigan yirik korporatsiyalar tuzish orqali ishlab chiqarish kapitalini jamlash hisobiga intelektual kapital va ilmiy-texnik potentsialni oshirish;
- qishloq xo’jaligi mahsulotlari va mineral xom ashyo resurslarini chuqur qayta ishlash va ularni tashqi bozorda raqobatbardosh bo’ladigan darajaga olib chiqishga yo’naltirilgan investitsiya loyihalarini qo’llab-quvvatlash;
- aholining oziq-ovqat va iste’mol tovarlariga bo’lgan ehtiyojlarini qondirishga mo’ljallangan ishlab chiqarish quvvatlarini jadal rivojlantirishni

investitsiyalar bilan ta’minlash;

- investitsiya jarayonlari ishtirokchilarining o’zaro aloqalarini tartibga solib turuvchi qonunchilik bazasini takomillashtirish.

Shu maqsadda davlat tomonidan mazkur yo’nalishlarda amalga oshiriladigan investitsiya loyihalarini qo’llab-quvvatlashga katta e’tibor qaratish zaruriyati ortadi.

“Loyiha” so’zi bugungi kunga kelib iqtisodiy nazariya va amaliyotda keng tarqalib ulgurdi. Uning mazmunini talqin qilishda ham turlicha qarashlar mavjudligi mazkur atamaning tub mohiyatini o’rganish va ochib berishga bo’lgan qiziqishni oshiradi.

Jahon bankining Iqtisodiy rivojlanish instituti mutaxassislari tomonidan aniqlanishicha loyiha: birinchidan, maqsadli faoliyat; ikkinchidan, foyda uning xarajatlaridan har doim ortiq bo’ladi; uchinchidan, u cheklangan vaqt va resurslarda qat’iy cheklanganlikka ega bo’ladi.

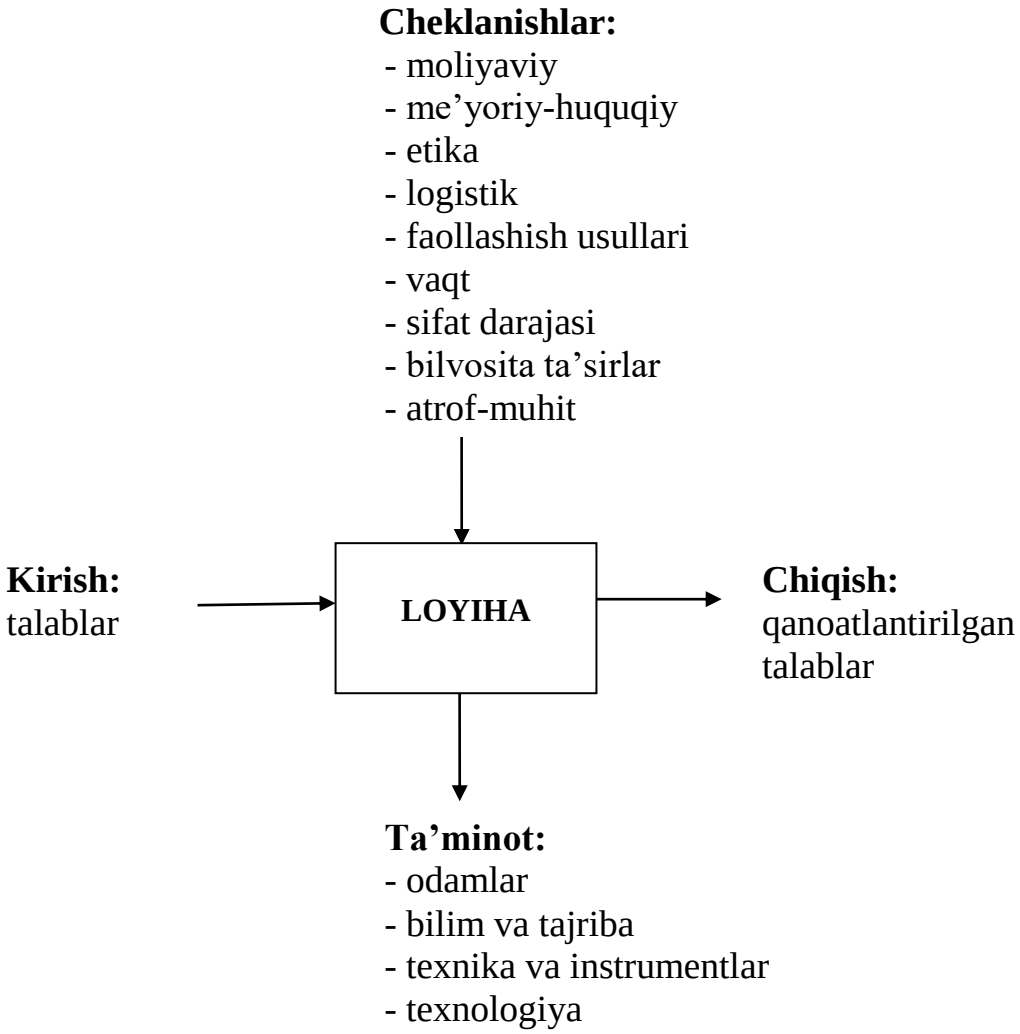
Iqtisodiy rivojlanish kompleks jarayon sifatida o’zini namoyon etadi va bunda mazkur sohada yuksalish bir qancha ko’rsatkichlar: yalpi ichki mahsulot, daromad, foyda, iste’mol darajasi, sog’liqni saqlash, umrning uzunligi, savodlilik, sifatning oshishi va shu kabilar orqali aks ettirilishi mumkin. Shu sababli ham loyiha g’oyasi barcha holatlar uchun bir xil mazmun kasb etmasligi mumkin va loyihani ishlab chiqish va uni baholashnig ham yagona namunaviy shakli bo’lishi mumkin emas. O’z navbatida, loyihalar ularning alohida elementlari va ko’rsatkichlarini ifodalovchi bir qator maqsadli tadbirlar, loyihani amalga oshirish va ko’zlangan natijaga erishishga qaratilgan boshqaruv tizimi va boshqalardan tashkil topadi.

Bunga ko’ra, uning mazmuniga berilgan turlicha ta’riflarni ham kuzatish mumkin:

Loyiha – muayyan boshlang’ich ma’lumotlar va talab etiladigan natijalar (maqsad) bilan bog’liq bo’lgan, uni yechish usulini o’zida mujassam etgan ayrim vazifa (“Loyihalarni boshqarish to’g’risida bilimlar Kodeksi”, Loyihalarni boshqarish instituti, AQSh);

Loyiha (angl. Project) – nima uylab topilgan yoki rejalashtiriladigan nimadir, masalan, katta korxona (tolkoviy slovar Webster).

Tizimli yondashish nuqtai nazaridan, loyiha bir qator cheklanishlar va mexanizmlar ishtirokida boshlang'ich holatdan yakuniy natijaga o'tish jarayoni sifatida qaratilish mumkin va uni quyidagi 1.1-rasm orqali ifodalash mumkin:

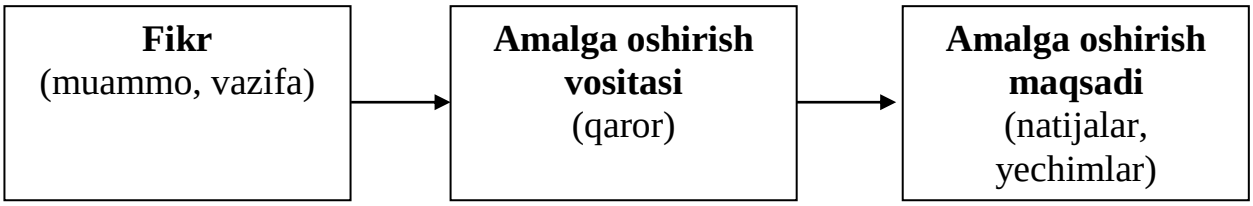


1.1-rasm. Loyiha boshlang'ich holatdan yakuniy holatga o'tish tizimi jarayoni sifatida

Loyihani amalga oshirish natijasi sifatida fizik ob'ektlar (bino, inshootlar) maydonga chiqqan holatlarda loyihaning aniqlanishi quyidagicha bo'lishi mumkin:

- loyiha – maqsadli yo'naltirilgan, oldindan ishlab chiqilgan va yaratilishi rejalashtirilgan yoki modernizatsiya qilinuvchi fizik ob'ektlarni, texnologik jarayonlar, ular uchun texnik yoki tashkiliy hujjatlashtirishni, moliyaviy, mehnat yoki boshqa resurslarni, shuningdek, ularning bajarilishi bo'yicha boshqaruv qarorlari va tadbirlar tizimi tushuniladi.

Loyiha o’z tarkibiga fikr (muammo), uni amalga oshirish vositasi (muammo yechimi) va amalga oshirish jarayonida olinadigan natijalarni qamrab oladi (1.2-rasm).



1.2-rasm. Loyihaning asosiy elementlari

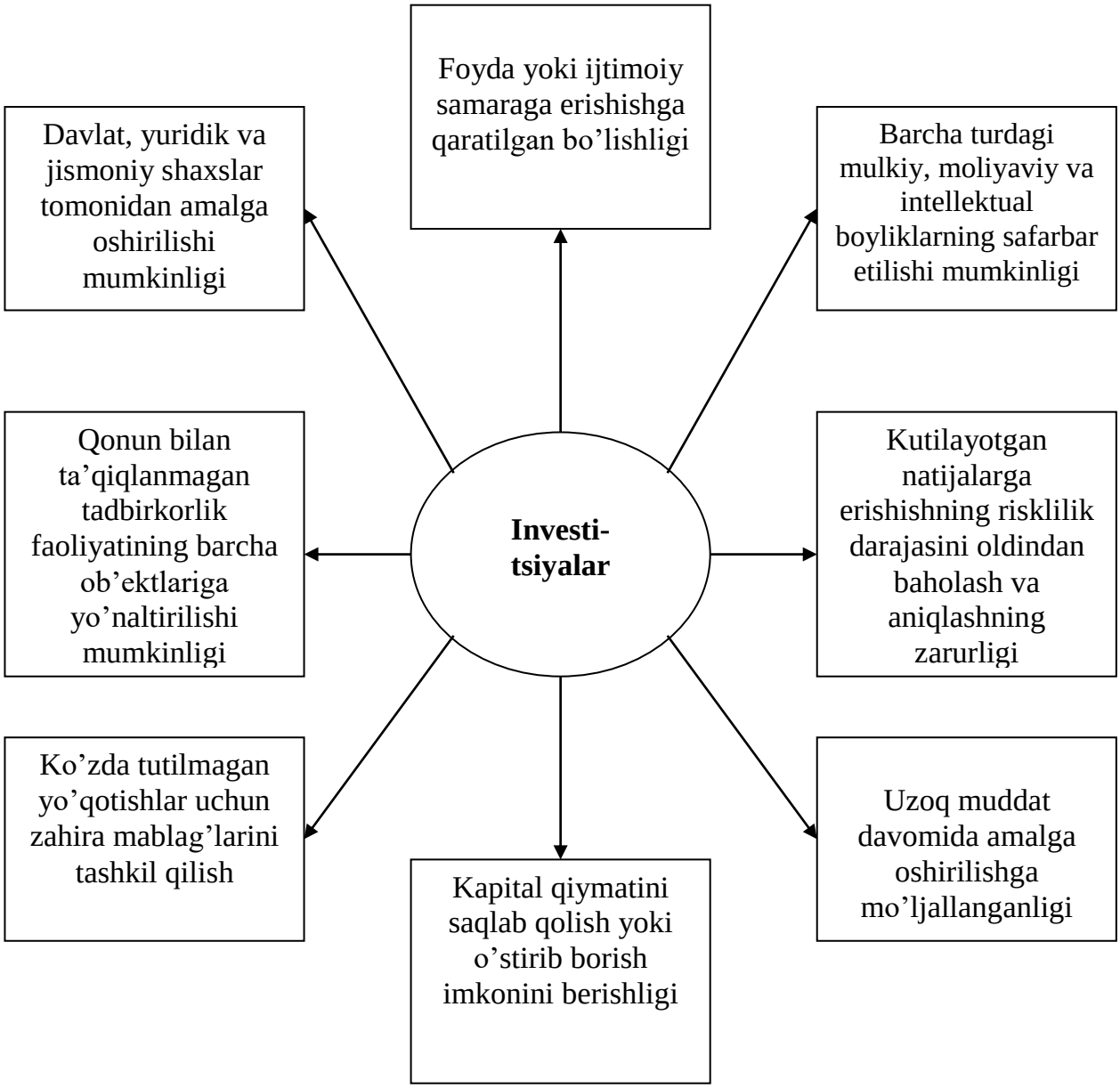
Har qanday loyihani amalga oshirish investitsiyalar bilan bevosita bog’liqdir. Shunga ko’ra, hayotda loyihalarning turli-tumanligidan kelib chiqib, unga yo’naltiriladigan investitsiyalarning ham yo’nalishlari, sohalari, manbalari, muddatlari, ishtirokchilari, investorlari, ahamiyati turlicha bo’ladi. Biroq, turli loyihalarga yo’naltirilgan investitsiyalarda shunday umumiylik saqlanib qoladiki, buni anglash maqqsadga muvofiqdir. Shunga muvofiq, biz uni “Investitsiyalar” tushunchasi mazmunini tavsiflovchi zaruriy belgilar qarab, ularni quyidagi 1.3-rasm orqali ifodalashimiz mumkin.

Loyiha atamasi bilan quyidagi tushunchalar o’zaro bog’langan:

- ❖ loyiha davri (bosqichi);
- ❖ loyiha tahlili;
- ❖ loyiha menejmenti;
- ❖ loyihani moliyalashtirish.

Bir qator iqtisodiyot tarmoqlarida, jumladan, aviatsionno-kosmik, transport, mashinasozlik, mudofa sanoati, og’ir sanoat kabi tarmoqlarda bugungi kunda yaratilayotgan ayrim ob’ektlar shu qadar murakkab tuzilmaga egaki, ular ustida kompleks ishlarni amalga oshirish loyiha tarkibida emas, aksincha, Dastur tarkibida, asosida, doirasida olib borilmoqda va bunday Dasturlar uzoqroq muddatga, kengroq ko’lamga ega bo’lib, asosiy maqsadga xizmat qiluvchi bir necha loyihani o’z ichiga olishi mumkin. Bu loyihalar dasturning xizmat muddati va ko’lami bo’yicha bir

nechtani tashkil etib, maqsadi, turi bo'yicha o'zaro farq qilishi mumkin. Bunday vaziyatda "loyiha" atamasi nisbatan qisqa muddatli maqsadlar bilan bog'liqlikka ega bo'ladi.



1.3-rasm. "Investitsiyalar" tushunchasi mazmunini tavsiflovchi zaruriy belgilar

Bugungi kunda O'zbekistonda ham katta hajmdagi investitsiyalarni talab etuvchi davlat Dasturlari amalga oshirilayotganligi barchamizga ayon va bunga qishloq joylarda aholini uy-joylar bilan ta'minlash va ular qurilishini amalga oshirish, sanoatni rivojlantirish, aholi uchun oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish, transport va aloqa tizimini rivojlantirish va boshqa (yonilg'i va energetika,

mashinasozlik, yo'llarni qurish va ta'mirlash, lokalizatsiya kabilar) davlat Dasturlarini misol qilib keltirish mumkin.

"Investitsiya loyihasi" tushunchasi 2 xil ma'noda talqin etiladi:

- muayyan maqsadlarga erishish (muayyan natijalarni olish)ni ta'minlovchi qandaydir harakatlar kompleksini amalga oshirishni nazarda tutuvchi ish, faoliyat, chora-tadbir sifatida;

- qandaydir harakat, faoliyatlarni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan tashkiliy-huquqiy, texnik, hisob-moliyaviy hujjatlar tizimi sifatida.

Birinchi holatdagi mazmunga "xo'jalik tadbiri", ish "ishlar yig'indisi", "loyiha" terminlari yaqin hisoblanadi.

Loyihaning amalga oshirilishi ma'lum ichki dinamik va tashqi muhit qurshovida yuz berib, unga ma'lum ta'sirini o'tkazadi. Shu bilan birga, qurilish loyihalarida bino etilayotgan qurilma konstruktsiyalariga tushadigan barcha turdagi statistik va dinamik yuklarni aniqlay olish va hisoblay olish zarurligi kabi, kengroq ko'lamdagi loyihada ham, loyihaga va uning muhitiga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan barcha jismoniy, iqtisodiy, ijtimoiy, moliyaviy tashkiliy va h.k. omillarni aniqlash va hisobga olish muhim, ma'lum sharoitlarda bunday omillarning har biri loyiha uchun xavfli bo'lib chiqib, uning buzilishiga olib kelishi mumkin.

Loyiha atrof-muhit o'rtasidagi munosabatni ma'lum bir mahsulot ishlab chiqaradigan korxona uchun mahsulotni rivjlantirish loyihasi misolida ko'rib chiqish mumkin. Oddiy, uzoq muddat faoliyat tashkilot o'zgarishlar va yangilanish sharoitida talabning yuzaga chiqishiga asos bo'lib xizmat qiladi. Bu esa, natijada loyihaning paydo bo'lishiga olib keladi. Qachonki loyiha xaqiqatdan boshlangan bo'lsa, u mustaqil rivojlana boshlaydi. Loyihani amalga oshirish jarayonida uning ishtirokchilari o'z vazifalarini bajarishga e'tibor qaratadilar.

Loyihani amalga oshirish davomida korxonaning ishlab chiqarish, sotish, boshqaruvdagi oddiy hayoti davom etaveradi. Xuddi shu holat loyihaning muhitiga ham tegishli. Bu yerda ham o'zgarishlar yuz berib, ular korxona orqali loyihaga ta'sir etadi. Loyihani mavjud shart-sharoit va ular rivojidan ajratib bo'lmaydi. Demak, oldindan loyihaning bevosita muhitini (ya'ni, korxonaning o'zini) va atrof-muhitini

(ya’ni, korxona atrofini) hisobga olish kerak.

1.2. Loyihalarni tasniflash: katta va kichik, ichki va tashqi, texnik va notexnik, iqtisodiy va ijtimoiy xususiyatlari

Loyihalarning asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- O’lchamchilik – loyiha bo’yicha faoliyat va kutilayotgan natijalarni miqdoriy ifodalash imkoniyatlarini mavjudligi.

1. Vaqt bo’yicha cheklanganligi – loyihani ishlab chiqish hamda amalga oshirish muddatlarining cheklanganligi.

- Aloxida faoliyat turlari bilan bog’liq hodisalarning aniq belgilangan ketma-ketligi.

4. Maqsadga yo’naltirilganligi.

Investitsiya loyihalari, odatda, korxona ko’lamida amalga oshiriladi. Shunga muvofiq, korxona ko’lamida loyihalarni amalga oshirishda investitsiyalarni quyidagi guruhlarga ajratish mumkin:

I. Iqtisodiy samaradorlikni oshirish uchun qilinadigan investitsiyalar. Bunday investitsiyalardan asosiy maqsad uskunalarni almashtirish, xodimlarning malakasini oshirish, ishlab chiqarish quvvatlarini samarali hududlarga ko’chirish asosida firmalarning xarajatlarini kamaytirish uchun sharoit yaratishdan iborat.

II. Ishlab chiqarishni kengaytirish uchun qilinadigan investitsiyalar. Bunday investitsiyalashdan maqsad mavjud quvvatlar hisobiga oldindan shakllangan bozorlar uchun tovarlar ishlab chiqarish imkoniyatlarini kengaytirishdan iborat.

III. Yangi ishlab chiqarishlarni vujudga keltirish uchun qilinadigan investitsiyalar. Bunday investitsiyalar ilgari ishlab chiqarilmagan tovarlar va ko’rsatilmagan xizmatlar turlarini vujudga keltirish, yoki ilgari ishlab chiqarilgan tovarlar bilan yangi bozorlarga chiqish imkonini beradi.

IV. Davlat boshqaruv idoralari talablarini bajarish uchun qilinadigan investitsiyalar. Masalan, ekologiya va mahsulot standartlari talablarini bajarish uchun sarflanadigan investitsiyalar. Investitsiyalarni bunday tasniflashda tavakkalchilik darajasi har xil bo'lishi asos qilib olingan.

Yuqorida keltirilganlardan birinchi va to'rtinchi tur investitsiyalarida tavakkal xavfi darajasi past, qolgan ikkitasida esa yuqori hisoblanadi. Bozorda avval ma'lum bo'lmagan mahsulotni ishlab chiqarish va yangi bozorlarni egallash uchun investitsiya sarfi katta tavakkalchilikni talab qiladi. Shu sababli ham uchinchi guruh investitsiyalari tavakkalchilik xavfi eng yuqori bo'lgan investitsiyalardir.

Ishlab chiqarishni kengaytirishga qilingan investitsiyalarda tavakkalchilik xavfi yangi ishlab chiqarishga qilingan investitsiyalarga qaraganda pastroq. Ayni paytda samaradorlikni oshirishga qilinadigan investitsiyalar bozor allaqachon qabul qilgan tovarlarning sifatini oshirish, tannarxini kamaytirishni ko'zda tutgani uchun ham, ularda tavakkalchilik xavfi darajasi ikkinchi va uchinchi guruhlar investitsiyalarinikidan ancha past bo'ladi. Xuddi shu kabi davlat boshqaruv idoralari talablarini bajarishga sarflangan investitsiyalarning tavakkalchilik xavfi darajasi ancha kichik hisoblanadi.

Loyihalarning turlariga tasniflanish va bo'linmalariga mos ravishda loyihalarni bir-biridan ajratib turadigan bir necha xususiyatlari va odatiy shartlarni ajratish mumkin. Shunga ko'ra, uning quyidagi turlarini bilish zarur.

1. Investitsion loyihalar.

Uylarni qurish, tashkilotlarni qayta qurish yoki asoslarni barpo qilish – bu shunday loyihalarni, ular uchun quyidagilar aniqlangan va belgilangan: loyiha maqsadi (masalan, uy maydonining kv.m. mahsulotning ishlab chiqarish xajmi, o'lchami va profili): bitimning muddati va davomiylik; loyiha xarajatlari, loyihaning talab qilingan resurslari va xaqiqatdagi qiymati birinchi o'rinda ishlarning bajarilish yo'nalishi va har bir loyihaning ilgarilab borishiga bog'liq bo'ladi. Talab qilinayotgan quvvat bu tur loyihalar uchun bosqichlar jadvali va tayyorgarlik muddati hamda loyihaning yakunlanishi asosida taqdim qilinishi kerak.

2. Ilmiy izlanish va rivojlanish loyihalari.

Yangi mahsulotni ishlab chiqarish, qurilish sohasidagi izlanishlar yoki yangi informatsion boshqaruv tizimlarini ishlab chiqish quyidagi xususiyatlar bilan xarakterlanadi: loyihaning bosh maqsadi aniq belgilangan, lekin, aloxida maqsadlar xususiy natijalarga erishishi doirasida aniqlanishi kerak; loyihaning yakunlanishi va davomiyligi muddati oldindan aniqlangan, ularga iloji boricha aniq rioya etish zarur, ammo ular olingan oraliq natijalar va loyihaning umumiy siljib borishiga bog'liq hamda to'g'rilanishi ham kerak; loyihaning xarajatlar rejasi odatda ajratilgan assignatsiyalar va oz miqdorda loyihani xaqiqatda siljib borishiga bog'liq; asosiy cheklashlar quvvatlardan foydalanish imkoniyatlarini cheklanganligi bilan bog'liq (uskunalar va mutaxassislar). Qoidaga asosan, mavjud quvvatlar loyihaning xarajatlari va uning tayorgarlik muddatini aniqlab beradi.

3. Tashkiliy masalalar.

Korxonani qayta qurish, yangi boshqaruv tizimining konsepsiyalarini realizatsiya qilish, yangi tashkilotni tuzish yoki xalqaro forum o'tkazish (kinoforumlar, ko'rgazmalar – texnika, sanoat, qishloq xo'jaligi, shaxsiy ijodiy, turli davlat va xalqaro tashkilotlar uchrashuvini o'tkazish, yillik hisobot uchun kengash yig'ilishini tashkil etish kabilar) – loyiha sifatida quyidagicha xarakterlanadi: loyihaning maqsadlari oldindan aniqlangan, biroq loyiha natijalarini sifat va miqdor jixatdan birinchi ikkita holatga nisbatan aniqlash qiyinroq, chunki ular tizimning tashkiliy jixatdan yaxshilashi bilan bog'liq; muddat va davomiylik taxminan belgilanadi; resurslar imkoniyat doirasida belgilanadi; loyiha xarajatlari aniq belgilanadi va iqtisodiy nazoratga qo'yiladi; biroq loyihaning siljib borishi yuzasidan to'g'rilanish (korrektirovka)ni talab qiladi.

4. Iqtisodiy loyihalar.

Korxonalarni xususiylashtirish, auditorlik tizimini tashkillashtirish, yangi soliq tizimining joriy etilishi (inqirozdan chiqish, bank tizimiga katta miqdorda kreditlar ajratish, pul reformasi, boshqa davlatga beg'araz yordam ko'rsatish, xalqaro hamjamiyat tuzish yoki shu kabi tashkilotlarga a'zo bo'lish, biror-bir iqtisodiy tizimni isloh qilish, masalan, sug'urta tizimi, moliya bozori va sh.k.) – bu o'zining

xususiyatlariga ega bo’lgan barcha iqtisodiy loyihalar: loyihaning maqsadi tizimning iqtisodiy ko’rsatkichlari ishlashining yaxshilanishi hisoblanadi, shuning uchun ularni avvalroq ko’rib chiqilgan holatlarga nisbatan baholash qiyinroqdir; maqsadlar taxminan belgilanadi, lekin, loyihani siljib borishi bo’yicha to’g’rilanishini (korrektirovka) talab qiladi; loyiha muddatlari ham xuddi shunday, loyiha uchun resurslar zaruriyat yuzasidan imkoniyat doirasida taqdim etiladi; xarajatlar taxminan aniqlanadi, iqtisodiyligi nazorat qilinadi va loyihani siljib borishi aniqlanadi. Bu shuni bildiradiki, iqtisodiy natijalarga belgilangan muddatlarda o’rnatilgan xarajatlar asosida erishilishi kerak, resurslar talab bo’yicha taqdim etiladi.

5. Ijtimoiy loyihalar.

Ijtimoiy ta’minot tizimini qayta qurish, sog’liqni saqlash, axolining kam ta’minlangan tabaqalarini ijtimoiy ximoya qilish, tabiiy va ijtimoiy siljishlar oqibatlarini yengib o’tish (Orolni qutqarish, ko’chatlar o’tqazish va bog’lar (Yoshlar bog’ini) yaratish, tabiatni turli chiqindilardan tozalash, yozgi oromgohlarda bolalarni sog’lomlashtirish dasturlari, nogiron yoki bolalar uyidagilarga mehr ko’rsatish, ularga turli o’yin, konsert dasturlarini tashkil etish, nochor oilalarda sunnat va nikoh to’ylarini o’tkazish kabilar) – bularning barchasi o’z xissasiga ega ijtimoiy loyihalardir: maqsadlar faqat oraliq natijalarga erishish doirasida to’g’rilanishi kerak va ko’zda tutiladi, ularni miqdor va sifat jixatdan baholash ancha murakkablashgan; loyihaning muddati va davomiyligi taxmininy omillarga bog’liq yoki faqat belgilanadi va oqibatda aniqlanishi zarur; loyiha xarajatlari, odatda byudjet assignatsiyalariga bog’liq; resurslar talab bo’yicha imkoniyat doirasida ajratiladi. Ijtimoiy loyihalar yuqori aniqlikka ega.

6. Innovatsion loyihalar.

Bunday loyihalar bozor uchun hali tanish bo’lmagan yangi mahsulot yoki uning yangi tarkiblarini ishlab chiqarishni yo’lga qo’yishga qaratilgan loyihalar hisoblanadi.

Loyiha sinfi (loyiha tarkibi va tizimini hamda uning fan sohasi) bo’yicha: monoloyiha, multiloyiha, megaloyiha. Monoloyiha – bu har xil tur, qurilish va hajmdagi alohida loyiha. Multiloyiha – bu bir necha monoloyihalardan tashkil topgan

va ko’p loyihali boshqaruvli tadbiqni talab qiluvchi kompleks loyiha. Megaloyiha – bu ta’lim sohalari va h.k.larni rivojlantirishning maqsadli dasturlari bo’lib, bu tartibga bir qator mono va multiloyihalar kiritiladi.

Loyiha ko’lami – (loyihaning hajmi, qatnashuvchilar soni va atrof-muhitga ta’sir darajasi) bo’yicha: kichik loyihalar, o’rta loyihalar, yirik loyihalar, juda yirik loyihalar. Loyihalarning bunday taqsimoti juda shartlidir. Loyiha ko’lamlarini aniqroq shaklda ko’rish mumkin. Davlatlararo, xalqaro, milliy mintaqalararo va mintaqa, tarmoqlararo va tarmoqlar bo’yicha, kooperativ, tashkiliy loyihalar.

Loyihalarning murakkabligi (murakkablik darajasi) bo’yicha: oddiy, murakkab, juda murakkab.

Loyiha turi (loyihaning fan sohasi xarakteri) bo’yicha: investitsion, innovatsion, ilmiy-tadqiqot, aralash. Investitsion loyihalarga, odatda, investitsion qo’yilmalarni talab qiluvchi, bosh maqsadi asosiy fondlarni ishlab chiqarish ya’ni yangilash bo’lgan loyihalar kiritiladi. Innovatsion loyihalarga, tizimlar rivojlanishini ta’minlaydigan, bosh maqsadi yangi texnologiyalarni, nou-xau va boshqa yangiliklarni ishlab chiqish va qo’llash bo’lgan loyihalar kiritiladi.

Har bir loyiha 4 ta asosiy jihati bo’yicha farqlanadi:

2. Loyiha ko’lami bo’yicha: (kichik loyiha, megaloyiha)

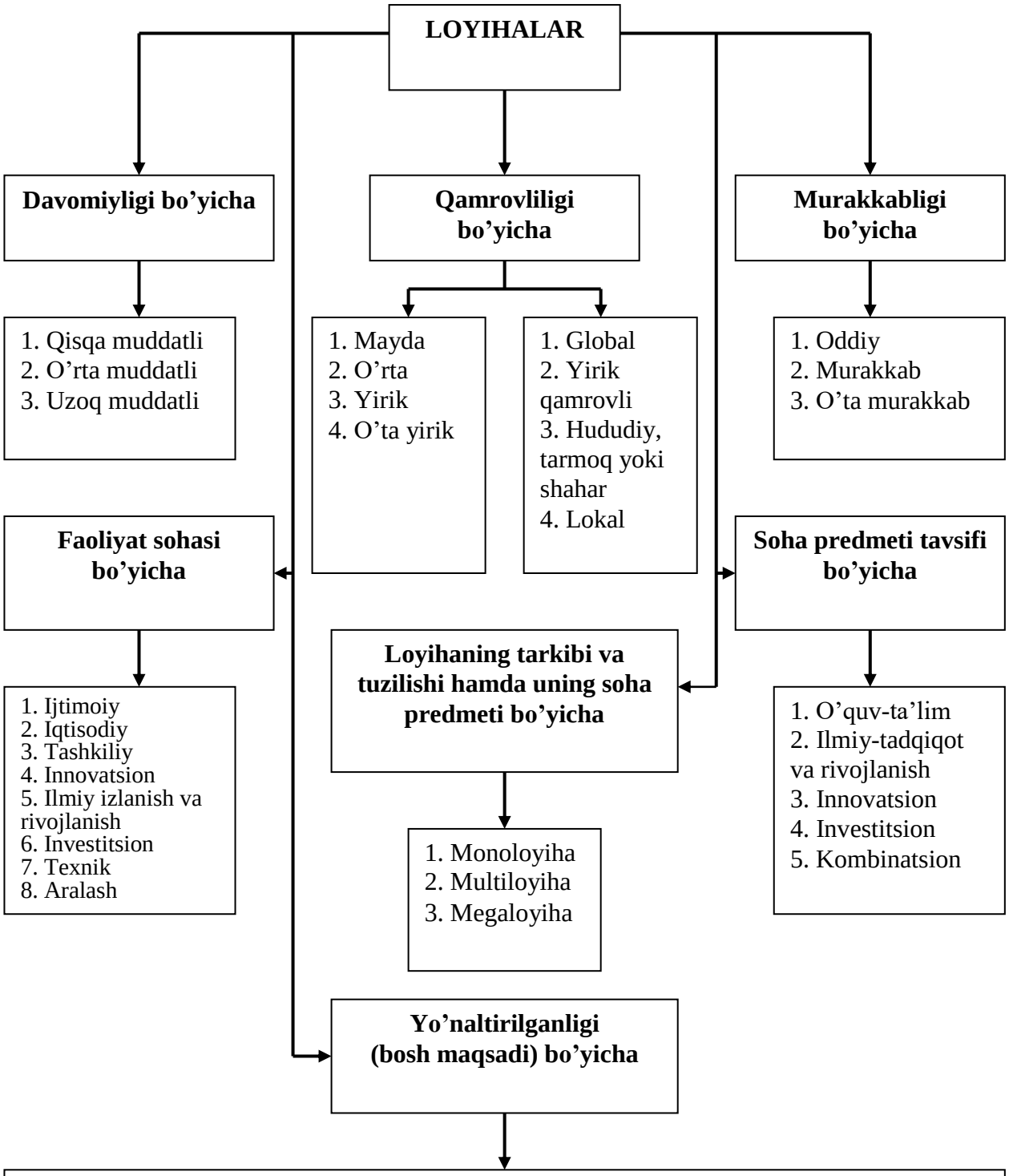
3. Amalga oshirish muddatlari bo’yicha (qisqa muddatli, o’rta muddatli va uzoq muddatli loyihalar).

4. Sifati bo’yicha.

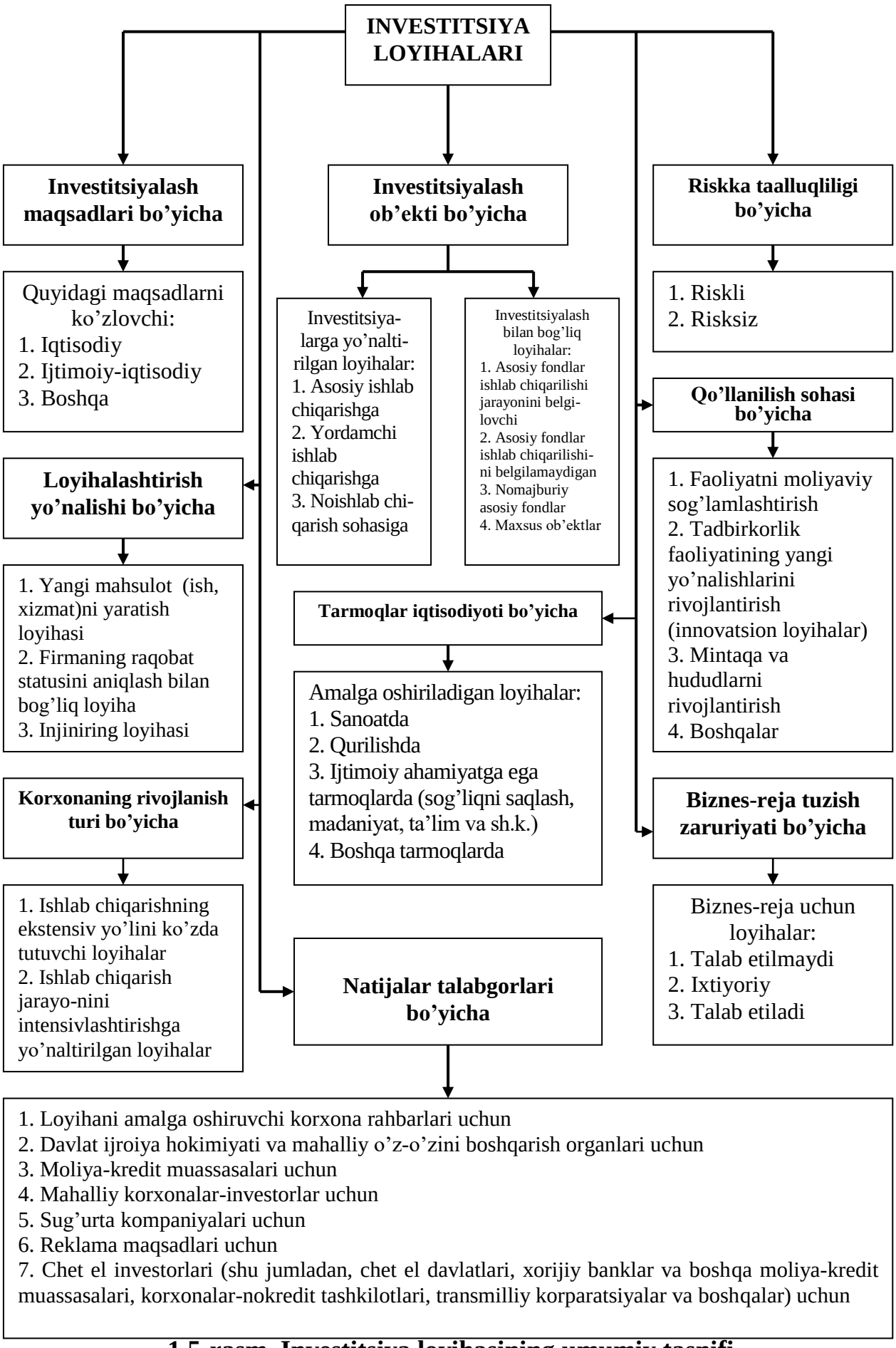
5. Resurslarning cheklanganligi bo’yicha.

Yuqorida keltirilganidek, loyihalarni turlicha tavsiflash mumkin. Biroq, bu tavsiflar uning ma’lum tasnifiy jithatini namoyon etadi. Shunga ko’ra, loyihalarning mumuiy tasnifini quyidagi 1.4-rasm orqali ifodalash o’rinlidir.

O’z navbatida, investitsiya loyihasi loyihadan farqlanishi sababli uning o’ziga xos xususiyatlarga egaligini namoyon etuvchi jihatlarni investitsiya loyihasi tasnifi keltirilgan quyidagi 1.5-rasm orqali ifodalash maqsadga muvofiqdir.



1.4-rasm. Loyihaning umumiy tasnifi



1.5-rasm. Investitsiya loyihasining umumiy tasnifi

1.3. Loyiha ishtirokchilari

Loyihaning muvaffaqiyatli amalga oshirilish jarayoni loyihaning ichki muhitiga katta ta’sir ko’rsatadi. Ushbu omillar quyidagilardir:

Maxsus tashkillashtirilganlik – loyihaning asosiy ishtirokchilari, huquqlar, taqsimot, javobgarlik va majburiyatlar orasidagi o’zaro aloqani aniqlab beradi hamda loyihani amalga oshirish muvaffaqiyatiga ta’sir qiladi.

Loyiha ishtirokchilari – loyihani amalga oshirish jarayonida turli xil qiziqishlarni amalga oshirib, maqsad va rag’batga mos ravishda o’z talablarini shakllantiradi va o’zlarining qiziqishlari, qobiliyatlari va loyiha “jalb qilinganlik” darajasi bilan loyihaga ta’sir ko’rsatadi.

Loyiha jamoasi – loyihaning “aql markazi”, motori va ishni bajaruvchi a’zosi bo’lib, loyihaning rivoji va muvaffaqiyati, ko’p jihatdan. unga bog’liq.

Loyiha ishtirokchilarining tarkibi. Ularning roli, loyihaning turi, qurilish ko’lami va murakkabligiga bog’liq holda vazifa va javbgarlikni taqsimlash hamda loyihaning hayotiylik sikli fazalariga bog’liq holda shunday qilib, loyihaning vazifalari bo’yicha uning butun hayotiylik sikli davomida amalga oshirish doimiy bo’lib hisoblanadi, ishtirokchilar tarkibi esa uning roli javobgarlik va majburiyatlarni taqsimlash o’zgarishi mumkin. Bu yerda umum qabul qilingan qattiq reglamentlar yo’q. Quyida loyiha ishtirokchilari va ularning vazifalari sanab o’tilgan.

Tashabbuskor – loyihaning bosh g’oyasi bo’lgan tomon, uning loyihani amalga oshirish bo’yicha boshlang’ich asoslari va takliflari. Tashabbuskor sifatida loyihaning kelajakdagi ishtirokchilaridan deyarli har qaysi maydonga chiqishi mumkin, lekin, natijada loyihani amalga oshirish bo’yicha ishbilarmonlik tashabbusi loyiha buyurtmachisidan kelib chiqishi kerak.

Buyurtmachi – asosiy tomon bo’lib, u loyihani amalga oshirish va uning natijalariga erishishdan manfaatdor. Loyihaning yangi egasi va natijalardan foydalanuvchidir. Buyurtmachi loyihaning asosiy talablari va ko’lamini aniqlab beradi, o’z vositalari yoki jalb qiluvchi investorlar vositalari hisobiga loyihani moliyalashtiradi, loyihani asosiy bajaruvchilari bilan shartnomalar tuzadi. Bu

shartnomalar bo’yicha javobgar bo’ladi, loyihaning barcha ishtirokchilari orasidagi o’zaro munosabatlari jarayoni boshqaradi. Loyiha bo’yicha butun jamiyat va qonun oldida javobgar hisoblanadi.

Investor(lar) – loyihaga investorlar kirituvchi tomonlar, masalan, kredit yo’li bilan. Investorlar maqsadi loyihani amalga oshirishdan o’z investitsiyalari bo’yicha maksimal foyda. Agar buyurtmachi va investor bitta shaxs bo’lmasa, unda investor sifatida odatda banklar, investitsion fondlar va boshqa tashkilotlar chiqadi. Investorlar buyurtmachi bilan aloqaga kirishadi, kontraktlar bajarilishini nazorat qiladi va loyihani amalga oshirish bo’yicha boshqa tomonlar bilan hisob-kitoblarni bajaradi. Investorlar loyihaning teng huquqli sherigi va uning mulklari egasi bo’lib, buyurtmachi bilan shartnoma yoki kredit kelishuvi bo’yicha, ularga barcha vositalar to’lanmaguncha, o’z investitsiyalari hisobiga hosil qilinadi.

Loyiha ob’ektlari va sub’ektlari.

Loyiha rahbari – yuridik shaxs bo’lib, unga buyurtmachi va investor loyihani boshqarishda, ishlarni boshqarishda hisobot beradi: rejalashtirish, nazorat va loyihaning barcha ishtirokchilari ishlarini boshqarish. Loyihaning rahbarining vazifalari va javobgarliklari tarkibi buyurtmachi bilan bo’lgan shartnoma asosida aniqlanadi. Lekin, loyiha rahbari va uning jamoasi oldida, odatda, belgilangan muddatlar, byudjet va sifatga amal qilib loyihaning ma’lum maqsad va natijalariga erishguncha loyihaning hayotiylik sikli davomida umum faoliyat rahbarligi va ishlar koordinatitsiyasi vazifasi qo’yiladi.

Loyiha jamoasi – maxsus tashkiliy tuzilma bo’lib, loyiha rahbari tomonidan boshqariladi va loyihani amalga oshirish davrida shakllantiriladi. Loyiha jamoasi vazifasi – loyihaning maqsadlari samarasiga erishishda loyihaning boshqaruv vazifalarini amalga oshirish. Loyiha jamoasi tarkibi va vazifalari loyihaning ko’lami, murakkabligi va boshqa xarakteristikalarga bog’liq; lekin, har qanday holatda jamoa o’zlariga yuklatilgan barcha majburiyatlarni yuqori professional darajada ta’minlab berishi kerak.

Shartnomachi – loyihaning tomoni yoki ishtirokchisi bo’lib, buyurtmachi bilan o’zaro munosabatda bo’ladi, shartnoma bo’yicha ishlarni bajaralishi uchun

javobgarlikni o’z bo’yniga oladi – bu loyihaning to’liq yoki bir qismi bo’lishi mumkin. Shartnomachi maqsadi – mumkin bo’lgan eng yuqori foyda olish. Asosiy shartnomachi vazifalariga buyurtmachi bilan shartnoma tuzish, subshartnomalar bilan shartnoma tuzish va tanlash, ularning ishlarini boshqaruvini ta’minlash, bajaruvchilar ishlarini qabul qilish va to’lash. Shartnomachi sifatida loyiha raxbari yoki loyihaning boshqa faol ishtirokchilari chiqishi mumkin.

Subshartnomachi – yuqoriroq darajadagi shartnomachi yoki subshartnomachi bilan shartnoma aloqalariga kirishida. Shartnoma bo’yicha ish va xizmatlarni bajarishga javobgardir.

Loyihalovchi – yuridik shaxs bo’lib, loyiha doirasida loyihaviy izlanish ishlarini shartnoma bo’yicha bajaradi. Loyihaning asosiy shartnomachisi yoki bevosita buyurtmachi bilan shartnoma aloqalariga kirishadi.

Asosiy vositachi – yuridik shaxs bo’lib, uning taklifi buyurtmachi tomonidan qabul qilingan. Shartnoma asosida ishlarni bajaralishiga javobgar. Alohida ishlar va xizmatlarni bajarishga subvositachilar bilan shartnomalar tuzadi va tanlaydi. Qurilish loyihalarida asosiy vositachi vazifasini odatda qurilish yoki loyiha-qurilish firmalari va tashkilotlari bajaradi.

Ta’minotchilar – subshartnomachilar, ular shartnoma asosida turli xil yetkazib berish ishlari – materiallar, uskunalar, transport vositalari va boshqalarni amalga oshiradi.

Ruxsatnoma beruvchilar – tashkilotlar bo’lib, yer maydoniga egalik qilish huquqi, savdo qilish, ma’lum turdagi ish va xizmatlar va hakazolar uchun ruxsat beradi.

Hukumat tashkilotlari – o’z manfaatlarini loyiha ishtirokchilarida soliq solish yo’li bilan qondiruvchi tomon bo’lib, loyihani amalga oshirish bilan bog’liq. Ekologik, ijtimoiy va boshqa umumiy va davlat talablarini olg’a suradi va qo’llaydi.

Yer maydoni egasi – yuridik yoki jismoniy shaxs bo’lib, loyiha jalb qilingan yer maydoni egasidir. Yerga egalik qilish yoki foydalanish xuquqini shartnoma asosida beradi va buyurtmachi bilan aloqaga kirishadi.

Loyihaning yakuniy mahsuloti ishlab chiqaruvchisi – hosil bo’lgan asosiy

foizlardan foydalanishni amalga oshiradi va yakuniy mahsulotni ishlab chiqaradi. Asosiy maqsad – tayyor mahsulotni iste’molchilarga sotishdan daromad olish. Loyihaning barcha bosqichlarida ishtirok etadi va loyihaning asosiy ishtirokchilari bilan o’zaro munosabatga kirishadi. Uning roli va vazifasi loyihaning yakuniy natijalarida mulk hissasiga bog’liq. Ko’p hollarda, loyiha buyurtmachisi va investordir.

Yakuniy mahsulot iste’molchilari – yuridik va jismoniy shaxslar bo’lib, mahsulot sotib oluvchilari va foydalanuvchilaridir, ishlab chiqarilayotgan mahsulot va ko’rsatilayotgan xizmatlarga talablarni belgilab unga talabni shakllantirishadi. Loyiha xarajatlari iste’molchilar vositalari hisobiga qoplanadi va loyihaning barcha ishtirokchilari foydasi shakllanadi.

Loyihaning boshqa ishtirokchilari. Loyihani amalga oshirishga loyiha muhitining boshqa tomonlari ham ta’sir ko’rsatib, ular loyiha ishtirokchilari bo’lishi ham mumkin, bu: asosiy ishtirokchilarning raqiblari; loyihani amalga oshirishda iqtisodiy manfaatlari to’qnashadigan ijtimoiy guruhlar va noiqtisodiy loyiha xomiylari; turli injenerlik tashkilotlari, (loyihaga jalb etilgan) va boshqalar.

1.4. “Loyihani boshqarish” tushunchasi. Loyihani boshqarish, investitsiyalarni boshqarish va funksional menejmentning o’zaro bog’liqligi

Loyihalarni boshqarish boshqaruv orqali amalga oshiriladi. Shunga ko’ra, aytish mumkinki, **boshqaruv – bu ma’lum bir ijobiy natijaga erishish uchun, uslublar va tamoyillar yig’indisi orqali biror ob’ektga maqsadga muvofiq ta’sir etish.** Inson faoliyatining barcha sohalariga, shu jumladan, investitsiya loyihalarini amalga oshirish sohasiga ham boshqaruv jarayoniga taalluqlidir.

Investitsiya loyihalarini boshqarish ma’lum bir uslub va tamoyillarga tayanib maxsus loyiha menejeri yoki loyiha boshqaruv kengashi tomonidan amalga oshiriladi. Loyihalarni boshqarish, aksariyat hollarda, loyiha menejeri tomonidan amalga oshiriladi. **Loyiha menejeri – bu loyihaga yo’naltirilgan kapital harakati,**

pul oqimi, foyda, jamg’arma va reinvestitsiyalash, daramad va xarajatlar balansini uzluksiz tahlil qilib va o’rganib boruvchi hamda ularga ta’sir ko’rsatuvchi sub’ekt.

Investitsiya loyihalarini boshqarish moliyaviy menejmentning asosiyni tashkil etish bilan birga o’ziga xos xususiyatlari bilan ajralib turadi. **Moliyaviy menejment** shunday tizimki, bunda korxonani boshqarishning umumiy maqsadlariga erishishga yo’naltirilgan foliyat amalga oshiriladi. Moliyaviy menejment, bir tomondan, muayyan qonuniyatlariga ega boshqariluvchi tizim bo’lsa, boshqa tomondan, korxonani boshqarishning umumiy tizimi tarkibi sifatida boshqarish tizim hisoblanadi. Bu holat loyiha boshqaruvida ham namoyon bo’ladi.

Loyiha menejeri loyiha tashabbuskori yoki ta’sischilar tomonidan tayinlangan sub’ekt – yuridik yoki jismoniy shaxs bo’lishi mumkin. Loyihani amalga oshiruvchi tadbirkor bilan loyiha menejeri o’rtasidagi asosiy farq shundan iboratki, tadbirkorda ochilgan imkoniyatlardan foydalanish bo’yicha, loyiha menejerida esa mavjud resurslardan foydalanish bo’yicha strategik yo’nalish mavjud bo’ladi. G’oyani amalga oshirishda tadbirkorda natijaga tezkor erishishga yo’naltirilgan revolyutsion yondashish kuzatilsa, loyiha menejeriga uzoq muddatli istiqbolga yo’naltirilgan evolyutsion yondashish xosdir.

Investitsiya loyihalarini boshqarishni turli sxemalar asosida ham amalga oshirish mumkin va uni quyidagi variantlarda ifodalash mumkin:

1. “Asosiy” tizim. Bunda loyiha rahbari (menejeri) buyurtmachining vakili (“agenti”) hisoblanadi va u qabul qilinadigan qarorlar uchun moliyaviy javobgarlikni o’z zimmasiga olmaydi. Loyiha menejeri bo’lib, professional boshqarish uchun litsenziyaga ega bo’lgan har qanday loyiha ishtirokchilari – yuridik yoki jismoniy shaxslar bo’lishi mumkin. Mazkur holatda loyiha menejeri buyurtmachidan tashqari loyihaning boshqa ishtirokchilari bilan shartnoma munosabatlari asosida faoliyat yuritishi mumkin emas va loyihaning ishlab chiqilishi va amalga oshirilishi ustidan boshqarish va muvofiqlashtirib borishni ta’minlashi zarur.

Mazkur tizimning afzalligi – loyiha menejerining ob’ektivligi bo’lsa, kamchiligi – loyiha natijalari uchun javoobgarlik to’liqligicha burtmachi zimmasiga yuklatilishidadir.

2. “Kengaytirilgan boshqarish” tizimi. Mazkur tizimda loyiha rahbari (menejeri) qat’iy, cheklangan (smeta) baho doirasida loyiha uchun javobgarlikni o’z zimmasiga oladi. Loyiha menejeri loyiha buyurtmachisi va ishtirokchilari o’rtasidagi bitim bo’yicha loyihadagi jarayonlarni boshqarish va muvofiqlashtirib borishni ta’minlaydi. Bunda ham “asosiy tizim”dagi singari har qarnday yuridik yoki jismoniy shaxs – professional boshqarish litsentsiyasiga ega bo’lgan va buyurtmachi oldida o’z majburiyatlari bo’yicha javob berishga qodir bo’lgan loyiha ishtirokchisi loyiha menejeri bo’lishi mumkin.

3. “Kaliti bilan” tizimi. Bunda burtmachi bilan loyihaning e’lon qilingan qiymati bo’yicha “kaliti bilan” topshirish shartnomasini tuzuvchi loyiha-qurilish firmasi loyiha rahbari (menejeri) hisoblanadi.

Investitsiya loyihalarini boshqarishning muhim tarkibiy qismi investitsion menejment hisoblanadi.

Investitsion menejment quyidagi funktsiyalarni bajaradi:

- **rejalashtiruvchi** – investitsiya strategiyasi va siyosatini ishlab chiqishni amalga oshirishdagi boshqaruv jarayoni stadiyasi. Investitsiya strategiyasi xo’jalik sub’ektining ishlab chiqarish-xo’jalik faoliyati siyosati bilan bevosita bog’liqdir va uning barqarorligi va joriy va istiqbolli davrdagi ishonchliginini ta’minlashga yo’naltirilgan;

- **tashkiliy** – ishlab chiqilgan investitsiya strategiyasi va siyosatini amalga oshirish uchun moliyaviy resurslarga bo’lgan talab, o’zlik va jalb etilgan mablag’lar nisbatini, mablag’larni jalb etish shakllarini aniqlashni talab etadi. Strategik investorlarni, birmuncha foydali investitsiya loyihalarini va portfellarni, investitsiya jarayonining maqsadga muvofiq boshqarilishini tashkil jtish algoritmini izlab topish muhim hisoblanadi;

- **muvofiqlashtiruvchi** – investitsiya faoliyatidan samarali natijani olish uchun investitsiya jarayonining har bir bosqichida monitoring va investitsiya siyosatida

ko’zda tutilgan maqsad va vazifalarga erishishga yo’naltirilgan barcha harakat va chora-tadbirlarni amalga oshirish, investitsiya bozoridagi kon’yunktura o’zgarishi bilan bog’liq qabul qilingan qarorlarni moslashtirish zarur hisoblanadi.

Investitsiya menejmenti quyidagi vazifalarni bajarishga qaratilgan bo’ladi:

- xo’jalik sub’ektining ishlab chiqarish salohiyati va iqtisodiy o’sishini ta’minlashga;

- investitsiya loyihasi, ob’ektining daromadliligini maksimallashtirish;

- investitsiya faoliyati, loyihasi risklarini minimallashtirish;

- investitsiya ob’ekti, loyihasining risk va daromadliligini hisobga olgan holda tahlil qilish, tanlash va baholash (yana bir bor).

Shunga ko’ra, **investitsiya menejmentining maqsadi** ko’proq foyda (daromad) keltiruvchi va kamroq riskka ega bo’lgan investitsiyalarni, investitsiya loyihalarini tanlashdan iboratdir. Investitsiya menejmentining o’zi – bu bir san’atdir. Uning ahamiyati shunda namoyon bo’ladiki, u sabab investorda boshqa investorlarga nisbatan ko’proq daromad olish va nisbatan kamroq riskka duchor bo’lishga imkon beruvchi investitsiya ob’ektlari, loyihalarini izlab topish va tanlash imkoniyati yaratiladi va o’z maqsadi va ustunligiga erishadi.

Loyihalarni boshqarish amaliy va sintetik fan hisobanadi. Loyihalarni boshqarishning alohida fan sifatida yuzaga kelishi loyihalarni boshqarishga bo’lgan talab va boshqarish usullarini ishlab chiqish va tanlashga bo’lgan zaruriyatning ortishi bilan bevosita bog’liq hisoblanadi. Bu, ayniqsa, 1970-yillarda G’arb mamlakatlaridagi yirik kompaniyalarning aksariyat qismida faoliyat sohalarining kengayishi va murakkablashib borishi, raqobat sharoitlarining kuchayishi sabab loyihalarni boshqarish usullarining rivojlanishi va keng foydalanilishiga katta ta’sir ko’rsatdi. Mazkur jarayonning faollashuvi axborotlarni qayta ishlashning kompyuterlashtirilgan tizimini keng joriy etish imkonini keltirib chiqardi va buni quyidagi 1.1-jadval orqali ham ko’rish mumkin.

1.1-jadval.

Loyihalarni boshqarish usullarining rivojlanish bosqichlari

№	Qo'llash sohasi va usullar	Yillar						
		1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000-h.v.
1	Setli rejalashtirish texnikasi	+	+	+	+	+	+	+
2	Loyiha ustida ishlarni tashkil etish		+	+	+	+	+	+
3	Loyihani tizimli rejalashtirish			+	+	+	+	+
4	Logistika			+	+	+	+	+
5	Dasturlarning maxsus paketlarini ishlab chiqish			+	+	+	+	+
6	Loyihaning qayta tuzilishi usullari			+	+	+	+	+
7	Funktsiyalarni tizimli boshqarish				+	+	+	+
8	Tizim ostidagilarni tizimli boshqarish				+	+	+	+
9	Loyihani yopish fazasi va ekspluatatsiya fazasi to'g'risida tizimli tasavvur				+	+	+	+
10	Maxsus, shu jumladan, o'ta murakkab loyihalarni boshqarish				+	+	+	+
11	Boshqaruvning ob'ektga yo'naltirilgan tuzilmasini shakllantirish				+	+	+	+
12	Risklarni boshqarish					+	+	+
13	Loyihalarni boshqarishning psixologik jihatlarini boshqarishning to'liq nazariyasini ishlab chiqish					+	+	+
14	Loyihalar komandasini shakllantirish metodologiyasi						+	+
15	"Loyihalarni boshqarish" intizomi to'g'risida tizimli tasavvur							+
16	Loyihalarni boshqarish falsafasi							+

Loyihalarni boshqarish loyihaning mohiyatiga ko'ra amal qilinishi maqsadga muvofiq sanaladi. Bunda loyihaning quyidagi alohida belgilariga e'tiborni qaratish muhimdir:

- bir qator texnik, iqtisodiy, ijtimoiy, moliyaviy va boshqa talablarning bir vaqtning o'zida bajarilishi bilan erishilishi zarur bo'lgan aniq maqsadlar;

- loyihani amalga oshirish jarayonida muvofiqlashtirilishi talab etiluvchi vazifalar, operatsiyalar va resurslarning tashqi va ichki o'zaro bog'liqligi;

- loyihaning boshlanish va yakunlanish muddatini aniqlash;

- resurslarning cheklanganligi;

- loyiha maqsadlarining betakrorlik darajasi va amalga oshirilish shart-sharoitlarini aniqlash;

- turli xil kelishmovchiliklardan qocha bilmaslik.

Iqtisodiyot transformatsiyasi va xalqaro integratsiyalashuvi, iqtisodiyotda tarkibiy va tuzilmaviy o’zgarishlar tobora kuchayib borgan sari yangi xo’jalik sub’ektlarining paydo bo’lishi, ularning va mavjudlarining kuchli raqobat va turli omillari ta’siri yuqori bo’lgan sharoitda yashab qolishi va rivojlanishi tobora murakkablashib boraveradi. Bu holat investitsiya loyihalarini boshqarishga nisbatan bo’lgan talab va mas’uliyatni ham yanada oshirishga olib keladi, o’z navbatida, yangidan-yangi usullarning paydo bo’lishiga ham sabab bo’ladi.

Ta’sir etishi kuchaygan omillar qatorida quyidagilarni keltirish mumkin:

1. Buyurtmachilarning talablar va ularning mas’uliyati oshishi.

2. Loyihalarning yakuniy mahsulotlarining xususiy murakkabligi.

3. Loyihalarning tashqi atrof bilan o’zaro bog’liqligi va o’zaro ta’siri (iqtisodiy, siyosiy, ekologik, ijtimoiy, madaniy muhit).

4. Risk va noaniqlik darajasi.

5. Tashkiliy qayta qurish.

6. Texnologiyalar almashuvi chastotasi.

7. Rejalashtirish va narxni shakllantirishdagi xatoliklar va boshqalar.

Yuqoridagi omillarning ta’siri loyihalarning bajarilish muddati buzilishiga, ortiqcha mablag’lar sarfiga, talablarning bajarilmasligiga, oxir-oqibat, foydaning kamayishi va zararlarning ko’payishiga olib keladi. Bunga misol qilib, Sidneydagi opera binosi qurilishini keltirish mumkin. Bunda mazkur bino qurilishi xarajatlari boshlang’ich stema qiymatiga nisbatan 16 martaga oshib ketishi yuz bergan. Amaliyotda minglab loyihalarning rejalashtirilgan xarajatlar va muddatlari bo’yicha buzilishi natijalari va sabablari yuzasidan ko’plab tadqiqotlar olib borilgan. Bunga quyidagi jadvalda keltirilgan tadqiqotlar natijalarini misol qilib keltirish mumkin.

Loyihada ko’zlangan maqsadlarga erishilmaslik va unga sabab bo’lgan omillar ta’siri oqibatini bartaraf etishda, odatda, an’anaviy usullardan, jumladan, rahbariyatni almashtirish, buyruqbozlikni kuchaytirish asosida boshqaruvni yo’lga qo’yish kabi usullardan foydalanilganlik holatlari amaliyotdan bizga ma’lum. Biroq, bunday boshqaruv usullari loyihalarning samarali amalga oshirilishi, yakunlanishida maqbul

usullardan emasligi amalda o’z isbotini ko’rsatdi. Shu sababdan loyihalarni boshqarishda yangicha, loyiha samaradorligini ta’minlashga xizmat qiluvchi oldindan tanlangan, o’z ustuvorligiga ega usullardan foydalanishga bo’lgan talab orta bordi.

Umuman olganda, investitsiya loyihalarini boshqarishning zarurligi va uni qo’llashning dolzarbligini quyidagi sabablar bilan izohlash mumkin:

1. Investitsiya loyihalarini boshqarish usullarining paydo bo’lish sabablari:

- loyiha tushunchasi;

- jamiyatda, korxona va tashkilotlarda faoliyatning loyihaviy shakllari kengayishi;

- hajmi, tuzilishi, qiymati, vaqti, atrof-muhit va jamiyatga ta’siri, risklarning ortishi bo’yicha investitsiya loyihalarining murakkablashishi;

- an’anaviy tashkiliy shakllarning qanoatlantirmasligi;

- turli kelishmovchilik va muammolar sonining ortishi;

- samarasiz, omadsiz loyihalarning qo’llanilish holatlari.

2. Investitsiya loyihalarini boshqarishni qo’llashning dolzarblik kasb etishi va uning ortib borishi.

3. Investitsiya loyihalarini boshqarishning muqobillari yuzaga kelishi.

4. Investitsiya loyihalarini boshqarishning mohiyatini o’rganishga bo’lgan talabning ortib borishi:

- maqsadning natijaga qaratilganligi. Huquq va majburiyatlarning ravshanlashib borishi;

- matritsali tashkil etish;

- kelishmovchilik va muammolardan ogohlantirish;

- investitsiya loyihalarini boshqarishni omadli qo’llashga misollarning mavjudligi.

Shunga muvofiq, investitsiya loyihalarini boshqarish usullari quyidagilarni ta’minlashi lozimligi muhim hisoblanadi:

- loyiha maqsadini aniqlash va uning asoslanishini amalga oshirish;

- loyihaning tarkibiy tuzilishini aniqlash (maqsad yo’nalishlari, bajariladigan ishlarning asosiy bosqichlari);

- loyihani moliyalashtirishning zaruriy hajmi va manbalarini aniqlash;

- ijrochilarni aniqlash, jumladan, konkurs va tender jarayonlari orqali aniqlash;

- shartnomalarni tayyorlash va rasmiylashtirish;

- loyihani bajarish muddatini aniqlash, uni amalga oshirish garfigini ishlab chiqish, zaruriy resurslarni hisoblab chiqish;

- loyiha smetasi va kapital byudjetini hisoblab chiqish;

- risklarni rejalashtirish va hisoblash;

- loyihaning bajarilishi ustidan muntazam nazoratni ta’minlash va boshqa ishlar.

Yuqoridagilarga asoslanib, investitsiya loyihalarini boshqarishning quyidagi mazmunini keltirib o’rinlidir: **“investitsiya loyihalarini boshqarish – bu investitsiya loyihasida belgilangan natijalarga bajariladigan ishlar tarkibi, hajmi, qiymati, sifati va loyiha ishtirokchilari manfaatlari ta’minlanishi bo’yicha erishish uchun boshqaruvning zamonaviy usullari, texnika va texnologiyasidan foydalanish yo’li bilan loyiha maqsadlariga samarali erishishga yo’naltirilgan loyiha tsikli oralig’ida mehnat, moliyaviy va moddiy-texnikaviy resurslarni rejalashtirish, tashkil etish, boshqarish va muvofiqlashtirish san’ati.**

Qisqacha qilib aytganda, **investitsiya loyihalarini boshqarish – bu investitsiya loyiha bo’yicha kapital qiymatini saqlash va uni ko’paytirishga qaratilgan samarali tadbirlar tizimi.**

Investitsiya loyihalarini boshqarishda asosiy vazifani bajaruvchi investitsion menejerning asosiy funktsiyalari quyidagilardan iborat bo’ladi:

- xo’jalik sub’ektining investitsiya faoliyatini ta’minlash;

- investitsiya strategiyasi va taktikasini belgilab olish, aniqlash va tanlash;

- investitsiya loyihasi biznes-rejasini tuzish;

- risklarni pasaytirish va turli qo’yilmalar daromadliligini oshirish;

- investitsiya maqsadlariga muvofiq holda xo’jalik sub’ektining moliyaviy holatini baholash;

- investitsion qimmatli qog’ozlarning miqdori va sifatini aniqlash;

- investitsion portfelni optimallashtirishga erishish;

- investitsion portfelning to’g’riligini ta’minlash;

- aniq loyihlarning investitsion jozibadorligini baholash va tanlash olishni prognozash;

- investitsiya loyihalari samaradorligini baholashni amalga oshirish;

- aniq investitsiya loyihasining rejalashtirilishi va operativ boshqarilishini amalga oshirish;

- investitsiya jarayoni muvofiqligini ta’minlash.

Bu esa, o’z navbatida, investitsion menejerning o’ta tajribali, yuqori malakali, kuchli bilimga ega mutaxassis bo’lishini talab etadi. Shunga ko’ra, u investitsiya menejmenti nazariyasi, buxgalteriya hisobi, mikro va makroiqtisodiyot, texnik va fundamental tahlillar tamoyillari, matematik modellashtirish, asosiy qonunchilik va me’yoriy hujjatlar, shu jumladan, soliqqa tortishga oid qonunchilikni juda yaxshi bilishi lozimdir. Bu menejer loyihaga taalluqli axborotlarni izlab topish, to’plash, guruhlash, ularni tahlil qilish va shu asosda biznes-reja tuzish tajribasi va amaliyotiga ham ega bo’lishi zarur.

Investitsiya loyihalarini boshqarishning zarurligi quyidagilarga asoslanadi:

1. Moliyaviy nobarqarorlik sharoitida loyiha bo’yicha investitsiyalashning amalga oshirilishi uning samaradorligini pasaytirib yuborish xavfini kuchaytiradi. Bu esa, loyihadan kutiladigan samarani ta’minlashda uni boshqarishga bo’lgan ehtiyojni kuchaytiradi.

Loyiha samaradorligi uni baholashning bir qancha zamonaviy usullarini qo’llash asosida aniqlanadi. Bu loyiha boshqaruvida muhim o’rin egallaydi va uning natijalariga asolanib loyiha rahbari, ta’sischilar, investorlar va boshqa ishtirokchilarda loyihaga tegishli o’zgartirishlar kiritish yoki, pirovardida, undan o’z vaqtida voz kechish yuzasidan qarorlar qabul qilish imkoniyatini tug’diradi.

(debitorlik va kreditorlik qarzdorliklarning oshib ketishi, xom ashyo va materiallar bahosidagi o’zgarishlar, aylanma kapital etishmovchiligi, xaridorlar moliyaviy ahvolining yomonlashishi kabilar)

2. Investitsiya loyihalarini boshqarish vaqt jarayoni bilan amalga oshiriladi. Bu, o’z navbatida, vaqtning loyiha natijalariga ta’sirini maqbullashtirishda muhim o’rin

egallaydi. Pulning vaqt mobaynida o’z qiymatini yo’qotib borishi investitsiya jarayonida kapitalning investor loyihadan kutgan samarani hosil qilishini ta’minlash yo’lida to’g’ri va optimal ishlatilishini ta’minlash zaruriyatini keltirib chiqaradi va oshiradi.

Investitsiyalash bo’sh pul mablag’larini jalb qilish evaziga yuz beradi (foydalanishdagi kapitalni bir vaqtning o’zida boshqa investitsiya maqsadlarida ishlatib bo’lmaydi, jumladan, uchinchi shaxs kafolatidagi mulkni ham). Harakatda bo’lmagan pul resurslari o’z qiymatini yo’qotib boraveradi. Bu yo’qotish aniq maqsadga ega bo’lmagan va samarasi tahlil qilinmagan investitsiyalashda ko’proq yuz beradi. Biroq, turli omillar ta’siri sharoitida vaqt o’tishi bilan puxta ishlab chiqilgan investitsiya loyihasiga yo’naltirilgan investitsiyalashda ham kapital qiymati o’zgarishi yoki o’zgarishsiz qolishi mumkin.

3. Loyihani amalga oshirishning yakuniy natijasiga ta’sir ko’rsatuvchi muhim omillardan biri inflyatsiya hisoblanadi. Bu, o’z navbatida, foiz stavkasining surunkali o’zgarib borishi, valyuta kursining o’zgarishi, talab va taklifning o’zgarishi, qonunchilikdagi nobarqarorlik (depozit va kreditlar bo’yicha foiz stavkalari, majburiy zaxira, qayta moliyalashtirish stavkasi, valyuta siyosati, bojxona siyosati (ichki bozorni ixotalash) va sh.k.) kabilar natijasida yuzaga keladi.

4. Turli noaniqliklarning mavjudligi va ta’siri sabab. Noaniqlik omillarini hisobga olgan holda investitsiya loyihalarini, jarayonlarini samarali boshqarishning zamonaviy tamoyillari, mexanizmlari va usullarini bilish hamda ulardan optimal foydalanish iqtisodiyot, iqtisodiy tizimning iqtisodiyo rivojlanishning yangi sifatiga o’tish imkonini beradi.

5. Har qanday loyihaning kuchli va ojiz tomonlari bo’lishini hisobga olgan holda ularnin moliyaviy tahlil qilish va diagnostika qilish orqali loyihani amalga oshirish jarayonida duch kelinadigan risklar, krizisli vaziyatdan chiqib ketish yuzasidan qarorlar qabul qilish, chora-tadbirlarni ishlab chiqish lozim bo’ladi. Bunda ko’riladigan zararlardan o’zini-o’zi sug’urtalash amaliyotini kuchaytirishga e’tibor qaratish muhim ahamiyat kasb etadi.

Investitsiya loyihalarini boshqarishda risklar muhim o’rin tutganligi bois, ularni bartaraf etishda o’zini-o’zi sug’urtalash katta ahamiyat kasb etadi. Mazkur sug’urtalashda korxona 2 turdagi zararni ko’rishi mumkin: bevosita va bilvosita. Bevosita zarar kutilayotgan yillik yo’qotishda aks etadi. Bu kutilayotgan yo’qotishda tashqari korxonada kutilayotgan yo’qotishni qoplash maqsadida rezerv fondiga mablag’lar yo’naltirilgan bo’lishi lozim. O’zini-o’zi sug’urtalashda korxona xususiy risklarni saqlab qoladi va uning uchun rezerv fondini tashkil etadi. Faraz qilaylik, rezerv fondida ishlab chiqarishga investitsiyalangan aktivlarga nisbatan birmuncha likvidli shakldagi aktivlar saqlanadi va shuning uchun ular kamroq daromad keltiradi. Rezerv fondida saqlangan aktivlar investitsiyalanmaganligi sababli ular hisobidan olinadigan foyda (daromad) boy beriladi.

Shunngdek, korxona tomonidan risklarni sug’urtalashda sug’urta kompaniyalariga murojaat qilish ham mumkin. Ushbu va o’zini-o’zi sug’urtalashda ham ko’riladigan zararni bir xil darajada qoplash imkoniyati mavjud.

Risklar sug’urta kompaniyasi tomonidan sug’urtalanganida ko’riladigan zarar korxona qiymatiga ta’sir ko’rsatmaydi, sababi, uning o’rni to’lanadigan sug’urta qoplamasi hisobiga to’ldiriladi. Agarda korxonaning o’rtacha daromadligigi sug’urta xarajatlarini qoplay olmasa, u holda korxona qiymati pasayadi.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Investitsiya loyihalarini boshqarishning mohiyati va o’ziga xos xususiyatlarini aytib bering.
2. Loyihalarni boshqarishda axborotlar hamda ular manbalarini aniqlash va shakllantirishning ahamiyatini ayting.
3. Investitsiya loyihalarini boshqarishning xorij tajribalarini bilasizmi?
4. Loyihalar tasnifini keltiring.
5. Loyihaning ishtirokchilari tarkibini aytib bering.
6. Loyihani boshqarish, investitsiyalarni boshqarish va funksional menejmentning o’zaro bog’liqligi nimada?

2-BOB. LOYIHA BO’YICHA INVESTITSIYA STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH

2.1. Investitsiya strategiyasi tushunchasi va uning ahamiyati

Har bir inson biror-bir ishni bajarishdan oldin uni rejalashtiradi, xuddi shuningdek, har bir korxona yoki tashkilot biror-bir vazifani bajarishdan avval uni rejalashtiradi. Strategiya ham rejalashtirishga o’xshab ketadi, ammo strategiya kattaroq tushunchadir. **Strategiya** deganda, avvalambor, tanlangan yo’l tushuniladi, ya’ni korxona o’z faoliyatini, kelajakni o’ylab, kelajakdagi daromadini sarhisob qilib, bundan so’ng korxonasida qanday risklar borligini va ularning oldini olish yo’llarini ishlab chiqishi tushuniladi.

Hozirda bizda juda oz korxonalarda bunday rejalashtirishlar, strategiyani tanlash olib boriladi. Chunki, murakkab bozor sharoitida kelajakni o’ylab aniq bir ishni amalga oshirish juda qiyinligi sababli korxona rahbarlari bunday strategiyalar tanlashmaydi va to’g’ridan-to’g’ri faoliyat olib boriladi. Bozorning tez-tez o’zgarib turishi va boshqa bir qancha omillar ta’sirida, hatto, eng yirik tashkilotlar ham reja tuzmaydilar, strategiya tanlamaydilar. Ammo, faoliyatni rejalashtirish juda ko’p foyda keltiradi. Buyuk iqtisodchi Melvil Branch strategiya to’g’risida shunday fikrlar bildiradi: strategiya korxona rahbarlarining faoliyatlar istiqbolini ko’ra bilishini, korxona tomonidan tanlangan qarorlar aniqligini, korxona faoliyati yo’nalishini aniq tanlashni (ham siyosiy, ham iqtisodiy), kelajakdagi risklarni ko’ra bilishni anglatadi.

Loyiha strategiyasini tuzishda quyidagi to’rt elementga ko’proq e’tibor qaratmoq lozim. Bular:

- geografik joy;
- bozor hissasi;
- «mahsulot-bozor» aloqasi;
- raqobat va bozor mukammallashuvi.

Strategiyaning geografik jihati

Mahsulotning raqobatbardoshligini baholash uchun korxona o’ziga qulay bozorni va patensial iste’molchilari bor bo’lgan hududni tanlashi lozim. Masalan: fotoapparat, televizor va elektron kalkulyatorlar kabi mahslotlar bozori raqobatli bozorlardan hisoblanadi. Xalqaro raqobat strategiyasini ishlab chiqishda muhimdir.

Faoliyatning geografik o’rnini, vaziyatni baholash asosida TIAni tuzishda bir nechta strategik alternativlar ko’rib chiqiladi. Bu alternativ strategiyalar aniq bir mahsulotga hamda mintaqaviy va lokal bozorlar shuningdek, milliy va xalqaro bozorlar uchun aniqlanadi. Bunday mintaqalar ya’ni eksprot uchun qulay joylar tanlangandan so’ng, bir necha alternativlar ichidan eng mukammali tanlanadi va TIA tuziladi.

Bozor hissasi va boshlang’ich strategiya

Bu strategiyaning maqsadli yo’nalishidir. Chunki, har bir korxonaning maqsadi bozorga o’rnashib olish. Investitsion loyiha uchun uzoq muddatli bozorni hamda bozor hissasini va bozor sigmentini aniqlash zarur. Umuman olganda, daromad bozor hissasiga bog’liq holda o’zgarib boradi.

Bozordagi kichkina joy ham daromadli bo’lishi mumkin. Bu o’z o’rnida iste’molchilar hamda kamharajatlilikka bog’liq. Sotuv hajmi va bozor hissasining oshishi o’z o’rnida investitsion, ishlab chiqarish hamda marketing harajatlarini oshirib boradi. Bunday harajatlarni qoplash hamda daromad olish maqsadida kompaniyalar bozordagi o’rnini kattalashtirish (kengaytirish) hamda marketing elementlari (narxga skidga qilish, reklama, yetkazib berish)ni hisobidan daromad olishlari mumkin. Ammo, har bir bozorning individual xususiyati mavjud, shu jihatdan, TIA tuzilganda daromadlilik va bozor hissasi orasidagi bog’liqlikning xar bir variantini sinchiklab tahlil qilish kerak.

Loyiha strategiyasini aniqlash

Loyiha strategiyasini aniqlashda uchta asosiy konseptual muammolar o’rganib chiqilishi lozim. Loyiha strategiyasini tuzishda hamma vaqt bozor segmentatsiyasi ham aniqlanishi asosiy o’rinda turadi.

Loyiha strategiyasi tanlanganda, TIAni tuzish bir nechta alternativlarni ham ko’rib chiqish lozim. Bunday alternativlarni baholashda quyidagi savollarga e’tibor qaratish kerak.

- birinchi navbatda, TIA uchun qo’yilgan muammolarni bu alternativlar qaysi pog’onada va qay darajada bajara oladi.
- alternativ strategiyalar moliyasi qanday ahvolda (daromadlilik, investitsion kapital uchun daromad).
- qanday xavflar bu alternativ-strategiyalarga ta’sir etishi mumkin. (siyosiy, ekologik, moliyaviy va boshqalar).

Bu alternativlar asosida ularning eng mukammali tanlanib, TIAni tuzishda eng maqbul variantdan foydalaniladi.

2.2. Loyiha bo’yicha investitsiya strategiyasini ishlab chiqish tamoyillari va bosqichlari

Investitsion strategiyalar uzoq davomli jarayonlarni o’zida aks ettiradi va shu bilan birgalikda belgilangan istiqbollarda amal qilishi kerak. Ushbu istiqbolli mo’ljallangan faoliyat yo’nalish shakli o’zida investitsion strategiyalarni ishlab chiqish jarayonini aks ettiradi. Kompaniya faoliyatining strategiyasi va investitsion strategiyalari tushunchalari iqtisodiy nazariyaga bundan 40 yillar ilgari kirib kelgan. Buning asosiy sababchisi jamiyat qarashlarining rivojlanishi va ilmiy texnika rivojidir. Shunday qilib, *investitsiya strategiyasi deganda*, uzoq muddatli investitsiya faoliyati maqsadlarini tashkil etish tizimi va bu maqsadga erishish uchun samarali yo’lni tanlash tushuniladi.

Zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda strategik faoliyat terminiga nisbatan 2 xil yo’nalish mavjud.

Birinchi yo’nalish namoyondalari uni uzoqqa mo’ljallangan maqsad tizimi va undagi istiqbolga erishish jarayoni sifatida, ikkinchisi esa, buni huddi qaror qabul qilish uchun qoidalar to’plami sifatida, o’z faoliyatini tartibga soladigan yoki o’z

maqsadiga erishish vositasi deb hisoblaydilar[2]. Mantiqan o'ylab qaraganda strategiya uzoqqa mo'ljallangan va belgilangan maqsadlar shuningdek, istiqbol yo'llarini ishlab chiqish shu bilan birgalikda amalga oshirish jarayonidir. Investitsion strategiya bu uzoqqa mo'ljallangan investitsion faoliyat tizimi va samarali yo'llarini tanlashdir.

Kompaniyalarning investitsion faoliyatdagi strategik boshqaruv, shuningdek, uning investitsion strategiyasini ishlab chiqish jarayoni ushbu investitsion kompaniya portfelidagi boshqaruv taktik faoliyat yo'nalishi jarayoniga aniqlik kiritishni o'z ichiga oladi.

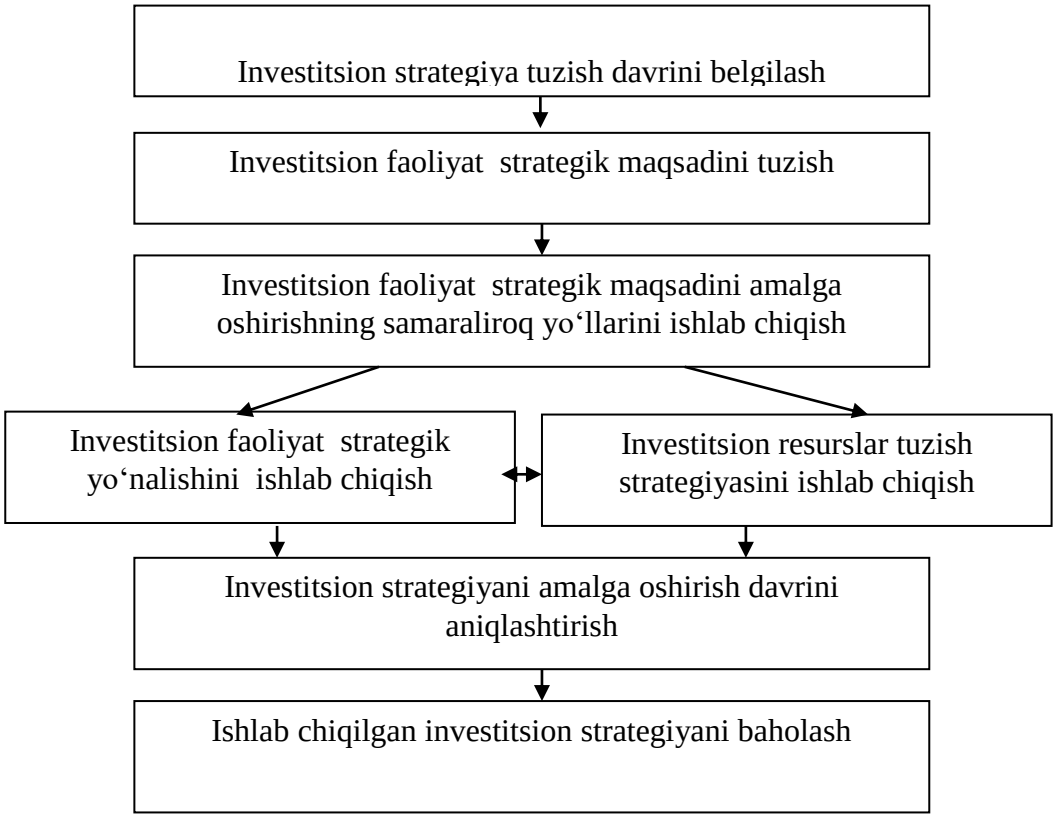
Investitsion portfel investitsion strategiyadan o'zining o'rta muddatli boshqaruv jarayoni bilan farq qiladi. O'z o'rnida investitsion faoliyatning boshqaruv taktika jarayoni, loyiha va alohida investitsion dasturlar amalga oshirishning tezkor boshqaruvida asosiy hisoblanadi. Xullas investitsion strategiyani ishlab chiqish kompaniyalar investitsion faoliyatini boshqaruv jarayonining birinchi pog'onasi hisoblanadi. Investitsion strategiya asosiy bir faktor sifatida kompaniyaning iqtisodiy rivojlanish strategiyasida samarali yo'nalish hisoblanadi. Kompaniyaning investitsion strategiyasini tuzish jarayoni bir qancha etaplarda amalga oshiriladi. (2.1-rasm).

Dastlabki bosqich uni tuzishdagi umumiy muddatni belgilash hisoblanadi. Bu muddat qator shartlardan kelib chiqadi. Asosiy sharti bo'lib investitsiya bozoridagi iqtisodiy yo'nalishlarni oldindan aytib borish hisoblanadi.

Keyingi shart kompaniya qabul qilgan iqtisodiy strategiyaning davomliligidir. U belgilangan yo'nalishdan chiqmaydi va bo'ysinuvchilik xarakteriga ega bo'ladi. Yana bir shartlardan biri uning ma'lum bir sohaga mansubligidir va oxirgi shart kompaniyaning hajmi hisoblanadi.

Ikkinchi bosqich investitsion strategiyasining maqsadini belgilash. Bu tizimning umumiy iqtisodiy maqsadidan kelib chiqadi.

[2] Ансофф И. Стратегическое управление – М,Экономика, 1989, с 68-69.



2.1-rasm. Firma investitsion strategiyasini tuzish jarayoni asosiy bosqichlari

Uchinchi bosqich investitsion faoliyat strategiyasini amalga oshirishning samarali yo’llarini ishlab chiqish. Bu 2-yo’nalishda o’z aksini topadi:

1. Investitsion faoliyat strategiya yo’nalishini ishlab chiqish.

2. Investitsion resurslar strategiyasini ishlab chiqish hisoblanadi.

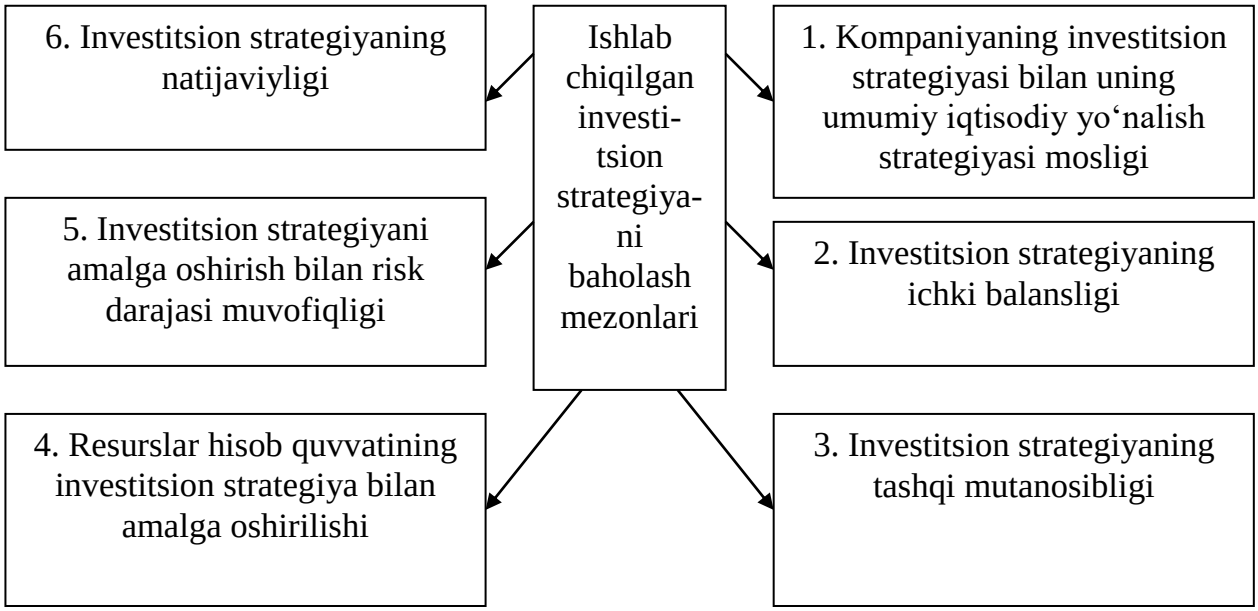
Bu bosqich juda murakkab hisoblanib, u keyingi taqsimotlarni to’laligicha qamrab oladi.

To’rtinchi bosqich investitsion strategiyani amalga oshirish muddatlarini oshirish muddatlari aniqlashtirish. Bu vaqtlardagi ichki va tashqi sintranizatsiyadan iborat bo’ladi.

a) tashqi sintranizatsiya kompaniyaning umumiy iqtisodiy strategiya yo’nalishi bilan investitsion strategiyani amalga oshirish vaqtidagi moslashuvni bildiradi.

b) ichki sintranizatsiya alohida yo’nalishdagi investitsiyalarni o’zaro amalga oshirish vaqtidagi muvofiqlikni o’z ichiga oladi.

Beshinchi bosqich investitsion strategiyaning bahosi hisoblanadi. Uning ko’rinishlari quyidagi rasmda o’z ifodasini topgan. Ishlab chiqilgan investitsiya strategiyasining baholash mezonlari quyidagicha amalga oshiriladi (2.2-rasm):



2.2-rasm. Kompaniyaning ishlab chiqilgan investitsion strategiyasini baholash mezonlari

1. Korxonaning investitsiya strategiyasining, korxona umumiy iqtisodiy rivojlanishi bilan muvofiqligi.

2. Investitsiya strategiyasining ichki balanslanganligi, ya’ni investitsiya faoliyatining ayrim strategik yo’nalish va maqsadlarning bir-biriga mosligi va ularni ketma-ket amalga oshirish mumkinligi.

3. Investitsiya strategiyasining tashqi muhit bilan bog’liqligi. Bu bog’liqlik investitsiya tashqi strategiyasini amalga oshirishda mamlakatdagi investitsion muhit va iqtisodiy rivojlanishining ta’sirida ko’rinadi.

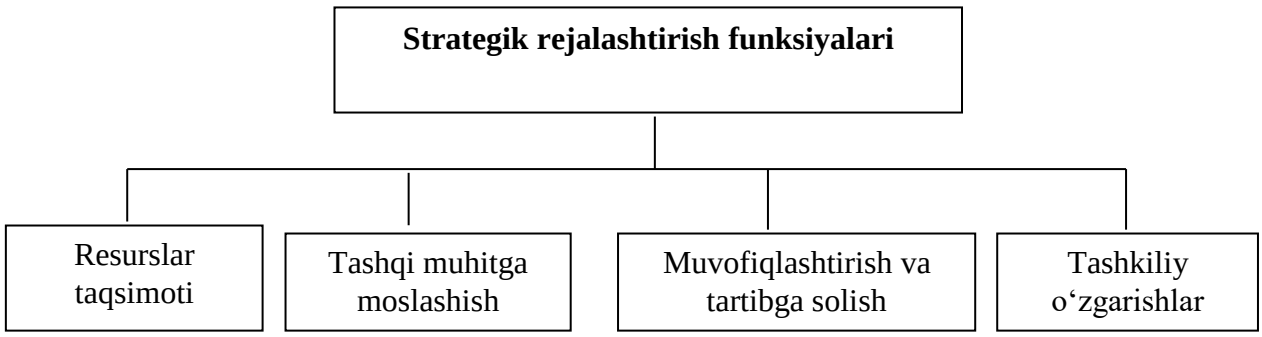
4. Korxona investitsiya strategiyasining amalga oshirishda mavjud resurslar potensialini hisobga olgan holda baholash. Bunda asosiy e’tibor korxonaning o’z mablag’i hisobidan investitsiya strategiyasini amalga oshirish ko’zda tutiladi.

5. Korxona investitsiya strategiyasini amalga oshirishda mavjud resurslarni baholash.

6. Korxona investitsiya strategiyasining natijalarini baholash. Kunda korxonaning investitsiya strategiyasini amalga oshirish natijasida olingan natijalar tahlil qilinadi, ya’ni korxona mavqeining o’sishi, korxona hodimlari mehnat sharoitlarining yaxshilanishi, korxona mijozlariga xizmat ko’rsatishning yaxshilanishi va boshqalar.

Shunday qilib korxona investitsiya strategiyasining ishlab chiqish, korxonani samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilishda, korxona rivojlanishi, uning ichki va tashqi faktorlarga ta’sirini moslashtirishda asosiy rol o’ynaydi. Loyiha bo’yicha investitsiya strategiyalarini ishlab chiqish strategik rejalashtirish funksiyalari asosida amalga oshiriladi. Strategik rejalashtirish xo’jalik faoliyatida boshqaruv qarorlari uchun asos bo’lib xizmat qiluvchi vosita hisoblanadi. Uning asosiy vazifasi – korxona hayotiy faoliyati uchun zarur bo’lgan yangilik va tashkiliy o’zgarishlarni ta’minlashdan iborat.

Jarayon sifatida strategik rejalashtirish o’zi ishlab chiqarishiga 4 xil faoliyatni qamrab oladi. Ularga quyidagilar kiradi: rasurslar taqsimoti; tashqi muhitga moslashish; ishlab chiqarishni muvofiqlashtirish va tartibga solish; tashkiliy o’zgarishlar.



2.3-rasm. Strategik rejalashtirish funksiyalari

1. Rasurslar taqsimoti. Ushbu jarayon moddiy, moliyaviy, mehnat, axborot va boshqa rasurslar taqsimotini qamrab oladi. Korxonaning shakllanish strategiyasi nafaqat biznesni kengaytirish, bozor talabini qondirish, balki rasurslardan samarali foydalanish, ishlab chiqarish xarajatlarini muntazam kamaytirib borish orqali ham mustahkamlanadi. Shu bois biznesning turli sohalari o’rtasida rasurslarni samarali

taqsimlash, ulardan ratsional foydalanish yo'llarini axtarish strategik rejalashtirishning muhim funksiyasi hisoblanadi.

2. Tashqi muhitga moslashish. Moslashishni, umuman olganda, korxonaning o'zgaruvchan bozor sharoitlarida faoliyat olib borishga ko'nikuvi sifatida qabul qilish mumkin. Bozor muhiti xo'jalik yurituvchi sub'ektlarga nisbatan doimo maqbul va nomaqbul shart-sharoitlarga (ustunliklar va xavflarga) ega bo'ladi. Bu funksiyaning vazifasi - korxona xo'jalik mexanizmini ushbu shartlarga ko'niktirish, ya'ni raqobat kurashida ustunliklardan foydalanish va turli xavf-xatarlarni bartaraf etishdan iborat. Ushbu funksiyalar korxonalarning joriy boshqaruvi jarayonida bajariladi. Lekin, tezkor boshqaruv, agar raqobatga doir ustunliklar va to'siqlar oldindan ko'rilsa, ya'ni rejalashtirilsa, samaradorlikka erishadi. Strategik rejalashtirishning vazifasi korxonani tashqi muhitga moslashtirish mexanizmini yaratish orqali unga yangi, qulay imkoniyatlar taqdim etishdan iborat.

3. Ishlab chiqarishni muvofiqlashtirish va tartibga solish. Ushbu funksiya firmaning strategik rejasida ko'zda tutilgan maqsadlariga erishishi uchun tarkibiy o'zgarishlarni (korxonalar, ishlab chiqarish, sexlar) kuchaytirishdan iborat. Korxona strategiyasi o'zaro bog'liq maqsad va vazifalarning murakkab tizimini qamrab oladi. Shuning uchun strategik rejaning barcha qismlari resurslar, tarkibiy bo'linmalar va ijrochilar o'rtasida o'zaro bog'liq bo'lishi shart. Bu bog'liqlik rejalashtirish ko'rsatkichlarini shakllantirish tizimi, shuningdak, korxona boshqaruv apparatida uyg'unlikka javob beruvchi bo'linma yoki ijrochining mavjudligi bilan ta'minlanadi. Ichki ishlab chiqarish operatsiyalari muvofiqlashtirish va tartibga solishning ob'ektlari hisoblanadi.

4. Tashkiliy o'zgarishlar. Ushbu faoliyat tashkilotning shunday shakllanishini nazarda tutadiki, bu shakllanish boshqaruvchi xodimlarning murakkab ishini, menejerlar fikrlash qobiliyatining rivojlanishini, strategik rejalashtirishning oldingi tajribalari hisobini olib borishni ta'minlaydi. Natijada, ushbu funksiya korxonada turli tashkiliy o'zgarishlarni o'tkazishda namoyon bo'ladi. Ularga boshqaruv funksiyalari, boshqaruv apparati ishchilari vakolati va huquqlarini qayta taqsimlash; strategik reja va boshqalarda ko'zda tutilgan maqsadlarga erishuvga ta'sir etuvchi rag'batlantirish

tizimini yaratish va boshqalar kiradi. Ushbu tashkiliy o'zgarishlar tashkiliy strategik bashorat qilishning natijasi bo'lishi muhimdir.

2.3. Investitsiya strategiyasini shakllantirish va loyiha strategiyasini ishlab chiqish

Investitsiya faoliyatida strategik yo'nalishlarni ishlab chiqish, bu faoliyatni amalga oshirish siyosatiga asoslanadi.

Korxona investitsiya faoliyatida strategik yo'nalishlarni ishlab chiqishda quyidagi vazifalar hal qilinadi:

1. Korxona rivojlanishida investitsiya turlarining o'zaro nisbatini aniqlash;
2. Korxona investitsion faoliyatining tarmoq yo'nalishini belgilash;
3. Investitsiya faolyatining hududlar yo'nalishi belgilash.

Korxona rivojlanishida investitsiya turlarining o'zaro nisbatini aniqlash, bu korxona faolyati funksional yo'nalishi bilan o'zaro bog'liq. Ko'p xollarda investorlar o'zlarining investitsion faoliyatini fond bozorida amalga oshiradilar. Bunda investorlar uchun qimmatli qog'ozlar bozorida o'z mablag'larini investitsiya qilish yaxshi samara berishi mumkin. Ularning uzoqqa mo'ljallangan investitsion faoliyatining asosiy shakli aksiya, obligatsiyalar va boshqa xil qimmatli qog'ozlar bo'lishi mumkin.

Bu vaqtda ba'zi bir korxonalar (investorlar) real investitsiyalarga mablag'lar sarflashni o'zlari uchun maqsad qilib qo'yishadi. Bu esa kelajakda korxona asosiy fondlarini yangilash, texnik qayta jixozlash bilan yangi raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishga zamin yaratadi.

Bu esa korxonaning yangi tovar va hududiy bozorlarga kirishga imkon beradi.

Bunday korxonalarning moliyaviy investitsiya faoliyatidagi ishtirokini qisqa muddatli, ya'ni vaqtinchalik bo'sh mablag'larini bu investitsiya turiga qisqa muddatli yo'naltirish yoki ma'lum bir korxona moliya-xo'jalik faoliyati ustidan nazorat o'rnatishga yo'naltirilgan bo'ladi.

Korxona rivojlanishida investitsiya turlarining o’zaro nisbati, kompaniya yoki korxona hayotiy sikl bosqichlariga bog’liq bo’ladi.

Iqtisodiyotning umumiy holati barqaror bo’lmaganda, inflyatsiya darajasi yuqori bo’lsa, soliq siyosati doimo o’zgarib tursa, unda real investitsiyalar samaradorligi keskin kamayib ketadi va shu bilan birga investitsion risk oshib ketadi. Bunday holatda qisqa muddatli moliyaviy investitsiyalar samarali hisoblanadi.(shu shart bilanki, agar bu investitsiyadan olingan daromad darajasi, inflyatsiya darajasidan yuqori bo’lsa).

Bu shartlarni hisobga olgan holda korxona investitsion strategiyasi har bir bosqichi bo’yicha investitsiya turlarining o’zaro nisbati differensiyalanib turadi.

Korxona yoki kompaniya investitsion faoliyatining tarmoq yo’nalishini belgilash investitsiya strategiyasini ishlab chiqishning eng qiyin va og’ir vazifasi hisoblanadi.

Korxonaning investitsiya faoliyatini, uning umumiqtisodiy rivojlanish strategiyasi bilan bog’liqlikda bosqichma-bosqich olib borishni taqazo etadi.

Birinchi bosqichda, investitsiya faoliyatining tarmoq konsentratsiyasi (markazlashuvi) yoki diversifikatsiyasi maqsadliligi ko’rib chiqiladi.

Qoidaga ko’ra korxona investitsiya faoliyatinig boshlang’ich bosqichi investor uchun yaxshi tanish bo’lgan bir tarmoqqa konsentratsiya qilish bilan bog’liq bo’ladi. Ko’pgina G’arb davlatlari kompaniyalari amaliyoti shuni ko’rsatadiki, ular o’z strategiyasi yo’nalishlarini ko’p tarmoqli emas, balki bir tarmoqqa konsentratsiya qilish orqali boshlang’ich yaxshi samaraga erishganlar. Ko’p xollarda kompaniyalar o’z investitsion faoliyatini ilk marta amalga oshirishda bir tarmoq bo’yicha barcha resurslarini konsentratsiya qilishmoqda, ya’ni xozirgi kunda ko’p korxonalar kompyuter texnikalar ishlab chiqarish, kompyuter dasturlari yaratishga sarf etmoqdalar. Lekin, shuni unutmaslik kerakki, bunday investitsion faoliyat strategiyasi korxonani bankrot holatiga olib kelishi mumkin. Shuning uchun ko’p xollarda kompaniyalar o’z investitsion strategiyasi yo’nalishlarini ishlab chiqishda, investitsiya faoliyatini tarmoqlar bo’yicha diversifikatsiya qilib beradilar.

Ba’zi yirik kompaniyalar investitsiya faoliyatini muvofiqlashtirish maqsadida

strategik xo’jalik markazlari tuzmoqdalar. Bunday xo’jalik markazlari birinchi marta AQShning “Djeneral Elektrik” kompaniyasida paydo bo’ldi.

Kompaniya investitsion faoliyat strategiyasi yo’nalishlarini ishlab chiqishda, kompaniya investitsiya faoliyatining hududlari yo’nalishi ham hisobga olinadi.

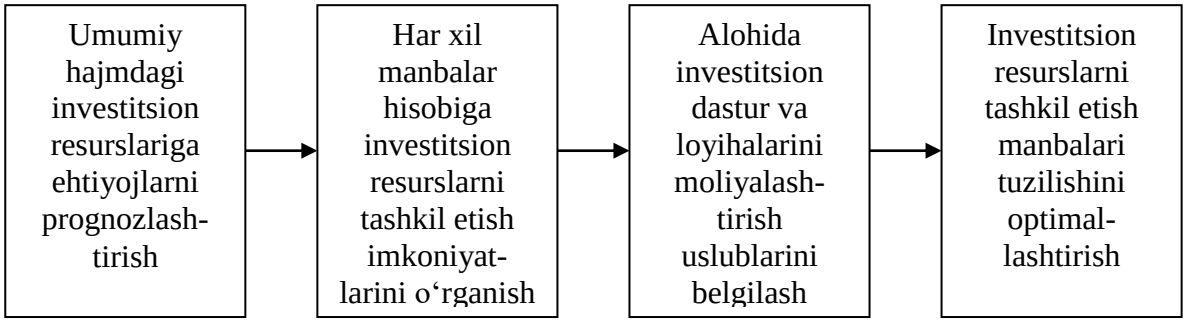
Chunki, bunday kompaniyalar iloji boricha yuqori riskli investitsion faoliyat olib bormaydilar.

Kompaniyalar investitsion faoliyat strategiyasi hudud yo’nalishlarini ishlab chiqishda, mamlakat hududlari bo’yicha investitsiyalarni jalb etish bo’yicha shart-sharoitlar hisobga olinadi.

Investitsion faoliyat yo’nalishlarini hududiy belgilash. Bu 2 (ikki) shart bilan bog’liq. Birinchi shart kompaniya xajmi hisoblanadi. Bu kompaniya o’z faoliyatini investorlar yashab turgan hududda (bir hudud doirasida) amalga oshirishi tushuniladi. Ikkinchi sharti kompaniya faoliyatining davomiyligi hisoblanadi, ya’ni kompaniya o’z faoliyatini 1 ta hududda amalga oshira turib, uni ko’zda tutgan maqsadini uzoqqa mo’ljallanganligi tushunish mumkin bo’ladi, ya’ni bir hududda uzoqroq faoliyat yuritish hisoblanadi. Bu esa o’z navbatida kompaniyaning investitsion va xo’jalik faoliyati yo’nalishlari samaradorligini oshirish imkoniyatini beradi.

Investitsion faoliyatning tarmoq yo’nalishlarini belgilash jarayoni har bir tarmoq rivojlanish prognozlari bahosini olgan holda investitsion faoliyatini diversifikatsiya qilish hisoblanadi.

Kompaniya investitsiya resurslarini tashkil etish strategiyasini ishlab chiqish alohida bosqichlar bo’yicha amalga oshiriladi, bu jarayon 2.4-rasmda o’z aksini topgan.



2.4-rasm. Investitsion resurslarni tashkil etish strategiyasini ishlab chiqish bosqichlari

Umumiy hajmdagi investitsion resurslariga ehtiyojlarni prognozlash quyidagi ketma-ketlikda amalga oshiriladi:

- Birinchi bosqichda real investitsiyalar uchun zarur moliyaviy mablag'lar hajmi aniqlanadi. Yangi qurilish ob'ektlari qiymati qurilishdagi haqiqatdagi xarajatlar bo'yicha aniqlanadi (inflyatsiya omillari hisobi bilan) va u quyidagi formula orqali hisoblanadi.

$$\mathbf{KV_N = M * U_{KV} + P,}$$

KV_N – yangi ob'ekt qurilishi uchun umumiy kapital qo'yilmasiga talab;

M – qurilish birligi yoki mos ishlab chiqarish ob'ektlari quvvatliligi birligi (m, m^3 va h.k.);

U_{KV} – mazkur quvvatlilik birligiga ketadigan o'rtacha xarajat summasi;

P – ob'ekt qurilishi bilan bog'liq qo'shimcha xarajatlar.

Yangi qurilish ob'ektlari qiymati bilan birga, uning aylanma aktivlariga ham qo'yilmalarni ko'rib chiqish kerak.

Yangi ob'ektni ishga tushirish bilan bog'liq investitsion resurslar quyidagicha aniqlanadi.

$$P_{ir} = \frac{KV_N \cdot 100}{U_{OF}},$$

bu yerda: P_{ir} – yangi ob'ektni qurish va ishga tushirishda investitsion resurslarga umumiy talab; KV_N – yangi ob'ektni qurish va texnik jihozlash uchun umumiy kapital qo'yilmalarga talab; U_{OF} – shu tarmoqdagi korxona aktivlar umumiy summasidagi asosiy fondlarning solishtirma og'irligi.

Harakatdagi kompaniya (korxona)ni sotib olish qiymati quyidagi usullar yordamida aniqlanadi:

a) Sof balans qiymati asosida, bunday baholash tamoyili kompaniya umumiy aktivlar balans qiymatidan uning majburiyatlarini chegirishga asoslangan. Uni quyidagi formula bilan aniqlash mumkin:

$$\mathbf{S_b = OF + NA + Z + F + KV + NS * K_i},$$

bu yerda: S_b – kompaniya (korxona) sof balans qiymati; OF – kompaniya indekslashgan asosiy fondlarining qoldiq qiymati; NA – nomoddiy aktivlar summasi; Z – material aylanma fondlari zahiralarining qoldiq qiymati bo'yicha summasi; F – kompaniya barcha shaklida moliyaviy resurslaridan uning qarzdorligi ayrilgandagi summasi; NS – tugallanmagan qurilish; K_i – asosiy fondlarni indekslash koeffitsienti.

b) Foyda asosida, bunday baholash tamoyili keyingi yillarda olingan o'rtacha yillik foyda real summasi va investitsiyaning o'rtacha foyda me'yori asosida aniqlanadi. Soddalashgan hisob-kitobi quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$S_K = \frac{P_S}{N_P},$$

bu yerda: S_K – foyda miqdori asosidagi korxona qiymati; P_S – o'rtacha yillik foyda real summasi; N_P – investitsiya o'rtacha foydalilik me'yori.

Ikkinchi bosqichda moliyaviy investitsiyalarni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan investitsion resurslarga ehtiyoj prognozi aniqlanadi.

Buning hisob-kitobi, prognozlashtirilayotgan davrda investitsiya shakllari nisbatiga asoslangan va u quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$IR_F = \frac{IR_R \times U_F}{U_R},$$

bu yerda: IR_F – moliyaviy investitsiyalarni amalga oshirish uchun investitsion resurslarga talab; IR_R – real investitsiyalarni amalga oshirish uchun investitsion resurslarga talab; U_F – prognoz davridagi moliyaviy investitsiyalarning solishtirma og'irligi; U_R – prognoz davridagi real investitsiyalarning solishtirma og'irligi.

Har xil manbalar hisobiga investitsion resurslarni tashkil etish imkoniyatlarini o'rganish strategiyani ishlab chiqishning ikkinchi bosqichi hisoblanadi.

Investitsion resurslar o'zlarini maxsus tovar sifatida namoyon etadi.

Investitsiyalarini quyidagi guruhlarga ajratish qabul qilingan:

1. Investitsiya ob'ekti bo'yicha ajratiladi:

- real (kapital ko’rinishidagi) investitsiyalar – bu ishlab chiqarishga qo’yilgan uzoq muddatli mablag’, qoida bo’yicha, real aktivlarini sotib olish bilan bog’liq;

- portfel (inominal) investitsiyalar – bu qiymatli qog’ozlarga qo’yilgan mablag’, boshqa korxonaga o’z mablag’ini kreditga berish hisobiga (pay) hissadir. Portfel investitsiyada investorining vazifasi investitsion portfelini mukammal boshqarish va shakllantirish, qoida bo’yicha, qiymatli qog’ozlarining oldi-sotdi jarayonini amalga oshirishdan iboratdir. Shunday qilib, investitsion portfel – qisqa muddatli moliyaviy jarayondir;

- intellektual (aqliy, ilmiy) investitsiya – mablag’ini kadrlar tayyorlashga qo’yish, kadrlar malakasini oshirish, qayta tayyorlash (insoniy kapital), reklamaga, ilmiy izlanishga (innovatsiya), ijtimoiy sohaga qo’yishdir. Ularining muhimligi shundaki, investitsiya qo’yiladigan ob’ekt va samara beradigan ob’ekt bir-birlariga vaqt bo’yicha ham, makon bo’yicha ham mos kelmaydi, bu ularni rejalashtirish va baholashini qiyinlashtiradi.

2. Qayta tiklash jarayoni bilan bog’liq holda (faoliyatga yo’naltirilganligi) investitsiyalar quyidagilarga bo’linadi:

- brutto-investitsiya;

- sof-investitsiya;

- reinvestitsiya.

2.4. Loyiha bo’yicha investitsiyalash maqsadi va strategik yo’nalishlarini (resurslardan foydalanish) aniqlash

Tashkilot ishlab chiqarish strukturasining shakllanishi asosini mahsulot tayyorlashdagi ishlab chiqarish jarayoni hisoblanadi.

Bu jarayonning asosiy foizlari – tayyorlov, ishlov berish, yig’ish orqali boshlang’ich resurslarini mahsulot yoki xizmatlarga aylantiradi.

Mahsulot tayyorlash jarayonining asosiy operatsiyalarining oqlovchanligidan asosiy ishlab chiqarish yuzaga keladi.

Barcha energetik resurlarini ishlash barcha operatsiyalar texnologik detallarni tayyorlash va ta’mirlash, jihozlar va boshqalar yordamchi ishlab chiqarishga kiradi.

Mahsulotlarni omborlashtirish, taqsimlash, buyurtmachiga yetkazish bo’yicha operatsiyalar turli xizmat ko’rsatuvchi yuklatiladi.

Mahsulot tayyorlash ishlab chiqarish jarayonini amalga oshiruvchi sexlar va xizmatlar tarkibi, shakli va o’zaro aloqalari ishlab chiqarish strukturasini shakllantiradi.

Ishlab chiqarish strukturasining shakllanishida ratsional strukturalarni qurishda talablarni aniqlovchi bir qator omillarni hisobga olish zarur.

Tashqi muhit omillari – iqtisodiy, huquqiy, texnik, ijtimoiy-madaniy, ekologik.

Ichki muhit omillari – korxona maqsadi va rivojlanish strategiyasi, resurlar cheklanganligi, mahsulot, texnologiya, xodimlar soni ishlab chiqarish quvvati va boshqalar.

Lekin, o’rta tuzilmaviy qarorlarni tanlash avvalambor quyidagi omillarga bog’liq:

1. Bo’linmalarning kooperatsiyalashuvi va maxsuslashishi shakli.
2. Ishlab chiqarish mo’ljali, quvvati va ko’lami.
3. Texnika va texnologiya rivoji.
4. Tashkiliy muhit.
5. Ishlab chiqarish joylashgan o’rni.

Ishlab chiqarish bo’linmalarining maxsuslashish shakllari. Mahsuslashish shakllari asosiy ikki turga bo’linadi – texnologik va buyumli.

Bo’linmalarning texnologik maxsuslashishi turli buyumlar bilan bir turdagi operatsiyalar bajarish bo’yicha bir turdagi ishchi o’rinlarning guruhiy joylashishi bilan xarakterlanadi.

Texnologik maxsuslashishdan foydalanuvchi strukturaviy bo’linmalarga misol sifatida – temirchilik, quyma, mexanik, qoplash sexi, shuningdek, turli bo’linmalar bo’yicha notejamkor taqsimlangan kapital talab va yuqori samaradorli jihozli alohida guruhlar kiradi.

Buyumni maxsuslashish mahsulotga yakuniy ishlov berishni ta’minlovchi bir turdagi yoki turli turdagi operatsiyalarni turlangan strukturaviy bo’linmalar bilan harakterlanadi.

Bunday maxsuslashishning turli ko’rinishi sifatida buyumli – detalli va buyumli-uzelli mahsulotni tayyorlashning to’liq bo’lmagan siklli mahsuslashtirilgan sexlar qo’llashadi.

Buyumli maxsuslashishni qo’llaydigan strukturaviy bo’linmalar ishlab chiqariladigan mahsulotlar tasnifi belgilari bo’yicha farqlanadi. Masalan, bir turdagi konstruktsiyadagi buyumlar bo’yicha – standart buyumlar bo’linmasi (gayka, bolt, shesterna); mahsulotlar o’lchamli va texnik jihozlarni qo’llash bo’yicha – yirik detallarni shtamplovchi va mayda detallarni shtamplovchi bo’linmalar.

Mahsulot ishlab chiqarishda mahsuslashish va kooperatsiyalashish struktaviy bo’linmalarning qisqarishiga va ularning aloqalarini ko’payishiga olib keladi. Ishlab chiqarish ishlab chiqarish jarayonining biror fazasida maxsuslashish mumkin, masalan mahsulotni yig’ish yoki mexanik ishlov berish. Lekin,, ishlab chiqarish mahsulot ishlab chiqarishning barcha fazalarida - xaridordan buyurtmachiga yetkazib berishgacha maxsuslashishi mumkin.

Hozirgi vaqtda ko’pgina korxonalar intilayotgan keng maxsuslashish harajatlarini minimallashtirish, mahsulotni ishlab chiqarish sikli vaqtini qisqartirish, uning sifatini va raqobatbardoshligini oshirish imkonini beradi.

Biroq korxonani jahon darajasida rivojlantirish istiqboli – bu tor maxsuslashgan zavodlardir.

Buyumli maxsuslashishning murakkablashishi o’z navbatida ilm talab va kapital talab mahsulotlar ishlab chiqarish bo’yicha ishlab chiqarish jarayonlari sonining oshishiga olib keladi.

Bunday korxonalarning ishlab chiqarish strukturasi texnologiyaning rivojlanishiga mo’ljallangan bo’lib, ishlab chiqarish bo’linmasini texnologik jarayonga qat’iy bog’liqlikda shakllanishi talab etadi.

Ish bilan bir vaqtda bir necha oddiy bir turdagi mahsulot turlarini tayyorlovchi mahsulotga mo’ljal olgan ishlab chiqarish strukturali ko’pgina korxonalar ham bor.

Mahsulotning murakkabligi va ishlab chiqarishning murakkabligi ishlab chiqarish korxonalari mo'ljalini shakllantiradi va strukturaviy qarorlarni qabul qilishga bevosita ta'sir o'tkazadi.

Ilmiy texnik taraqqiyoti natijasida texnika va texnologiyaning rivojlanishi quyidagi o'zgarishlarga olib keladi:

- Ishlab chiqarish va ularning struktaralari tashkiliy shakli;
- Ishlab chiqarish fazalari (bosqichlari) o'rtasidagi proporsiya;
- Mahsulotlarni almashtirish darajasi va uning modifikatsiyasi.

Texnika va texnologiyaning rivojlanishi egiluvchan tizimni (guruhiy texnologiya) o'zlashtirishga ham yordam beradiki, bu o'z navbatida mahsulot yaratishning barcha hayotiy sikllari fazalari (davri)ni avtomatlashtirishni birlashtirish asosida ishlab chiqarish strukturasini rivojlantiradi.

Tashkiliy muhit va elementlar, uning shakllantiruvchilari, masalan ishlab chiqarish tashkiliy (boshqaruv) madaniyati ichkaridan ishlab chiqarish strukturasini rivojlantirishning potensial imkoniyatlarini harakterlaydi va yangi strukturaviy bo'linmalarni shakllantirish uchun tayyorlovni yaratadi.

Ishlab chiqarish o'rni va strukturaviy bo'linmasi u yoki bu mamlakatda tayyorlanayotgan mahsulot mijozlari talabi bilan aniqlanadi. Ishlab chiqarish bazalarining globallashuvi yangi ishlab chiqarish mamlakatlarda joylashtirishda minimum harajatlarni ta'minlash imkoniyatlari, birinchi navbatda arzon resurslar hisobiga va iste'mol bozorlarining yaqinligiga e'tibor qaratiladi.

2.5. Loyihaning innovatsion faoliyat xususiyatlari va innovatsiya strategiyasini ishlab chiqishning ahamiyati

Innovatsiya – bu har qanday faoliyat sohasida kiritiluvchi ilmiy yangiliklardir (ilmiy kashfiyotlar, nou-xau, ilmiy ixtirolar va hokazo), xususan:

- fan-texnika sohasida bu ilmiy-texnik innovatsiyalar – kompyuter, lazer, mikroto'lqinli yarimo'tkazgich texnologiyalari, elektron pochta, uyali aloqa va

Internet global tarmoqlari ishini ta’minlovchi integratsiyalangan aloqa liniyalari va sun’iy yo’ldosh aloqasi, robot texnikasi;

- energetika sohasida – atom energetikasi, sintetik yoqilg’i va oziq-ovqat mahsulotlari olish;
- tibbiyot sohasida - gen muhandisligi (DNK).

Mehnat, kapital, tabiiy resurslar va tadbirkorlik kabi sanoat ishlab chiqarishidagi muhim omillar qatorida yana bir omil - innovatsion resurs paydo bo’lgan. Biroq bunda ilmiy-texnik loyihalarni tijoratlashtirish, ya’ni ulardan bozor raqobati sharoitlarida foyda olish maqsadida foydalanish borasida ayrim muammolar mavjud.

Ko’p sonli empirik ma’lumotlar shundan dalolat beradiki, iqtisodiy o’sishning asosiy harakatlantiruvchi kuchi texnik taraqqiyot hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida kichik biznes va tadbirkorlik innovatsion jarayonda markaziy rol o’ynaydi, innovatsiyalar esa texnik taraqqiyot sur’ati yuqori bo’lgan tarmoqlarda asosiy raqobat quroli hisoblanadi. Bu kuzatuvlar yangi emas. Adam Smit o’zining «Xalqlar boyliklari» asarida texnik taraqqiyot va iqtisodiy rivojlanishni qo’llab-quvvatlovchi institutlarga alohida e’tibor qaratgan. XX asrning birinchi yarmi iqtisodchilari orasida Yozef Aloiz Shumpeter (1883-1950) alohida o’rin egallaydi. Uning zamonaviy iqtisodiy fikrlashga ko’rsatgan ta’siri neoklassik maktab vakillari ta’siridan kam emas. Aynan shu olim innovatsiyalarni olg’a suruvchi va unda normal darajadan katta bo’lgan daromadning asosiy manbasi bo’luvchi raqobat mexanizmini tavsiflab bergan.

Innovatsiyalar yoki «yangi kombinatsiyalarni amalga oshirish» tushunchasiga Shumpeter tashkilot, mahsulot yoki ishlab chiqarish jarayonini doimiy takomillashtirish yo’li bilan olinuvchi strategik afzallik va yutuqlarni kiritgan. U quyidagi besh holatni ko’rsatib o’tgan:

1) yangi ne’mat tayyorlash;

2) ishlab chiqarishning yangi usulini joriy qilish;

3) yangi sotuv bozorini o’zlashtirish;

4) xomashyo yoki yarim tayyor mahsulotlar yangi manbasiga ega bo’lish;

5) tegishlicha qayta tashkil qilish, masalan, monopol holatni ta’minlash[3].

Innovatsiyalarni amalga oshirishda pul bozorining roli ham muhim ahamiyat kasb etadi. Shumpeter uchun kapital «tadbirkorlarga berilishi lozim bo’lgan to’lov vositalari summasi»[4] hisoblanadi. Aynan pul bozorida iqtisodiy loyihalar taqqoslanib, rivojlanish moliyalashtiriladi, «kelajakdagi qiymat tizimi paydo bo’ladi[5]». Iqtisodiyotning «yetakchi sektori» hisoblangan banklar ishlab chiqarishni kengaytirishni yoki yangiliklar kiritishni moliyalashtirishi mumkin. Shumpeterga ko’ra, ular milliy firmalar raqobatbardoshligini oshirishda strategik rol o’ynashi yoki aksincha, vaziyatga sustkashlik bilan javob qaytarishi va «kelajakdagi qiymat»ni izlamasligi mumkin.

Sanoat tarmoqlarida innovatsion-texnologik ustuvorliklar texnologiyalar ro’yxatida aks etadi: bu ro’yxatlarni maksimal darajada kichraytirish, har 4-5 yilda qayta ko’rib chiqish hamda mamlakatning maqsadli ilmiy-texnik va innovatsion dasturlari tarkibini belgilashda asos qilib olish lozim.

Tanlab olingan ustuvor yo’nalishlarni amalga oshirish bo’yicha samarali tizimni shakllantiruvchi omillar quyidagilarga asosan tasniflanishi lozim:

- jahon texnologik makoni bo’yicha bo’lgani kabi, O’zbekiston Respublikasi va MDH uchun ham olimlar jamoasi tomonidan muqobil konkursli asosda ishlab chiqiluvchi uzoq muddatli (20-30 yil) ilmiy-texnik va innovatsion-investitsion bashoratlar;
- eng muhim bazaviy texnologiyalar bo’yicha ilmiy-texnik va innovatsion xarakterga ega maqsadli dasturlar;
- sanoat tarmoqlarida bazaviy texnologiyalarning ayrim bo’g’inlarini amalga oshiruvchi davlat ahamiyatiga molik eng muhim innovatsion loyihalar.

Shuni qayd etish kerakki, iqtisodiy o’sishning tanlab olingan ustuvor yo’nalishlarini amalga oshirishni resurslar bilan to’liq ta’minlash ko’p kanalli asosda bajariladi:

---

[3] Шумпетер И. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры).-М.: Прогресс, 1982. - С. 159.
[4] Шумпетер, 1934. - С. 122.
[5] Шумпетер, 1934. - С. 125.

➢ noishlab chiqarish sohasida innovatsion loyiha va dasturlarni, shuningdek, eng muhim innovatsion loyihalar, maqsadli dasturlar, strategik rejalar va bashoratlarni ishlab chiqishni byudjetdan moliyalashtirish, byudjet mablag'larini dastur va loyihalar amalga oshiriluvchi butun muddat bo'yicha taqsimlash;

➢ tanlab olingan ustuvor sanoat tarmoqlariga yo'naltirilgan innovatsion dastur va loyihalar uchun soliq va bojxona imtiyozlari taqdim etish;

➢ bunday dastur va loyihalarga xususiy va xorijiy investitsiyalarni jalb etish uchun sharoitlar yaratish;

➢ investitsiyalarga innovatsion mazmun bag'ishlash uchun sanoat tarmoqlarida investitsion dastur va loyihalarning innovatsion-texnologik ekspertizasini tashkil qilish.

Agar tadbirkorlardan «Nima uchun yangi texnologiyalarni o'zlashtirishga shoshilmaysiz?» deb so'ralsa, ulardan deyarli har biri «Agar soliqlar kamroq, kreditlar arzonroq bo'lib, import bojlari unchalik bo'g'maganda edi, innovatsiyalarni joriy qilish haqida o'ylab ko'rish va hatto buni amalga oshirishga kirishish ham mumkin bo'lar edi» deb javob berar edi. Quloqqa qanchalik erish tuyo'lmasin, lekin, bu bor haqiqat. Tadbirkor kerakli axborot va intellektual resurslarga ega bo'lgan va qaysi innovatsiyani ishlab chiqish yoki ishlab chiqarishga tatbiq etish lozimligini bilgan taqdirda ham u moliyalashtirish muammosiga duch keladi. Bu muammoni uchta tarkibiy qismga ajratish mumkin: korxonaning o'z mablag'lari yetishmasligi, banklarning kredit resurslariga ega bo'lishning qiyinligi hamda innovatsion jarayonlarni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining mukammal emasligi.

Innovatsiyalarni rag'batlantirishga jahon amaliyotida keng qo'llanuvchi soliq imtiyozlaridan maqsadli yo'nalgan holda foydalanish katta yordam ko'rsatgan bo'lar edi. Mamlakatimizda mazkur sohada soliq imtiyozlari bilan rag'batlantirishning afzal yo'llari deb ekspertlar quyidagilarni ko'rsatadilar:

➢ yuridik shaxslarning investitsiyalarga va bu investitsiyalarni olish uchun sarflangan kreditlarni qoplashga yo'naltiriluvchi xarajatlari miqdorida ularning soliqqa tortiluvchi daromadini qisqartirish imkoniyatini taqdim etish. Bu imtiyoz

umuman olganda mavjud bo’lsada, biroq «hisoblangan eskirish hajmi to’liq foydalanilgan sharoitda» qo’llanadi va amalda hech qanday samara bermaydi;

- texnologik innovatsiyalarni ishlab chiqish va joriy etishga investitsiyalar ajratuvchi xususiy sektor korxonalarini maqsadli yo’nalgan holda soliq imtiyozlari bilan rag’batlantirish. Jahon tajribalari ITTKI va ishlab chiqarish vositalariga investitsiya qilinuvchi mablag’larni soliqdan ozod qilishning amaliy yordam ko’rsatishini tasdiqlaydi;
- tezlashtirilgan amortizatsiyani hisoblash uchun imkoniyatlar yaratish, xususan, uning uchun baland normalar belgilash. Amaldagi amortizatsiya mexanizmida bir qator cheklovlar mavjud: tezlashtirilgan amortizatsiyani hisoblash oddiy amortizatsiya normasidan ikki baravardan ortiq bo’lishi mumkin emas; xarid qilingan asosiy vositalarning katta qismini birinchi yilda amortizatsiya qilish imkonining yo’qligi. Bunday cheklashlar natijasida ko’plab kichik korxonalar texnik jihozlanishni oshirish uchun amortizatsiyadan foydalana olmaydi.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Loyiha nima va uning investitsiya loyihasidan qanday farqi bor?
2. Investitsiya loyihasi turlarini aytib bering.
3. Investitsiya loyihalarini boshqarishning zarurligi nimada?
4. Investitsiya loyihalarini boshqarishning iqtisodiy mohiyatini aytib bering.
5. Menejment, moliyaviy menejment va loyiha menejmentining o’zaro bog’liqliklarini aytib bering.
6. Loyihalar tasnifini keltiring.
7. Loyihaning umumiy xususiyatlarini qanday izohlay olasiz?
8. Davlat investitsiya siyosatining asosiy tamoyillarini bilasizmi?

3-BOB. INVESTITSION LOYIHANI TAYYORLASHNI TASHKIL QILISH (INVESTITSIYA OLDI FAZASI)

3.1. Investitsion sikl, mazmuni va loyihani ishlab chiqish bosqichlari. Loyiha sikli bosqichlari

Investitsiyaviy sikl – loyihani amalga oshirishning boshlanishi va uning tugatilishi oralig'idagi davr. Investitsiyaviy siklining bosqichlari: investitsiya oldi, investitsiya va ishlab chiqarish (ekspluatatsiya) bosqichlari. Investitsiyaviy sikl har bir bosqichining mazmun-mohiyati, maqsadi va vazifalari. Loyiha bosqichining investitsiya oldi sxemasi. Loyihaning investitsiya bosqichi sxemasi. Loyiha-smeta hujjatlari va uning tarkibi. Loyihani dastlabki baholash qiymatini aniqlash. Loyiha texnik-iqtisodiy asosnomasini ishlab chiqishda loyihani boshlang'ich yoki omilli baholash. *Moliyalashtirish rejasini tayyorlash uchun ehtimoliy baholash, tanlov savdolariga tayyorgarlik ko'rish va ularni amalga oshirish uchun yakuniy baholash (shartnomalarni imzolash bosqichida).*

Loyihani amalga oshirish va uni tugatish oralig'idagi davr investitsiya jarayoni deb ataladi. Investitsiya jarayonini 4 ta bosqichga (fazaga) bo'lish mumkin va ularning har birining o'z maqsad va vazifalari bor:

1. Investitsiyalashdan oldingi faza. Investitsiya loyihasi bo'yicha dastlabki izlanishlardan, to uni amalga oshirish bo'yicha qaror qabul qilunguncha bo'lgan davr.

2. Investitsiyalash fazasi. Loyihalashtirish pudrat asosida qurilish-montaj ishlarini olib borish uchun shartnomalar imzolash va qurilish montaj ishlarini olib borish.

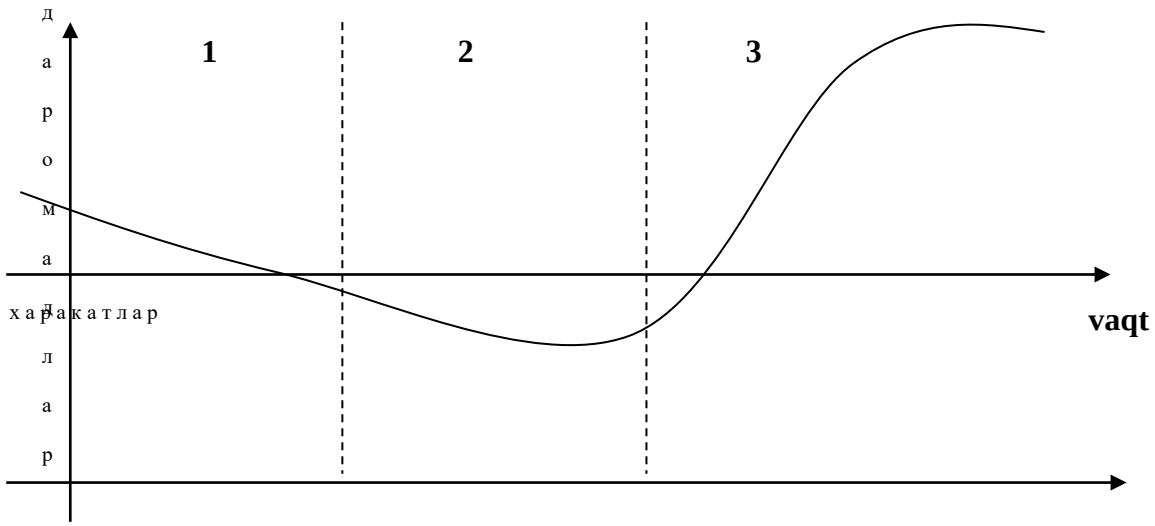
3. Ishlab chiqarish fazasi. Korxona xo'jalik faoliyatining yuritilishi.

Investitsiyalashdan oldingi va investitsiya bosqichi investitsion loyihalashtirishga, ishlab chiqarish bosqichi esa maxsus tashkiliy tartib qoidalariga (ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etish, rejalashtirish, moliyalashtirish, tahlil, menejment va boshqalar) taalluqlidir.

4. Likvidatsiya fazasi.

Sanoatga ta’luqli bo’lgan investitsiya loyihalarini ishlab chiqish va amalga oshirish yuqorida ta’kidlab o’tilgan uchta bosqichdan iborat jarayon tariqasida taqdim etilishi mumkin. Ularning har biri maslahat berish, loyihalashtirish, ishlab chiqarish kabi faoliyatlarni o’zida mujassamlashtirgan bo’lishi kerak.

Investitsiya loyihalarini ishlab chiqishda loyiha siklining bosqichlari muhim ahamiyatga ega. «Loyiha sikli» tushunchasiga loyihani ishlab chiqish va uni amalga oshirishning turli bosqichlari kiradi. Loyiha siklining boshlang’ich va tugallanish davrlari, g’oyadan to uning moddiy qiymatga ega bo’lganga qadar davrlarni o’z ichiga oladi.



3.1-rasm. Investitsion loyiha uch fazani ichiga olgan loyiha hayotiy sikli

Har qanday investitsiya loyihasini ishlab chiqishda, ya’ni investitsiya g’oyalarining paydo bo’lishidan, to uni amalga oshirish uch xil fazani o’z ichiga oladi: Investitsiya oldi, investitsiya va ekspluatatsiya (yoki ishlab chiqarish).

Yuqoridagi 3 ta faza investitsion loyiha – hayotiy siklini tashkil etadi. (project lifetime).

Investitsiya loyihasini ishlab chiqishning asosiy bosqichi bo’lib, investitsiya oldi fazasi hisoblanadi.

Ushbu fazada loyiha ishlab chiqiladi, uning imkoniyatlari o’rganiladi, dastlabki texnik-iqtisodiy tadqiqotlar – kuzatishlar o’tkaziladi, potension investor va loyihaning

boshqa ishtirokchilari bilan muzokaralar olib boriladi, xom ashyo va uskunalarni yetkazib beruvchilar tanlanadi. Agar investitsion loyihaga kredit jalb qilish ko'zda tutilgan bo'lsa, unda bu fazada kreditni olish bo'yicha bitimlar tuziladi; investitsion loyihani yuridik jihatdan rasmiylashtiriladi; hujjatlarni tayyorlash, shartnomalarni rasmiylashtirish va korxonani ro'yxatga olish amalga oshiriladi.

Loyihaning investitsiya oldi fazasida bo'lg'usi loyihalashtirish ob'ektining imkoniyatlari o'rganiladi. Loyihaning bu hayotiy bosqich siklida, uning hayotga mos qobilligi va jalb etuvchanligiga asos yaratiladi. Investitsiya oldi fazasi loyihaning to'liq xarakteristikasini berishi shart.

Ba'zi xollarda investitsiya loyihasining bu hayotiy sikl bosqichining davomiyligini aniqlash juda qiyin kechadi.

Investitsion loyihalarni TIA g'oyaning paydo bo'lishidan boshlab uning moddiylikka aylanishigacha bo'lgan jarayonni o'z ichiga oladi va bu jarayon uch bosqichdan iborat bo'lib, investitsiya oldi bosqichi (boshlang'ich bosqich), investitsiya va ekspluatatsiya bosqichlariga bo'linadi.

Dastlabki bosqichda investitsion loyihaning TIA ishlab chiqiladi, uni moliyaviy-iqtisodiy baholash ishlari amalga oshiriladi, invetitsiyani amalga oshirish uchun imkoniyatlar tahlil qilinadi hamda loyihani amalga oshiruvchi korxonaning moliyaviy holati baholanadi. So'ngra kapital qo'yilmalar va investitsiyalash amalga oshiriladi, shartnomalar tuziladi, loyiha bo'yicha qurilish ishlari olib boriladi, uskunalar sotib olinadi va ishlab chiqarishga tayyorlash ishlari o'tkaziladi. Loyihaviy moliyalashtirishning oxirgi bosqichida loyiha quvvati ishga tushiriladi va mahsulot (ish, xizmat) ishlab chiqariladi.

Investitsiya oldi bosqichida TIA ishlari amalga oshiriladi va u eng asosiy bosqich hisoblanadi. TIA mavjud ishlab chiqarish omillariga, mahalliy bozor va ishlab chiqarish shart-sharoitlariga bog'langan bo'lishi lozim. Tahlil natijalari xarajatlar, daromadlar va sof foyda qismini yaqqol ko'rsatib berishi lozim. TIAni ishlab chiqish tadqiqot natijasida aniqlangan kerakli moliyaviy mablag'lar yetarli darajadaligi ma'lum bo'lgandagina amalga oshirilishi lozim.

3.1-jadval.

Investitsiya oldi fazasi

Investitsiya oldi fazasi		
1	**2**	**3**
Loyihani amalga oshirish imkoniyatlarining tahlili	Loyihani asoslashning tayyorgarlik bosqichi	Loyihani baholash va investitsiya qilish to'g'risida qaror qabul qilish
Investitsiyalash uchun kerak bo'ladigan mablag'lar hajmi va salohiyatli (potensial) investorlar	Loyihani mavjud muqobillar bilan solishtirgandagi dastlabki asoslash.	Yakuniy qaror sifatida loyihani ijtimoiy-iqtisodiy baholash.
Loyihani amalga oshirishning ichki va tashqi shart-sharoitlarini baholash	Qo'shimcha (funksional) izlanishlar.	Investitsiyalashning salohiyatli manbalarini aniqlash.
Loyihani amalga oshirish imkoniyatlarini makro va mikroiqtisodiy darajada tahlil qilish	Loyihani texnik iqtisodiy asoslash (TIA).	Investitsiyalashning tadbirlarining ishlab chiqish.
	Loyihani amalga oshirishga kelishish va tasdiqlash (ishchi hujjatlar)	

TIA tushunchasi iqtisodchi-olimlar tomonidan turlicha talqin qilinadi. Fikrimizcha, eng avvalo, «loyihani asoslash» tushunchasini anglab olish lozim. Keng ma'noda loyihani asoslash besh asosiy jihatni tahlil qilish va baholash bilan tavsiflanadi: texnik; institutsional; moliyaviy; iqtisodiy va ijtimoiy.

Loyihani texnik asoslash texnik nuqtai nazardan qabul qilingan maqbul qaror iqtisodiy jihatdan maqbul bo'lmasligi mumkin. Bu shu bilan bog'liqki, turli texnik qarorlar o'zi bilan birga turli xarajatlar va samaralarga ega bo'ladi va ular taqqoslangandan keyingina qaysi qaror maqbul ekanligini aytish mumkin.

Loyihani ishlab chiqish jarayonida hisobga olish lozim bo'lgan texnik qarorlarning bir qancha jihatlarini ko'rib chiqamiz:

- texnologiya – texnologiya ilmiy jihatdan asoslanganmi va amaliyotga joriy etilganmi? Texnika mazkur texnologiyani qo'llashga tayyormi?

- vaqti-vaqti bilan yuzaga keluvchi xarajatlar – loyiha bo'yicha vaqti-vaqti bilan yuzaga keluvchi xarajatlar hisobga olinganmi, masalan, texnika va uning ishlash holati;

- atrof muhitga ta'siri – loyihada qo'llanilayotgan texnikaning atrof-muhitga

yetkazadigan zarari darajasi qanday.

Loyihaning iqtisodiy asoslanishi esa uning cheklangan resurslarni ishlatish nuqtai nazaridan butunligicha milliy iqtisodiyotga qanday sof foyda berishi bilan aniqlanadi. Barcha resurslar u yoki bu darajada cheklangan va ularning barchasini bir emas, bir qancha usullar bilan ishlatish mumkin. Masala shundaki, mazkur loyiha mavjud resurslarni samarali ishlatishni ta'minlaydimi? Loyihani iqtisodiy asoslashda undagi xarajatlar va daromadlar hisob-kitob qilinadi, ya'ni baholanadi.

Taniqli xorijlik iqtisodchi-olimlardan V.Berens, P.M.Xavraneklar fikricha: «texnik-iqtisodiy asoslash – bu salohiyatli investorlar, loyiha quruvchilari va moliyachilarni investitsiyalash va moliyalash usullari bo'yicha qaror qabul qilish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar bilan ta'minlovchi vositadir»[6]. Rossiyalik olim V.G.Zolotogorov esa: «texnik-iqtisodiy asoslash - bu investitsion loyihaning samaradorligi va maqsadliligini ko'rib chiqishga imkon beruvchi texnik va tashkiliy qarorlar, hisob-smeta, baholash va boshqa ko'rsatkichlarni aks ettiruvchi hisob-analitik hujjatlar to'plamidir»[7], deya tavsiflaydi.

Prof. D.G'ozibekov ta'kidlaydiki: «texnik-iqtisodiy asoslash o'z mazmuniga ko'ra loyihani amalga oshirishning maqsadga muvofiqligini texnik-iqtisodiy tadqiq etish atamasi bilan aynan bir xil»[8]. Texnik-iqtisodiy asoslash potensial investorlar hamda boshqa barcha ishtirokchilarni investitsiyalashning ijtimoiy-iqtisodiy, moliyaviy va ekologik jihatlarini oydinlashtiruvchi vosita sifatida xizmat qiladi. Shuningdek, loyihaning muqobil strategiyasi va doirasiga baho beruvchi vosita, resurslar marketingi, joylashgan o'rni, ishlab chiqarish quvvatlari va texnologiyalar haqidagi tegishli ma'lumotlar bilan ta'minlovchi hisoblanadi[9].

Iqtisod fanlari doktori N. Karimov bu to'g'rida fikr bildirib, «loyihani texnik-iqtisodiy asoslanishi loyihaviy tahlilning ob'ekti bo'lib hisoblanadi va u loyihaning iqtisodiy, moliyaviy samaradorligini va loyiha bo'yicha xarajatlarni aniqlash,

[6] Беренс В., П.М.Хавранек. Руководство по оценке эффективности инвестиций: Пер. с англ. перер. и дополн. Изд-во. – М.: «Интерэксперт», «Инфра-М», 1995. – С. 6.
[7] Золотогоров В.А. Инвестиционное проектирование: Учеб.пос. – Мн.: «Экоперспектива», 1998. – С. 33.
[8] Ғозибеков Д.Ғ. Инвестицияларни молиялаштириш масалалари. – Т.: «Молия», 2003. – Б. 76.
[9] Ғозибеков Д.Ғ. Инвестицияларни молиялаштириш масалалари. Т.: «Молия», 2003. – Б. 76.

moliyalashtirish manbalari va xatarlarni baholashdek o’z maqsadiga ega bo’ladi»[10], deb ta’kidlab o’tadi.

TIAning mohiyati va mazmuni bo’yicha yuqorida bildirilgan fikrlarni umumlashtirib, unga quyidagicha ta’rif berish maqsadga muvofiqdir: loyihani amalga oshirishga ta’sir qiluvchi ichki va tashqi omillarni tahlil qilish asosida loyihaning maqsadiga erishishning samarali yo’llarini aniqlovchi moliyaviy, iqtisodiy, texnik va unga oid hujjatlar to’plamiga texnik-iqtisodiy asoslash deyiladi. TIA loyihani amalga oshirishning imkoniyatlarini asoslaydi va bir muncha optimal bo’lgan qarorni tanlashga imkon beradi. U loyihaning barcha jihatlarini ochib berishini hisobga oladigan bo’lsak, uni ishlab chiqishdan oldin, loyiha tashabbuskori yoki loyihani ishlab chiquvchi u bo’yicha barcha ma’lumotlarni to’plashi lozim. Ma’lumotlar manbai bo’lib, qarz oluvchining faoliyatiga bevosita taaluqli hujjatlar, shuningdek, turli iqtisodiy adabiyotlar hamda shaxsan o’zining tajribasi xizmat qiladi.

TIA – bu loyihaning samaradorligi va maqsadga muvofiqligini ko’rishga imkon beruvchi boshlang’ich ma’lumotlar, shuningdek, asosiy texnik va tashkiliy qarorlar, hisob-smeta, baholash va boshqa ko’rsatkichlarni o’zida mujassamlashtiruvchi hisob-analitik hujjatlar to’plamidir. TIAni loyihaning maqsadliligi yuzasidan olib boriladigan texnik-iqtisodiy tadqiqotlar sifatida ifodalash mumkin.

3.2. Loyiha konsepsiyasini ishlab chiqish. Loyihaning investitsion g’oyasini shakllantirish

Ba’zi xollarda investitsiya loyihasining bu hayotiy sikl bosqichining davomiyligini aniqlash juda qiyin kechadi.

Jahon amaliyotida investitsiya oldi fazasini quyidagi bosqichlari mavjud:

1. Investitsiya g’oyalarining shakllanishi, ya’ni g’oyani tanlash va dastlabki asoslash yoki dastlabki investitsion konsensiyani shakllantirish (opportunity studies);

[10] Каримов Н.Ғ. Инвестицияларни лойиҳавий молиялаштириш. «Бозор, пул ва кредит» журнали, 2000. – Б. 41.

2. Investitsiya imkoniyatlarini izlash, ya’ni ishlab chiqariladigan mahsulotga talabni o’rganish, loyihaning qiymati va uning samarasini aniqlash (pre – feasibility studies);

3. Loyihaning texnik-iqtisodiy asoslanishi yoki uning texnik - iqtisodiy va moliyaviy maqbulligini baholash (feasibility studies);

4. Baholovchi xulosani tayyorlash va investitsiyalash uchun qaror qabul qilish (final evaluation).

Investitsiya g’oyalarining shakllanishi bosqichida, bu g’oyani tanlash, uni dastlabki asoslash, loyihada ko’rsatilayotgan ishlab chiqarishni tashkil etish, texnik, innovatsion va ekologik nuqtai nazardan bir qarorga kelish, loyihani amalga oshirish davomida qo’yiladigan boshqa talablarga javob berish, investitsiya g’oyasining ustunligini tarmoq, xududiy va davlat idoralari bilan dastlabki kelishuv, loyihani amalga oshira oladigan korxonani dastlabki tanlash va ma’lumotlar memorandumini tayyorlash ishlari ko’rib chiqiladi.

Investitsiya imkoniyatlarini izlash bosqichi, eksport va importni hisobga olgan xolda mahsulot va hizmatlarga bo’lgan talabni dastlabki o’rganish, mahsulot va hizmatlar bazaviy, joriy va prognozlashtirilayotgan narhlari darajasini baholash, loyihani amalga oshirish bo’yicha huquqiy-tashkiliy takliflar va loyiha ishtirokchilari tarkibi, tahmin qilinayotgan investitsiya xajmlarini baholash, loyihaning texnik-iqtisodiy asoslari bo’limlari bo’yicha dastlabki baholashni tayyorlash, shu jumladan loyihaning samaradorligini baholash, potensial investorlar uchun investitsion takliflar tayyorlashni o’z ichiga oladi.

Mablag’larni loyihaga investitsiyalashdan oldin bajariladigan muhim ishlardan biri bu loyiha bo’yicha investitsiya imkoniyatlarini aniqlashdir. Salohiyatli investorlar, ular qanday bo’lishidan qat’iy nazar rivojlangan yoki rivojlanayotgan davlatlarda yuzaga kelayotgan investitsiya imkoniyatlari to’g’risida ma’lumot olishga qiziqishadi. Bunday investitsiya loyihalari bo’yicha ma’lumotlarni o’rganish va tahlil etish ikki xil yo’nalishda amalga oshiriladi:

1. Iqtisodiyot sektori darajasi bo’yicha yondashish (makro).
2. Korxona darajasi bo’yicha yondashish (mikro).

Iqtisodiyot sektori darajasi bo’yicha izlanishlarni olib borish o’sha davlatning butun investitsiya salohiyatini (potensialini) hamda bu davlatga boshqa davlatlar tomonidan investitsiya qilinishi mumkin bo’lgan mablag’lar hajmini o’rganish va taxlil qilishni o’z ichiga oladi.

Korxona miqyosidagi tahlil aniq investitsiya loyihasi bo’yicha qo’yilayotgan talablardan kelib chiqqan holda amalga oshiriladi.

Loyiha bo’yicha investitsiya imkoniyatlarini o’rganish va taxlil qilishda quyidagi omillarga alohida e’tibor beriladi:

- umumiy investitsiya muhiti, shart-sharoitlar;

- qayta ishlanishi mumkin bo’lgan tabiiy boyliklar va xom ashyo resurslari;

- ishlab chiqarilishi mo’ljallanayotgan tovarga (xizmatga) kelgusidagi talab (aholini o’sishi hisobiga, aholi xarid qobiliyatining o’sishi hisobiga va boshqa omillar);

- loyihaning atrof-muhitga ta’siri;

- boshqa tarmoqlar bilan kelgusidagi o’zaro aloqasi va imkoniyatlari;

- diversifikatsiyalash imkoniyati. Masalan, neft-ximiya majmuasidan formatsevtik ishlab chiqarishga o’tish;

- ishlab chiqarish resurslarining mavjudligi va ularning qiymati;

- eksport imkoniyatlari;

- import o’rnini bosadigan mahsulotlarni ishlab chiqarish.

Investitsiya imkoniyatlari bo’yicha izlanishlar yuqorida keltirilgan omillar bo’yicha har birining aloxida tahliliga emas, balki umumiy baholashga asoslanadi.

Loyiha g’oyasini rivojlantirish uchun aniq takliflar kiritishda talab etiladigan ma’lumotlarni miqdoriy baholash uchun investitsiya imkoniyatlarini tadqiq etish asosiy vosita hisoblanadi. Bunda quyidagi jihatlar tahlil etiladi:

- qayta ishlovchi sanoat uchun kerakli bo’lgan tabiiy resurslar;

- qishloq xo’jaligiga asoslangan sanoat tarmog’i uchun asos bo’lgan amaldagi qishloq xo’jaligi tarkibi;

- muayyan iste’mol talablariga kelgusi talab, aholi o’sishi hisobiga ortib boruvchi talab;

- atrof-muhitga ta’sir ko’rsatish;

- qayta ishlovchi sanoat sektori;

- mahalliy yoki transmilliy va boshqa tarmoqlar bilan mumkin bo’lgan aloqalar;

- umumiy investitsiya muhiti;

- ishlab chiqarish siyosati;

- ishlab chiqarish omillarining mavjudligi va qiymati;

- eksport salohiyati va boshqalar.

Umumiy imkoniyatlarni tadqiq etishni quyidagi uchta kategoriyaga ajratish mumkin:

1. Hududdagi imkoniyatlarni aniqlash uchun belgilangan izlanishlar.

2. Sanoat sohasidagi, masalan, qurilish materiallari yoki oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarishdagi imkoniyatlarni - aniqlash uchun belgilangan izlanishlar.

3. Tabiiy resurslar, qishloq va sanoat mahsulotlaridan foydalanishga (neft, ximiya, metallurgiya, yog’ochni qayta ishlash) asoslangan imkoniyatlarni aniqlash uchun belgilangan izlanishlar.

3.3. Investitsion loyiha variantlarini ishlab chiqish

Odatda, barcha investitsiya loyihalari ham bir xil ko’rsatkichlarga ega bo’lavermaydi. Ayrim ko’rsatkichlar bir loyihada yuqori ijobiy bo’lsa, boshqa loyihada esa aksincha bo’lishi mumkin va yana bir ayrim ko’rsatkichlari esa bir loyihada boshqa loyihadagiga nisbatan pastroq miqdorga ega bo’lishi mumkin. Bir sohaga xos bo’lgan loyihalarning bunday (o’zaro ziddiyatli) ma’lumotlarga ega bo’lishi, ular o’rtasidagi raqobatni vujudga keltiradi. Investitsiya qarorlarini qabul qilish, ayniqsa, raqobatli investitsiyalar sharoitida birmuncha qiyin vaziyatlarni keltirib chiqaradi.

Investitsiya loyihalari o’rtasidagi raqobat kurashining vujudga kelishi, odatda, quyidagi sabablarga asoslanadi:

1. Investitsiyalarning eng qisqa fursatda (tez) qoplanishi va yuqori foyda keltirishi.

2. Investorning kapital byudjeti cheklanganligi.

Investitsiyalar u yoki bu natijalarga erishish yoki muayyan turdagi cheklangan resurslardan foydalanishning muqobil imkoniyatlari ta’minlangan hollarda o’zaro ziddiyatli investitsiyalar hisoblanadi va raqobatlashuvchi investitsiyalar deb ataladi. Muqobil (o’zaro ziddiyatli) investitsiyalarni taqqoslash esa ular ichidan eng yuqori samaralisini aniqlashga va uni ko’zlangan maqsad yo’lida moliyalashtirishga imkon beradi. Muqobil loyihalarni o’zaro taqqoslashda, eng avvalo:

- ishlab chiqarish rejasi va hajmi yoki loyiha quvvatiga;

- vaqt omiliga;

- yangi texnika yoki progressiv texnologiya bo’yicha bajariladigan ish (xizmat) hajmiga;

- ishlab chiqarish va mahsulotni iste’mol qilishning ijtimoiy omillariga (atrof-muhitga ta’sirini ham hisobga olgan holda);

- moliyaviy ko’rsatkichlarga (baho darajasi, inflyatsiya va kredit uchun foiz stavkalari darajalari va shu kabilar) e’tiborni qaratish lozim.

Investitsiyalarning muqobil variantlarini ishlab chiqish ularning samaradorligini oshirish imkonini beradi. Muqobil loyihalar ichida afzali deb topilgan investitsiya loyihasini amalga oshirish investor xarajatlarini samarali tashkil etish, investitsiya xarajatlarining tezroq qoplanishi va yuqori foyda olish imkonini ta’minlaydi. Investitsiya loyihasining hayotiylik davri ancha uzoq bo’lgan davrda investitsiya xarajatlarining qisqa vaqt ichida to’liq qoplanishi qolgan davr mobaynida loyihadan katta foyda olishga imkon beradi va investitsiyalarning yuqori samaradorligini ta’minlaydi.

Amaliyotda shunday holatlar ham yuz beradiki, bunday paytlarda investitsiyalashning qaysi variantlarini qabul qilish masalasi jiddiy muammoga aylanishi mumkin. Masalan, transport kompaniyasi foydalanilgan, lekin, yana 3-4 yil

xizmat qilishi mumkin bo’lgan yuk tashish mashinasini yoki xizmat muddati 8-10 yil bo’lgan yangi yuk tashish mashinasini sotib olishi mumkin. Bunday paytda kompaniya investitsiyalashning qaysi varianti afzal ekanligini aniqlash uchun ularni qanday taqqoslash lozimligi muhim vazifa hisoblanadi.

Investitsiya loyihalarining samaradorligi yuqori ko’rsatkichlar asosida ishlab chiqilgan reja (bashorat)larning haqiqiy bajarilishiga bog’liq bo’ladi. Bu bashoratlarning hammasi yuqori sifatli, xaridorgir mahsulotlarni ishlab chiqarishga va yuqori foyda asosida sotishga qaratilgan bo’ladi. Lekin, loyihalarning texnologik tarkibi (ishlab chiqarish jarayonining murakkabligi va uzoq davom etishi), loyiha quvvatining bosqichma-bosqich o’zlashtirilishi va mahsulotni sotish jarayoni kabilarning loyiha samaradorligiga jiddiy ta’sir ko’rsatishini hisobga olish zarur.

Odatda, ob’ektni ishga tushirishning birinchi bosqichining o’zidayoq to’liq loyiha quvvatiga erishishni rejalashtirilgan investitsiya loyihalarining aksariyat qismi noreal hisoblanadi. Sababi, turli xil texnologik, ishlab chiqarish va tijorat qiyinchiliklari oqibatida (sotish hajmining tushib ketishi, xom ashyo va ishchi kuchi ta’minotidagi nomuvofiqliklar va shu kabilar) loyihalar ishlab chiqilgan rejalariga mos kelmay qolishligi mumkin. Ayniqsa, bunday holat loyiha quvvatining birinchi yilining o’zidayoq to’liq o’zlashtirilishi rejalashtirilgan investitsiya loyihalarida kuzatilishi mumkin. Chunki,, aksariyat hollarda, mahsulotni ishlab chiqarish va sotish ishlarida ayrim muammolar yuzaga kelishi mumkin. Shu sababdan loyiha rejasini ishlab chiqishda uni loyihaning to’liq quvvatiga erishishini investitsiya ob’ektini ishga tushirgan vaqtning uchinchi-to’rtinchi yillariga kelib, yirik va murakkab loyihalarda esa 4-7 yillar ichida o’zlashtirishga moslashtirishga harakat qilinadi. Odatda, bunday rejalashtirish soha, loyiha xususiyatlaridan, ishlab chiqarishning turlaridan, bozor holatidan kelib chiqib amalga oshiriladi va mahsulotning uzluksiz va maksimum imkoniyatlar bilan sotilishiga qaratilgan bo’ladi. Loyihalardagi bu va boshqa jihatlar ular ichidan eng samaralisini tanlashda ziddiyatli holatlarni keltirib chiqarishi sababli to’g’ri qaror qabul qilish muammosi har doim dolzarb masala hisoblanadi.

Amaliyotda shunday hollar ham uchraydiki, ayrim mashhur yirik kompaniyalar

bir vaqtning o’zida bir necha xil loyihalarni moliyalashtirish imkoniga ega bo’ladilar. Bunday paytda ushbu kompaniya bir qancha investitsiya loyihalarini ko’rib chiqish va tanlashga qabul qiladi. Bunda kompaniya ularning eng samaralilarini tanlab oladilar. Tanlab olingan investitsiya loyihalarining qiymati esa o’zining kapital byudjetiga (moliyalashtirish imkoniyatiga) mos qilib olinadi va ularni amalga oshirishdan ko’radigan foydani hisoblaydi.

Loyiha maqsadlari uni moliyalashtiruvchi tashkilotning operativ vazifalarini aks ettiradi. Masalan, transport sohasi bo’yicha loyiha maqsadi transport qatnovi samaradorligini ta’minlash, sanoat loyihasining maqsadi esa ma’lum turdagi mahsulot ishlab chiqarish xajmini oshirish bo’lishi mumkin.

Muqobil variantlarni ko’rib chiqish loyihani tayyorlash va uni ishlab chiqishning muhim qismi hisoblanadi. Texnik, muqobil variantlar (ya’ni yoqilg’i uchun yo ko’mir yoki gazni qo’llash, temir yo’lni uzaytirish yoki yangi avtomobil shossesini qurish)ni bir-biri bilan taqqoslash va eng maqbulini tanlab olish kerak. Agar hamma variantlar miqdor va sifat jixatdan bir xil natija bersa, ham investitsiya, ham ekspluatatsiya xarajatlarini hisobga olganda eng kam xarajat talab etiladigan loyiha tanlanadi.

Loyiha bilan va loyihasiz vaziyatlarni solishtirish loyihani amalga oshirish natijasida olinadigan qo’shimcha va o’sgan daromadlarni hisoblashning asosiy uslubidir. Loyihasiz vaziyatlarni istiqbolga baholashda xarajatlarning taxmin qilinayotgan o’suvi yoki daromadlarning pasayishiga nisbatan reaksiyani hisobga olish kerak. Bu loyihani amalga oshirish yuzaga keltiradigan o’zgarishlarni to’liq aks ettirish imkonini beradi.

3.4. Loyihaning hayotiylik sikli: investitsiya oldi, investitsion, ekspluatatsiya fazasi, likvidatsiya fazasi. Investitsiyalarni loyihalash jarayonlari va investitsiya oldi izlanishlari

Ishlab chiqarish yo'nalishidagi investitsiya loyihasini tayyorlash va hayotga tadbiq etish uzoq vaqt davomida amalga oshiriladi. Bunda investitsiya loyihasi g'oyadan, to moddiy yuzaga chiqishgacha bo'lgan jarayonni bosib o'tishi kerak. Har qanday loyiha agar u amalga oshirilmasa, unchalik ahamiyatga ega bo'lmay qoladi (ahamiyati, samarasi real hayotda bilinadi).

Rejali iqtisodiyot davrida kapital qo'yilmalar ob'ekti qurilib, ishga tushirilsa, u tugallangan hisoblanar edi. Lekin, bozor munosabatlari sharoitida loyihani amalga oshirish bilan bog'liq bo'lgan umumiy xarajatlar va loyiha amalga oshirilishidan keladigan daromadga katta e'tibor beriladi.

Loyihani amalga oshirish bir qancha tadbirlarni amalga oshirishni taqazo etadi. Masalan: loyihani texnik iqtisodiy asoslash va ishchi loyihani ishlab chiqish, shartnomalar tuzish, loyihani moliyalashtirishni tashkil etish, resurslar ta'minoti, ob'ektni qurish va uni ekspluatatsiyaga topshirish va boshqalar.

Loyihani amalga oshirish jarayonida unga tuzatishlar kiritish birmuncha qiyinroqdir. Biroq, TIAni ishlab chiqishda buning imkoni mavjud. Masalan, tanlangan joy, qurilgan bino, olingan texnologiya, yetarlicha o'rganilmagan holda bozorga chiqish kabilar. TIA loyihaning umumiy sxemasini aks ettiradi, ifodalaydi.

Umuman olganda, loyihani amalga oshirish va uni tugatish oralig'idagi davr investitsiya jarayoni deb ataladi. Investitsiya (sikli) jarayonini 4 ta bosqichga (fazaga) bo'lish mumkin va ularning har birining o'z maqsad va vazifalari bor:

1. Investitsiyalashdan oldingi faza. Investitsiya loyihasi bo'yicha dastlabki izlanishlardan, to uni amalga oshirish bo'yicha qaror qabul qilunguncha bo'lgan davr. U bir qancha bosqichlarni o'z ichiga qamrab oladi:

- investitsiya imkoniyatlarini aniqlash;

- loyihalarning muqobil variantlarining maxsus usullaridan foydalangan holda tahlillarni olib borish va loyihani tanlab olish;

- loyiha bo’yicha xulosa;

- investitsiyalash to’g’risida qaror qabul qilish.

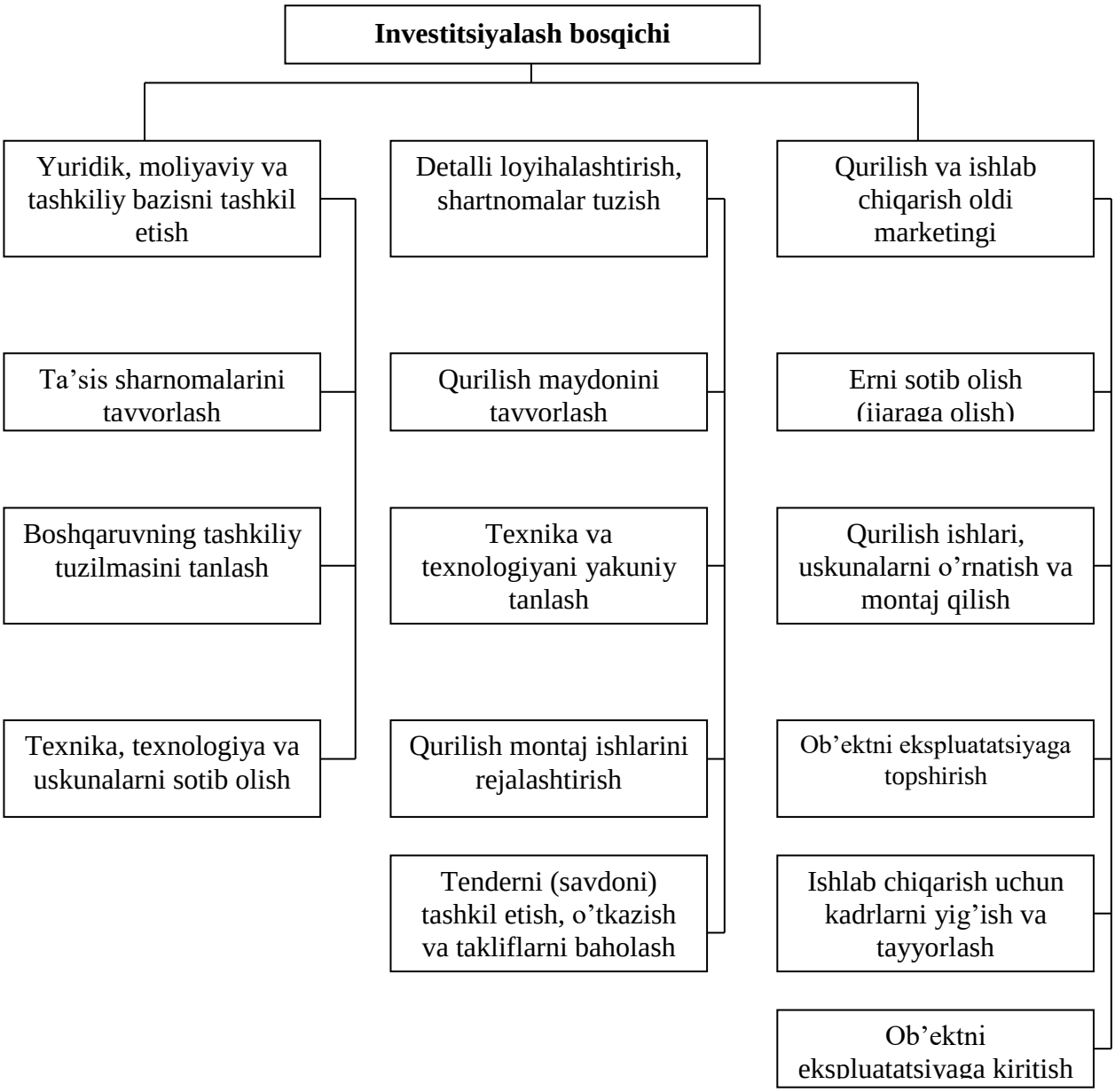
Mazkur fazada investitsion dastavval g’oyani shakllantirish zarur. Investitsiya loyihasi g’oyasi bozorda tovar va xizmatlarga bo’lgan talabning qondirilmaganligi bilan bog’liq holda, shuningdek, bo’sh pul mablag’lari mavjudligi, tadbirkorlik qobiliyati va uning amalga oshirilishi xohishi va shu kabilarning paydo bo’lishi bilan bog’liq holda amalga oshiriladi.

2. Investitsiyalash fazasi. Bu fazada investorlarga investitsiyalsh hajmi va muddatlarini aniqlash imkonini beruvchi strategik rejali qarorlarni, shuningdek, loyihani moliyalashtirishning optimal rejasini ishlab chiqish amalga oshiriladi (loyihalashtirish, pudrat asosida qurilish-montaj ishlarini olib borish uchun shartnomalar imzolash va qurilish-montaj ishlarini olib borish, kapital qo’yilmalarni amalga oshirish).

Loyihani investitsiyalash bosqichida bajariladigan ishlarni quyidagi 3.2-rasm orqali ifodalash mumkin.

3. Ishlab chiqarish (operatsion) fazasi. Korxona xo’jalik faoliyatining yuritilishi. Bunda xom ashyo va materiallar sotib olish, ishlab chiqarishni amalga oshirish, mahsulotni bozorga olib chiqish, marketing izlanishlarini olib borish, raqobatchi, iste’molchilar tarkibi va munosabatlarining o’zgarishi omillarini o’rganish, yangi bozorlarni kashf etish, reklama vositalarini kuchaytirish tadbirlari kabilar amalga oshiriladi (yangi mahsulot, to’lov qobiliyati, sifat va baho o’zgarishi, korxona imidji, korxona mahsulotlari qalbakiligi to’g’risida axborot).

Bu fazada hamkorlar bilan bevosita va o’zaro hisoblashish amaliyoti yuz beradi va shunga bog’liq holda ishlab chiqarish tashkil etiladi va uning natijalariga ta’sir ko’rsatiladi (jumladan, mol yetkazib beruvchilar, pudratchilar, xaridorlar, vositachilar, davlat, ta’sischilar, tijorat banki, sug’urta kompaniyasi va shu kabilar bilan). Buning oqibatida mazkur investitsiya loyihasining moliyaviy va iqtisodiy samaradorligini baholash imkonini beruvchi pul oqimi va uning harakati yuzaga keladi.



3.2-rasm. Loyihani investitsiyalash bosqichi

4. Likvidatsion faza. Investitsiya loyihasini amalga oshirish oqibatida likvidatsiya amalga oshirilishi yuz bergandagi jarayon hisoblanadi. Bu fazada investorlar va ob’ektdan foydalanuvchilar asosiy vasitalarning amortizatsiya bilan birgalikdagi qiymatini aniqlaydi, uning mumkin bo’lgan bozor qiymatini baholaydi, ularni sotish yoki hisobdan chiqarish asoslarini o’rganib chiqadi.

Likvidatsiyaning kelib chiqishiga investor rejasining o’zgarishi, loyihani amalga oshirishda mablag’larning yetishmasligi yoki maqsadsiz ishlatilishi, hisob-kitoblarning noto’g’ri olib borilganligi va unda yo’l qo’yilgan xatolar, boshqa

muqobil loyihalarning paydo bo’lishi va boshqa omillar sabab bo’lishi mumkin. Agar loyihani yangilash g’oyasi, ehtimolligi, imkoniyati paydo bo’lgan bo’lsa, u holda loyihani tugatish, korxonani yopish jarayoni loyihaning tashkiliy strukturasini keyingi yangilash va ishni yangidan boshlash imkoniyatlari ko’rib chiqilishi lozim.

Investitsiyalashdan oldingi va investitsiya bosqichi investitsion loyihalashtirishga, ishlab chiqarish bosqichi esa maxsus tashkiliy tartib qoidalariga (ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etish, rejalashtirish, moliyalashtirish, tahlil, menejment va boshqalar) taalluqlidir.

Sanoatga ta’luqli bo’lgan investitsiya loyihalarini ishlab chiqish va amalga oshirish yuqorida ta’kidlab o’tilgan uchta bosqichdan iborat jarayon tariqasida taqdim etilishi mumkin. Ularning har biri maslahat berish, loyihalashtirish, ishlab chiqarish kabi faoliyatlarni o’zida mujassamlashtirgan bo’lishi kerak.

3.5. Loyihaning dastlabki rejasi. Investitsiya oldi tadqiqotlari. Loyihani hayotiyligini baholash

Investitsiya oldi fazasi natijasi bo’lib, investitsiya loyihasining kengaytirilgan biznes-rejasi hisoblanadi.

Rejalashtirish har qanday tadbirkorlik tizimida hajmidan qat’iy nazar uning ajralmas qismidir. Ilg’or texnologiya va bozor tadqiqotlarining natijalari, yangi ish tashkiliy va tadbirkorlik rejalarini amalga oshirish bilan bog’liq bo’lgan tashkiliy – boshqaruv va moliya muammolarini hal qilish biznes-rejada aks etishi kerak.

Biznes-reja – bu hujjat, unda aniq vaziyatda biznesning mohiyati, boshlanish imkoniyati, davomi va uning kengaytirilishi aks etadi.

Biznes-reja tadbirkor tomonidan ishlab chiqiladi, agarda boshqa muammolar bo’yicha maslahatlar kerak bo’lsa, bu ishga boshqa soha mutaxassislari jalb qilinishi mumkin.

Odatda bunday rejalar 1-3-5 yil muddatga tuziladi. Tadbirkor tomonidan birinchi yildagi olinadigan samara oylar bo’yicha batafsil, keyingi yili – choraklar bo’yicha, keyinchalik yil bo’yicha hisoblanadi.

Loyihalarni dastlabki texnik-iqtisodiy asoslash.

Dastlabki texnik-iqtisodiy asoslash yoki dastlabki texnik-iqtisodiy hisoblash (keyingi o'rinlarda DTIA yoki DTIH deb ataladi) – variantlarni ko'rib chiqish asosida loyihani oqilona joylashtirish va amalga oshirishning eng samarali texnik, tashkiliy va iqtisodiy yechimini tanlashni, umuman loyihaning cheklangan qiymatini, shu jumladan, texnologik asbob-uskunalar qiymatini asoslovchi, uni moliyalashtirishning mumkin bo'lgan manbalari bo'yicha variantlarni hisobga olgan holda moliyalashtirishga bo'lgan ehtiyoj hajmini belgilovchi hujjat.

Loyihaga mablag'larni investitsiya qilish bo'yicha yakuniy qarorni qabul qilish loyihaning texnik-iqtisodiy asoslash ishlari yakunlangandan keyingina amalga oshirilishi mumkin, lekin, bu jarayon uzoq vaqtni va ko'p mablag'ni talab etadi. Shuning uchun ham loyihaga katta mablag'larni sarflashdan oldin loyihani dastlabki texnik-iqtisodiy asoslash ishlari amalga oshiriladi. Bundan asosiy maqsad – muqobil (alternativ) loyihalarni aniqlash, ularni amalga oshirish imkoniyatlarini o'rganib chiqish, mahsulot bozorini chuqur o'rganish va tahlil qilish, labaratoriya, tajriba-konstruktorlik ishlarini olib borishdir. Loyiha g'oyasi investor uchun loyihani amalga oshirish zarurligini yoki loyihani hayotga tatbiq etib bo'lmasligini aniq ko'rsatib berishi kerak.

Loyihani dastlabki texnik-iqtisodiy asoslash quyidagi tuzilishda amalga oshirilishi kerak:

Rezyume – loyihani dastlabki texnik-iqtisodiy asoslashda ko'rilayotgan barcha asosiy masalalarning qisqa mazmuni.

Loyiha tarixi va uni amalga oshirish sabablari, loyiha homiylari, bajariladigan ilmiy-izlanish va tahlil ishlarining qiymati.

Bozor tahlili va marketing konsepsiyasi: asosiy g'oyani aniqlash, loyiha maqsadi va strategiyasi, talab va taklif, mahsulotni sotish prognozi, marketing xarajatlari, ishlab chiqarish dasturi.

Material resurslar – har bir turdagi xom-ashyo va materialga, boshqa turdagi resurslarga ehtiyoj va ularning qiymati.

Investitsiya ob'ektining joylashishi, uchastkasi, atrof-muhit.

Loyiha-konstruktorlik ishlari: loyiha-quvvati hisob-kitobi, texnologiya,

uskunalar, fuqarolik qurilishlari va k.h.

Tashkiliy va ustama xarajatlar: umumiy boshqaruv, sotish xarajatlari, kutilayotgan ustama xarajatlar.

Mehnat resurslari: ularga bo'lgan talab va ularning qondirilishi, ularga ish haqi to'lovlari.

Moliyaviy tahlil va investitsiya: umumiy investitsiya xarajatlari, loyihani moliyalashtirish, ishlab chiqarish xarajatalari, loyiha samaradorligini baholash, xarajatlar va foydaning tahlili.

Loyihalarni texnik iqtisodiy asoslash.

Yakuniy texnik-iqtisodiy asoslash yoki texnik-iqtisodiy hisoblash (keyingi o'rinlarda TIA (TIH) deb ataladi) - investitsiya loyihasini amalga oshirishning tanlov savdolari asosida va loyihani moliyalashtirish shartlarini hisobga olgan holda aniqlangan yakuniy, eng samarali texnik, tashkiliy va moliyaviy-iqtisodiy yechimlarini belgilovchi loyihaoldi hujjati.

Loyihalarni texnik-iqtisodiy asoslash (TIA) – bu investitsiya loyihasi bo'yicha uni amalga oshirishning maqsadga muvofiqligi va samara berishga qaratilgan kompleks hisob-tahlil xujjatlar, ya'ni asosiy texnik va tashkiliy qarorlar, smeta-hisob, baholash va boshqa bir qancha ko'rsatkichlarni qamrab olgan xujjatlar to'plamidir.

Loyihani moliyalashtirish to'liq yoki qisman byudjet yoki byudjetdan tashqari fondlar, vazirliklar va uyushmalarning markazlashtirilgan resurslari, davlat korxonalarining o'z mablag'lari hisobidan amalga oshirilayotgan bo'lsa, loyihani texnik-iqtisodiy asoslash majburiy tarzda amalga oshiriladi.

Loyihani moliyalashtirish boshqa manbalar hisobidan amalga oshirilayotgan bo'lsa, investitsiyaning samaradorligi to'g'risidagi, loyihani texnik-iqtisodiy asoslash zarurligi yoki zarur emasligi to'g'risidagi qarorni investorlarning o'zlari mustaqil ravishda belgilaydi.

Investitsiya loyihasini texnik-iqtisodiy asoslash loyihadan oldingi injener-konstruktorlik, texnologik va qurilish qarorlari, muqobil variantlarni taqqoslash va tanlab olingan aniq loyihani asoslash ishlarini bajarishni taqazo etadi. Bu jarayonda loyihaning iqtisodiy (tijorat va moliya) samaradorligi, tabiatni muhofaza qilish bilan

bog’liq bo’lgan ishlar (ekologik) chuqur va har taraflama o’rganib chiqiladi.

Loyihani texnik-iqtisodiy asoslash investorlar (kreditorlar)ga qurilayotgan korxona (ob’ekt) moliyaviy jihatdan barqaror va to’lovga qobiliyatligini asoslash uchun ishlatiladi va ular tomonidan kiritiladigan mablag’lariga to’lovlarni (dividend yoki foiz) o’z vaqtida olish imkoniyatiga ega bo’lishi asoslanadi. Odatda texnik-iqtisodiy asoslash ishlari loyihachi tashkilotlar tomonidan buyurtmachi o’rtasida tuzilgan shartnomaga asosan olib boriladi. Shartnomaga buyurtmachi tomonidan loyihani amalga oshirish uchun texnik-iqtisodiy asoslashning talablari ilova qilinadi.

Investitsiya loyihasi bo’yicha texnik-iqtisodiy asoslash loyiha bo’yicha barcha ma’lumotlarni o’z ichiga olgan bo’lishi kerak. Investorlar shu ma’lumotlar tahliliga asoslangan holda loyihaga mablag’larni investitsiya qilish yoki qilmaslik to’g’risida qaror qabul qilish imkoniyatiga ega bo’ladi. Loyiha bo’yicha texnik-iqtisodiy asoslash ishlari yuzaga kelishi mumkin bo’lgan tijorat, texnik, tadbirkorlik va boshqa xavf-xatarlarni o’rganib chiqish nuqtai-nazaridan tuzilgan bo’lishi va kelajakda bunday xavf-xatarlar korxonaning samaradorligiga ta’sir qilmasligi yoki juda ham kam miqdorda ta’sir qilishini hisobga olgan holda tayyorlanishi kerak.

3.6. Loyiha muhiti. Ishlab chiqarish faoliyatiga tayyorgarlik, loyiha-qidiruv bosqichlari va qurilish bosqichi hamda iqtisodiy ko’rsatkichlar monitoringi

Korxonaning loyihaga ta’sirini, ya’ni loyihaning ichki muhiti omillarini ko’rib chiqamiz.

Korxona rahbariyati – loyihaning maqsadi va asosiy talablarini aniqlashning bosh manbai hisoblanadi. Korxonaning rivojlanish strategiyasidan kelib chiqib, raxbariyat mutaxassislarning aloxida talablarini umumlashtiradi. Bunga raxbariyatning maxsus talablari qo’shiladi, loyihani amalga oshirish talabi, bo’linmalar va korxona mutaxassislari va x.k.lar tomonidan loyihaning maqsad va talablarini to’g’rilash (korrektirovka) tartibi va uslubiyati.

Moliya sohasi – mahsulotni seriyali ishlab chiqarish va loyiha xarajatlarini qoplash uchun kalkulyatsiyalar hisobi bilan loyihaning byudjet doirasini hamda

loyihani moliyalashtirish usullari va manbalarini aniqlaydi.

Sotish sohasi – loyihaning muhim talab va shartlarini tashkil qiladi, bu esa sotish bozorlari va sotib oluvchilarni qarorlari bilan aniqlanadigan, raqobatchilarning mavjudligi va xarajatlar bilan bog'liq.

Tayyorlash sohasi – ishlab chiqarish vositalari bozori bilan bog'liq va o'zining maxsus talablarini oldinga suradi, masalan: texnologiya va uskunalardan foydalanish bo'yicha tavsiyalar, turib qolgan ishlab chiqarish maydonlarini ishga tushirish talabi, ma'lum texnologik jarayonlardan voz kechish, ishlab chiqarish vositalari bozori imkoniyatlarining loyiha talablariga mos kelishi va hakazo.

Moddiy ta'minot sohasi – xom ashyo va yarim tayyor mahsulotlar bozori bilan bog'liq va maqbul narxlarda xom ashyo, material va uskunalar bilan ta'minlash imkoniyatidan kelib chiqib, loyihaga o'zining talablarini qo'yadi.

Infrastruktura sohasi – turli xizmatlar bozori bilan bog'liq va loyihaga va uning ta'minotiga o'z talablarini qo'yadi. Bunga, reklamaga, transportga, aloqa telekommunikatsiyaga, informatsion va boshqa tur ta'minotga bo'lgan talablar kiritiladi.

Ishlab chiqarish chiqindilaridan foydalanish va ulardan foydalanish sohasi – atrof muhit himoyasi xizmati va talablari hamda ishlab chiqarish chiqindilaridan oqilona foydalanish bilan bog'liq.

Korxonaning boshqa bo'linmalari tomonidan ham boshqa talablar ham bo'lishi mumkin.

Loyiha rahbari, uning jamoasi va loyiha menejmenti va vazifalariga quyidagilar kiradi: loyihaga bo'lgan jami talablarni yig'ish; barcha aloqador qatnashchilar loyiha ma'lumotlari bilan ta'minlash; talablarni qondirish imkoniyatlari va darajasini aniqlash; loyiha talablari va ularning o'zgarishlari to'g'risida ma'lumotlarni yig'ish shakli va ko'lamini aniqlash; loyiha muhiti dinamikasi bashoratining shakllanishi; prioritetlarni baholash me'yorlari va talablar ierarxiyasining shakllanishi; bajarish uchun majburiylarda «mayda istaklar»gacha.

Korxona muhiti ham loyihaga ham korxona ichidan ham bevosita katta ta'sir ko'rsatadi. Korxona muhitiga quyidagilar kiradi:

Siyosiy xarakteristikalar va omillar: siyosiy barqarorlik; loyihaning xukumat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi; milliylikning yuzaga chiqishi; jinoyatchilik darajasi; ishtirokchi mamlakatlar bilan savdo balansi; xarbiy birlashmalarda ishtirok etish.

Iqtisodiy omillar: milliy xo'jalik strukturasi; javobgarlik va mulkiy xuquqlar turlari, jumladan, yer xuquqi; tarif va soliqlar, sug'urtalash; inflyatsiya darajasi va valyuta barqarorligi; bank tizimining rivojlanganligi; investitsiyalar va kapital qo'yilmalar manbalari; tadbirkorlik erkinligi va xo'jalik mustaqilligi darajasi; bozor infrastrukturasi rivojlanganligi; baholar darajasi; bozorlar holati; savdo, investitsiyalar, ishlab chiqarish vositalari, xom ashyo va mahsulotlar, ishchi kuchi va boshqalar.

Jamiyat – uning xarakteristikalari va omillari: hayot darajasi va sharoitlari, ta'lim darajasi; ko'chib yurish erkinligi, «kirish-chiqish», mehnat qonuniyligi, chiqish (zabastovka)larni taqiqlash; sog'liqni saqlash va meditsina, dam olish sharoitlari; jamoat tashkilotlari, pressa, televidenie; maxalliy axolini loyihalarga munosabati.

Qonun va xuquq: inson xuquqlari; tadbirkorlik xuquqlari; mulkka egalik xuquqlari; sug'urta va imtiyozlar berish to'g'risidagi qonun va normativ aktlar.

Fan va texnika: fundamental va yordamchi fanlarning rivojlanish darajasi; informatsion texnologiyalar va kompyuterlashtirish darajasi; sanoat va ishlab chiqarish texnologiyalari; energetik tizimlar; transport tizimlari; aloqa va kommunikatsiya.

Madaniyat: savodxonlik darajasi; tarix, madaniyat, urf-odatlar, din; madaniy talablar; hayot ta'limoti, ish, dam olish, sport va boshqalar.; natijalar sifatiga va mehnat sharoitlariga bo'lgan talablar darajasi.

Tabiiy va ekologik omillar: tabiiy iqlim sharoitlari; xarorat, yog'inlar, namlik, shamollar, dengiz satxidan balandlik, seysmiklik, landshaft va monografiya va boshqalar; tabiiy resurslar, transport tizimlari bilan aloqa va joylashuv; sifat bo'yicha standartlar; havo yo'llari, suv manbalari va tuproq qatlami; atrof-muhitga sanitar talablar; atrof muhitni muhofaza qilish bo'yicha qonunchilik; tendensiyalar tasnifi va ekologik tizimlarning holati: xavo, suv va tuproq.

Infrastruktura xarakteristikalari va omillari: transport vositalari. Aloqa va kommunikatsiya, yuk tashish, EXM tarmoqlari va informatsion tizimlar; energiya ta’minoti; aloqa xizmatlari; xom ashyo va xizmatlar; xo’jalik tarmoqlari, logistika va material texnik ta’minot; sanoat infrastrukturasi; xizmat ko’rsatuvchi tizimlar va boshqalar.

Loyiha tahlilining mohiyati va vazifalari

Loyiha taxlili – xarajatlar va daromadlar hamda loyiha bilan bog’liq bo’lgan qaltislikni (tavakkalchilikni) tizimli baholash va ochib berish asosida loyihalarni tayyorlash, baholash va tanlab olish usulidir. Loyiha taxlilining katta qismi loyiha davrining dastlabki bosqichida, ya’ni uni qabul qilish yoki qilmaslik to’g’risida qaror qabul qilingungacha amalga oshiriladi.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Investitsion sikl, mazmuni va loyihani ishlab chiqish bosqichlari haqida o’z fikr-mulohazalaringizni keltiring va izohlab bering.

2. Loyihaning investitsion g’oyasini shakllantirish va investitsion loyiha varinatlarini ishlab chiqish bo’yicha o’z tushunchalaringizni keltiring.

3. Investitsiya loyihalarini dastlabki texnik-iqtisodiy asosla (DTIA) va texnik-iqtisodiy asoslash (TIA) ishlab chiqish tartibi, farqi, kelishuvi va tasdiqlanishini asoslab bering.

4. Loyiha muhiti nima?

5. Loyihaviy tahlilning mohiyati va strukturasini bilasizmi?

4-BOB. LOYIHANING BIZNES-REJASI VA UNING TARKIBIY TUZILISHI

4.1. Biznes-rejalashtirishning mohiyati va vazifalari. Biznes-rejaning funksiyasi va tarkibiy tuzilishi.

Siz biznesga birinchi qadam qo’yayotgan paytingizda yoki yangi bir loyihani amalga oshirish jarayonida quyidagi qiyinchiliklarga duch kelasiz:

- birinchidan, moliyaviy mablag’larning yetishmasligi;

- ikkinchidan, oldindan belgilanmagan, kutilmagan holatlar ko’pligi.

Bular sizning korxonangizni tanlangan y o’ldan borishga imkon bermasligi mumkin. Bunday noxush holatdan chiqishning y o’li oldindan o’z maqsadini qog’ozga belgilash, baholash va prognozlash, bu o’z navbatida o’sha biznes-reja tuzishdir. Biznes-reja keng, xar tomonlama aniq tizimga tushirilgan va chuqur o’ylab tayyorlangan xujjat bo’lib, u firmani qay maqsadga xarakat qilayotganligi, ko’zlangan maqsadga qaysi yo’llar bilan erishish va ko’zlangan maqsadga erishgandan so’ng natija qanday bo’ladi degan savollarga javob topiladi. Bu qulay, umumiy olingan, hisoblanib loyihani imkoniyatlari bo’yicha to’la ma’lumot beradi. Biznes-reja korxona (firma)ning strategik istiqbolini belgilab beradigan asosiy xujjat hisoblanadi va uni 3-5 yilga tuzishni tavsiya etiladi. Biznes-rejaning birinchi va ikkinchi yillariga ko’rsatkichlarni (topshiriqlarni) kvartallarga taqsimlangan xolda berilishi maqsadga muvofiq hisoblanadi va faqat uchinchi yildan boshlab yillik ko’rsatkich (topshiriq)lar bilan chegaralanish mumkin. Biznes-reja quyidagi asosiy masalalarni xal etadi, ya’ni:

- tadbirkorlarga korxona (firma)lar strategiyasini ishlab chiqish uchun asosi bo’libgina qolmay, uni muvaffaqiyatli amalga oshishiga kafolat ham beradi;

- bozor iqdisodiyoti sharoitida tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, tartibga solish va bajaralishini nazorat qilishning asosiy quroli bo’lib xizmat qiladi;

- tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish jarayonida to’satdan yuzaga kelgan salbiy holatlar yuzasidan tadbirkorlarni ogoxlantiriladi va ularni o’z vaqtida

bartaraf etish tadbirlarini ishlab chiqishga yordam beradi;

- tadbirkorlik faoliyati yuzasidan banklar, investorlar va qarz beruvchilarga tegishli ma’lumotlar olishga imkon beradi.

Bundan tashqari, biznes-reja tuzib chiqishning ikkita asosiy sababi mavjud:

- tashqaridagi sarmoyadorlarni sizning biznesingizni maqsadga muvofiqligi xaqida yoki ssuda berishga ishonch xosil qildirish,

- ko’zlangan maqsadni saqlab qolishga yordam berish, to’satdan yuzaga kelgan holatlarda tanlangan maqsaddan voz kechmaslikni ta’minlash.

Bu yana rejada belgilangan barcha vazifalarning to’la bajarilishini ham anglatadi:

- Biznes-reja boshqaruvchiga tanglik holatlarini to’g’ri baholash imkonini beradi va undan olib chiqib ketish yo’llarini ko’rsatadi. Bu o’z navbatida boshqaruv samaradorligining ortishini xarakterlaydi;

- qo’shimcha ma’lumot kelib tushishi va ma’lum tajribaga ega bo’lish bilan maqsad va vazifa moslanib olinadi. Biznes-rejaning bosh maqsadi - firmaning ko’zlagan maqsadiga erishishi, reja-iqtisod bo’limi xodimlariga va sarmoyadorlarga tanlangan yo’lning maqsadga muvofiqligini ko’rsatib berishdir.

Bundan tashqari biznes-reja tadbirkorlarning quyidagi savollariga javob ham beradi:

- biznesning joriy holati (biz qayerda turibmiz);

- ko’zlangan maqsad (qaysi tomonga xarakat qilmoqdamiz);

- eng qulay yo’l (maqsadga qanday erishamiz).

Bunda shuni xulosa qilishimiz mumkinki, biznes-rejada xozirgi holatda ko’zlagan maqsadga erishishning samarali yo’llari ko’rsatilishi, joriy maqsadlarga erishishi va o’rta va uzoq davrlardagi vazifalari xal etilishi aks ettiriladi.

Xulosa qilib aytishimiz mumkinki, biznes-reja tadbirkorlarning ish quroli bo’lib, rivojlanayotgan kichik-o’rta biznes, xususiy va yakka tadbirkor, firmalar faoliyatida katta ahamiyatga ega. Biznes-reja xaqida gap yuritishdan oldin biznesni baholash bosh rolni o’ynaydi. Bu yerda biz biznesni taxlil etishimiz lozim.

Biznes-reja – bu biznesni amalga oshirish rejasi hisoblanadi. Unda firma to’g’risida, ishlab chiqariladigan tovar to’g’risida, ishlab chiqarishni tashkil etish to’g’risida, mahsulotni sotish bozori to’g’risida va umuman ishlab chiqarishni tashkil etish va uning samaradorligini asoslash bilan bog’liq ma’lumotlar aks ettirilishi kerak.

Biznes-rejani ishlab chiqishdan maqsad firmaning xo’jalik faoliyatini qisqa yoki ma’lum bir muddatga bozor talablari va kerakli resurslarni jalb qilish imkoniyatlaridan kelib chiqqan xolda rejalashtirish hisoblanadi.

Biznes-reja tuzilishi ish yurituvchi, mulkdor va sarmoyador uchun manfaatlidir. Ular wuyidagi savollarga to’la javob beradi:

Firma loyiha imkoniyatlarini baholashda, loyiha kelgusida tijorat va moliyaviy yutuq keltiradimi?

Firma va byudjet to’la faoliyati yuzasidan maqsadni belgilashda. Bundan firmaning qanday umumiy vazifasi mavjud va uni kelgusida rivojlanishi qanday? Byudjet uning tuzilishi, daromadi va xarajati xaqida to’la tushuncha mavjudmi?

Zarur bo’lgan sarmoya maqsadini aniqlash? Rejalarni bajarish uchun qanday miqdorda mablag’ kerak bo’ladi?

G’oyaga aniqlik kiritishning oxirgi yakuniy xujjati bu biznes-reja hisoblanadi. U o’zida taxlil natijalari, g’oya va to’satdan yuzaga kelgan fikrlarni umumlashtiradi. Faoliyat yuzasida to’la ma’lumot beradi.

Amaliyotda tanishtirish (prezentatsiya) va taxlil o’tkazishda, pul olishga yordam beradi. Yaxshi ishlab chiqilgan biznes-reja to’la kafolat bermasada pul olishga yordam beradi. Sarmoyador biznes-rejadan axborot manbai sifatida foydalanadi. Shu asosda faoliyatni baholaydi.

Loyiha tavakkalchilik va likvidlik darajasini aniqlaydi.

Boshqaruv sifati ko’p holatlarda kredit uchun kafolat omili bo’lib xizmat qiladi. Ayrim holatlarda pul berish yuzasidan qaror qabul qilinishicha asosiy bo’lim biznes-rejaning mazmuni emas, uning taqdim etilishi va rasmiylashtirilishi ham ahamiyat kasb etadi.

Demak, biznes-rejani ishlab chiqishdan asosiy maqsad - firma faoliyatini kelgusi davr va ayrim olingan davrdagi bozor ehtiyojlari va zaruriy manbalar olish imkoniyatlaridan kelib chiqishdir. Biznes-rejalar tadbirkor uchun quyidagi asosiy vazifalarni xal etishda yordam beradi:

- firma faoliyati asosiy yo'nalishi, bozor maqsadlari va firmaning bozordagi o'rnini aniqlash.

- firmaning uzoq muddatli va qisqa davr maqsadlari, strategiyasi, taktikasini amalga oshirishga erishishni belgilab berish.

- firmaning iste'molchilarga tavsiya etadigan tovar (xizmat)lar tarkibini tanlash va asosiy ko'rsatkichlarni aniqlash.

- kadrlarga qo'yilgan talablar va ularning o'z vazifalariga mos kelishini baholash.

- bozorni o'rganish bo'yicha firma marketing tadbirlarini tarkibini, reklama, realizatsiyani rag'batlantirish, bahoni shakllantirish va realizatsiya yo'llarini aniqlash.

- mavjud material va moliyaviy mablag'lardan kelib chiqib firmaning material va moliyaviy holatini baholash.

- biznes-rejani muvaffaqiyatsizligaga ta'sir etuvchi omillar xaqida ogohlantirish.

Biznes – reja bir necha muhim vazifalarni bajaradi. Biznes – rejani tayyorlash jarayoni fikrlashni jonlantiradi, tadbirkorni puxtalik bilan o'ylashga va o'z ishini turli nuqtai nazardan tahlil qilishga, haqiqiy imkoniyat va qiyinchiliklarni baholashga majbur qiladi.

Ikkinchi vazifa – nazorat. Qog'ozda bayon qilingan reja kelgusi nazoratlarda va erishilgan natijalarni baholashda har doim ishlatilishi mumkin. U korxona faoliyatini kelgusi yaxshilashga asos bo'lib hizmat qiladi.

Uchinchi asosiy vazifa – jamg'arish. U boshqa jismoniy va yuridik shaxslardan pul mablag'larni jalb qilishga imkoniyat yaratadi. Biznes – reja potensial qarz beruvchini, aksioner, sarmoyadorni hamda iste'molchini, ta'minlovchilarni ushbu korxona bilan (ishbilarmon bilan) tijorat aloqalarida foyda olishga ishontirishi kerak.

Quyidagilar biznes-rejaning asosiy vazifalari hisoblanadi:

✓ firmaning qisqa va uzoq muddatli maqsadlarini, unga erishishning taktika va strategiyasini aniqlab olish;

✓ firmaning aniq faoliyat yo'nalishlari va qaysi bozorlarda faoliyat ko'rsatishi va bu bozorlarda firmaning o'rni qanday bo'lishi kerakligini belgilab olish;

✓ firma tomonidan iste'molchilarga taklif qilinishi rejalashtirilgan tovar va xizmatlar assortimentini va uning ko'rsatkichlarini aniqlash;

✓ ishlab chiqarish va noishlab chiqarish xarajatlarini baholash;

✓ mahsulot bahosini shakllantirish, mahsulot sotilishini rag'batlantirish va bozorni o'rganish bilan bog'liq marketing tadbirlari tarkibini aniqlash;

✓ firmaning moliyaviy holati va qo'yilgan maqsadga erishish uchun mavjud moliyaviy va material resurslarning mos kelish imkoniyatlarini baholash va boshqalar.

Jahon tajribasida biznes-rejani tuzish bosqichlari va uning tashkiliy qismlari aniq belgilanadi.

Asosiy yo'nalishni saqlagan holda, boshqa bo'limlarga axborotni ko'chirishni yoki ularni birlashtirish hisobiga bo'limlar soni kam bo'lishi mumkin.

Korxonani rahbari yoki menejeri biznes-rejani ishlab chiqarishning aniq sxemasi, uning tartibi va bayoni, xajmi, axborot ustunligini tanlashda quyidagi omillarga alohida etibor berishi kerak bo'ladi:

- korxona statusi va katta - kichikligi (kichik biznes);

- rejalashtirish faoliyatining bosqichlari (biznes boshlanishi, ya'ni, yangi ishlab turgan korxona faoliyatining davomi);

- biznes xususiyati va qiyinchiligi, xuddi shunday u yoki bu masalalarni ishlab chiqishdagi iborasi;

- kerakli ma'lumot va axborotni borligi;

- boshqa mutaxassislarning yordamiga muhtojligi va boshqalar.

Biznes-reja tuzish — korxonani oldindan belgilab olgan strategiyasi va taktikasi asosida moliyaviy iqtisodiy axvolini taxlil etish va baho berish jarayonidir

4.2. Biznes-rejaning umumiy ma’lumotlari va rezyumesi. Biznes-rejaning asosiy bo’limlari. Investitsion loyihalashtirishda biznes-rejaning xususiyatlari.

Biznes-reja tuzilishi deyilganda biz unda yoritiladigan materiallar qisqacha tavsifiga e’tibor beramiz. Agar korxona o’z faoliyatiga chetdan sarmoya (kapital) jalb qilishni nazarda tutsa, banklar va investitsion kompaniyalar uchun biznes-reja vizit kartochkasi vazifasini o’taydi. Uning yana bir vazifasi imkoniyatli (potensial) investorni korxona bilan yaqindan tanishtirish va hamkorlikda ushbu loyihani joriy etishga undash hisoblanadi.

Har bir korxona o’z-o’ziga «Biznes-reja» tuzadi, ularning reja tuzishdagi tutgan yo’llari, rejaning tuzilishi biznes xarakteridan, aniq maqsadidan va qarz beruvchining aloxida talablaridan kelib chiqadi. Masalan sanoat mahsuloti ishlab chiqaruvchilar biznes-rejasi bilan axoliga servis xizmat ko’rsatuvchilar rejasi bir biridan tubdan farq qiladi.

Biznes-rejaga qo’yilgan talablar o’zgarib turadi: birinchidan, u investitsiya jalb etishga qaratilganmi; ikkinchidan, korxonaga raxbarlik qilishdagi ichki xujjat vazifasini o’taydimi?

Ammo, biznes-reja tuzish shaklidan qat’iy nazar, shunday asosiy savollar borki uni tuzishda ular xar tomonlama uylanishi, baholanishi va aks ettirilishi darkor.

Birinchisi: Korxona nima faoliyat bilan shug’ullanadi?

Ikkinchisi: Uning asosiy maqsadi nima?

Uchinchidan: Oldiga qo’ygan maqsadga erishishdagi tutayotgan strategiyasi va taktikasi qanday?

Turtinchidan: qancha moliyaviy mablag’lar talab etiladi, qaysi muddatga va ushbu resurslardan qanday foydalaniladi?

Beshinchidan: qachon va qanday tartibda ssuda qaytarib beriladi?

Bundan tashqari biznes-reja ishlab chiqishning umumiy talablarga rioya qilinishi ham kerak.

Ularga: Rejani qisqa bo’lishi, biznes xaqidagi barcha asosiy ma’lumotlar qamrab olinishi va xajmi 7-10 betdan ortmasligi. Ayrim holatlarda kengroq biznes-

reja tizimi talab etiladi, uning xajmi 50 betgacha borishi mumkin. Xar qanday holatlarda biznes-rejaga ikkinchi darajali masalalar kiritilishi mumkin emas. Jarayon (texnologiya) va mahsulotlarni faqat texnik holatlarini yoritib berishga yo'l qo'ymaslik zarur. Umum qo'llanishda bo'lgan terminlardan foydalanish tavsiya etiladi. Biznes-reja sodda va to'la bo'lishi. Rejalar aniq taxlilga asoslanishi lozim. Taxlilda aniq raqamlardan va takliflardan foydalanish zarur. Takliflar va oldindan berilgan fikrlarga asoslangan va mustaxkamlangan bo'lishi shart.

Masalan: bozorni o'rganishda to'g'ri statistik, demografik tadqiqotlar natijalari va biznes olib boruvchi shaxslar xulosalaridan foydalanish. Ko'p xollarda investorlar va qarz beruvchilar asossiz axborotlarga tayanib, mablag'larini tavakkal qilib yuboradilar. Biznes-reja investorlar va qarz beruvchilarga korxonani asosiy pozitsiyasini va holatlarini ko'rsatib beradi. Korxona raxbarlarini ko'zlangan maqsadga erishishidagi qobiliyatlarini ham bildiradi. Bu omillardan investor to'la xulosa chiqarib olishi mumkinki, mablag'ni ushbu korxonaga jalb etilishi kelgusida ijobiy natijalar beradi. Shu bilan bir qatorda yuzaga kelgan ayrim muammolarni xal etadi. Ya'ni:

-belgilangan maqsadga erishish yo'lidagi yuzaga kelgan tavakkalchilikka ham tavsifnoma berishi shart. Agar muammo va tavakkalchilik korxonaga bog'liq bo'lmagan xolda yuzaga kelsa, tashqi doirada korxonaga ishonchni qo'pol buzilishiga yoki izdan chiqishiga olib kelishi mumkin.

- asossiz, tasdiqlanmagan qaror qabul qilishga yo'l qo'ymaslik darkor. Masalan, kelgusi yilga realizatsiya xajmi 2 barobar ortadi deb belgilash yoki yangi turdagi mahsulot ishlab chiqarish keng yo'lga qo'yiladi deb hisoblash va xokazo. Aniq, asosli fikrlar va iqtisodiy hisob-kitoblar darkor, ular axborot manbalari bilan asoslangan bo'lishi shart.

Biznes-rejaga korxona strategiyasi imkoniyatlari kiritilgan bo'lishi, shu jumladan to'siqlar, ularni bartaraf etishning to'la imkoniyatlari yoritilishi zarur.

Biznes-rejada moliyaviy hisob-kitoblar ichki foydalanish uchun tashqi foydalanuvchilarga nisbatan kengroq yoritilishi kerak.

Biznes-reja tuzish ko’p vaqt talab qiladi. Uning sifati menejerlar tajribasi va olgan bilimlariga bog’liq bo’ladi.

U yetarli darajada to’liq bo’lishi va xar qanday investorga korxona xaqida barcha ma’lumotlarga ega bo’lishi imkonini beradi. Bundan tashqari biznes-reja menejerlarga korxona faoliyatini boshqarishda yordam ham berishi kerak. Biznes-reja tuzishga kirishgan xar qanday menejer o’zidan katta kuch va uzoq vaqt talab qilishini xis eta bilishi kerak. Ushbu jarayonni korxona faoliyatini taxlili jixatidan qayta baholashni o’z ichiga olishni bilishi lozim.

Xozirgi kunda jaxon amaliyotida biznes-rejalarning besh bo’limlardan tortib 18 bo’limgacha tuzib chiqilgan ko’rinishlari mavjud. Biznes-rejalar tarkibi odatda biznes mazmuni, moxiyati, doirasi va darajasidan kelib chiqib belgilanadi. Aniq tasavvur xosil qilish maqsadida, ayrim misollar keltiramiz.

Biznes-rejalar taxminiy tuzilishi.

1-bo’lim. Firma imkoniyatlari (kirish).

2-bo’lim. Tovarlar (xizmatlar) turlari.

3-bo’lim. Tovarlarni (xizmatlar)sotish bozorlari.

4-bo’lim. Sotish bozorida raqobat holati.

5-bo’lim. Marketing rejasi.

6-bo’lim. Ishlab chiqarish rejasi.

7-bo’lim Tashkiliy reja.

8-bo’lim. Firma faoliyati xuquqiy ta’minoti.

9-bo’lim. Tavakkalchilikni baholash va sug’urta.

10-bo’lim. Moliya bo’limi.

11-bo’lim. Moliyalashtirish strategiyasi.

Investitsiya loyihasi bo’yicha mahalliy va xorijiy tajribalarni hisobga olgan holda biznes-rejani tuzish va uni texnik-iqtisodiy asoslashning quyidagi tuzilishini ko’rib chiqamiz:

1. Loyihaning asosiy g’oyasi va shart-sharoitlari.

Loyiha g’oyasini tavsiflash.

Loyiha tashabbuskorlari va loyiha homiylari.

Loyiha bo’yicha ma’lumotlar.

2. Bozor tahlili va marketing strategiyasi.

Umumiqtisodiy tahlil.

Marketing izlanishlar.

Loyiha strategiyasi asoslari.

Marketing konsepsiyasi tuzilishi.

Marketing xarajatlari va daromadlari.

3. Resurslar bilan ta’minlanganligi.

Xom-ashyo resurslari va yig’uvchi materiallarning tuzilishi.

Materiallarga bo’lgan talabning ixtisoslashuvi.

Resurslar mavjudligi va ularning ta’minlanishi.

Resurslarni yetkazib berish marketingi va ularning dasturi.

Xom-ashyo va butlovchi qismlarga xarajatlar.

4. Investitsiya ob’ektining joylashishi, qurilish uchastkasi va atrof-muhit.

Ob’ekt joylashadigan joyning tahlili.

Tabbiy atrof-muhit.

Ob’ektning atrof-muhitga ta’sir doirasini baholash.

Infrastruktura tuzilishi.

Investitsiya ob’ekti joylashishi kerak bo’lgan joyni tanlash bo’yicha oxirigi qarorni qabul qilish.

Qurilish uchastkasini tanlash.

Qurilish uchastkasini o’zlashtirish bilan bog’liq investitsiya xarajatlarini baholash.

5. Loyihalashtirish va texnologiya.

Ishlab chiqarish dasturi va loyiha quvvati.

Texnologiyani tanlash.

Texnologiyani sotib olish va ularni olib kelish.

Ob’ektni rejalashtirish va asosiy loyiha hujjatlarini tayyorlash.

Mashina va jihozlarni tanlash.

Texnik xizmat ko’rsatish bo’yicha talablar.

Umumiy investitsiya xarajatlarini baholash.

6. Korxonani tashkil etish va ustama xarajatlar.

Korxonaning tashkiliy tuzilishi va uni boshqarish.

Tashkiliy loyihalashtirish.

Ustama xarajatlar.

7. Mehnat resurslari.

Ijtimoiy-iqtisodiy muhit.

Mehnat resurslariga talab (ularning bajaridigan ish funksiyalari va kategoriyalarini hisobga olgan holda).

Ishchi va xodimlarni ishga olish tartibi. Ishchi-xodimlar shtat ro'yxati.

Ishchi-xodimlarni o'qitish rejasi.

Ishchi-xodimlarga haq to'lash bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarni baholash.

8. Investitsiya loyihasini amalga oshirish jarayonini rejalashtirish.

Loyihani amalga oshirish bosqichlari.

Loyihani amalga oshirish grafigini tuzish.

Loyihani amalga oshirish byudjetini ishlab chiqish.

9. Investitsiyani baholash va moliyaviy tahlil.

Xarajatlarni baholash.

Investitsiya loyihalarining iqtisodiy samaradorligini baholash usullari.

Investitsiya loyihasini moliyalashtirish.

Mustaqil o'zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Biznes-rejalashtirishning mohiyati va vazifalarini aytib bering.
2. Biznes-rejani funktsiyasi va tarkibiy tuzilishi nimalardan iborat?
3. Biznes-rejaning umumiy ma'lumotlari va rezyumesiga izoh bering.
4. Biznes-rejaning asosiy bo'limlarini tushuntirib bering.
5. Investitsion loyihalashtirishda biznes-rejaning xususiyatlari niamlardan iborat?
6. Biznes-rejaning taqdimoti qanday amalga oshiriladi?

5-BOB. INVESTITSIYA LOYIHALARI MARKETINGI

5.1. Bozorni tadqiq qilishning zamonaviy konsepsiyasi mohiyati

Marketing – insonning ayirboshlash vositasida talab va ehtiyojni qondirishga qaratilgan faoliyati. Marketing tarkibiga bozorni o'rganish. Iste'molchi buyurtmasiga ko'ra mahsulotlar assortimentini rejalashtirish, bozorni egallash, reklama, tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetkazib berish bilan bog'liq tadbirkorlik faoliyati kiradi. Marketing konstruktor, muxandis, iqtisodchi va boshqa mutaxassislarga bozor ehtiyojlari bilan tanishish, iste'molchi ushbu mahsulotning qanday bo'lishini istashi, unga qancha xaq to'lashi, u kim uchun zarurligi xaqida muloxaza yuritish imkonini beradi.

Bozor sharoitida korxonani boshqarish marketingni ishlab chiqarish siklining boshiga qo'yadi, chunki xo'jalik qarorlarini qabul qilish asosida ishlab chiqarish imkoniyatlari emas, balki bozor talablari, xaridor ehtiyojlari yotadi. Oxir natijada korxona ko'lami, korxonani boshqarish tashkiliy tarkibini, boshqaruv tamoyil va usullarini, xizmat ko'rsatish yo'nalishlarini bozor belgilaydi.

Bozor munosabatlari sharoitida korxona bozor konyukturasi, bo'lajak sheriklar imkoniyatlari, narxlar o'zgarishi xaqida axborot olish asosida o'z ishlab chiqarishini moddiy-texnikaviy ta'minlash va kapital qurilishni tovarlar va xizmatlar bozoridan (bevosita ishlab chiqaruvchidan, ulgurji savdoda, shu jumladan, yarmarka, kimoshdi savdosi, hamda moddiy-ta'minot va boshqa vositachi tashkilotlardan) resurslar sotib olish yo'li bilan amalga oshiradi. Natijada korxonaning reja-iqtisod, texnika, texnologiya, ta'minot va sotuv bo'limlari vazifalari o'zgaradi. Chunki, korxona muxandis-texniklari resurslardan qay darajada foydalana olish imkoniyatiga ega ekanliklarini bilishlari, bozor ta'siridan erkin bo'lishlari uchun korxonada bozor iqtisodiyoti, korxona ishlab chiqarish va moliya siyosati masalalari bo'yicha axborot manbaasi, bo'lgan maxsus marketing xizmatini tashkil etish ehtiyoji vujudga keladi.

Marketing bo’limi bozorni, ijtimoiy talab holati va o’zgarishi, konyukturani o’rganish natijasida korxonada ishlab chiqariladigan mahsulot zarurligi, istiqboli masalasini hal etadi.

Korxonani marketing vositasida boshqarish ancha mushkul bo’lib, katta xajmda reja-hisob kitoblarini, kadrlarni qayta tayyorlashni, boshqaruv vazifa va usullarini tubdan o’zgartirishni talab qiladi. Faqat korxona, butun iqtisodiyot xo’jalik mexanizmini tubdan qayta qurishi asosidagina marketing tendensiyasini qo’llash mumkin. Aks xolda korxona tez o’zgaruvchan talabga moslasha olmay raqobat kurashiga bardosh bera olmaydi. Bu korxona foyda ko’rmasligi va undan kelib chiquvchi boshqa oqibatlarga olib keladi. Chunki, faqat iste’molchilar ehtiyojini hisobga olib, fan-texnika taraqqiyoti yutuqlaridan foydalana olgan korxonagina o’z mahsulotini sotishdan foyda olishi mumkin.

Bu ma’noda amerikalik avtomobil magnati G. Fordning fikrini ta’kidlab o’tish zarur. Undan qanday qilib millioner bo’lganligini so’raganlarida quyidagicha javob bergan: «Juda oson. Men o’z avtomobillarimni bozorda boshqalarga nisbatan arzonroq sotib, o’z ishchilarimga boshqalarga nisbatan ko’p xaq to’laganman». Bunday xolda u sinishi kerak edi, lekin, u raqobatchilarini bozordan siqib chiqarib bozorni egallagani uchun millioner bo’ldi.

Tovar pul munosabatlari jamiyatni o’z-o’zini boshqarish mexanizmi bilan qurollantirgani uchun bebaho xususiyatga ega. Tartibga solinuvchi bozor xo’jalik faoliyatini iste’molchiga qaratish, tashkiliy tizimlar, boshqaruv tamoyili va usullarini qayta qurish, korxona maqsad va vazifalarini o’zgartirishni talab qiladi.

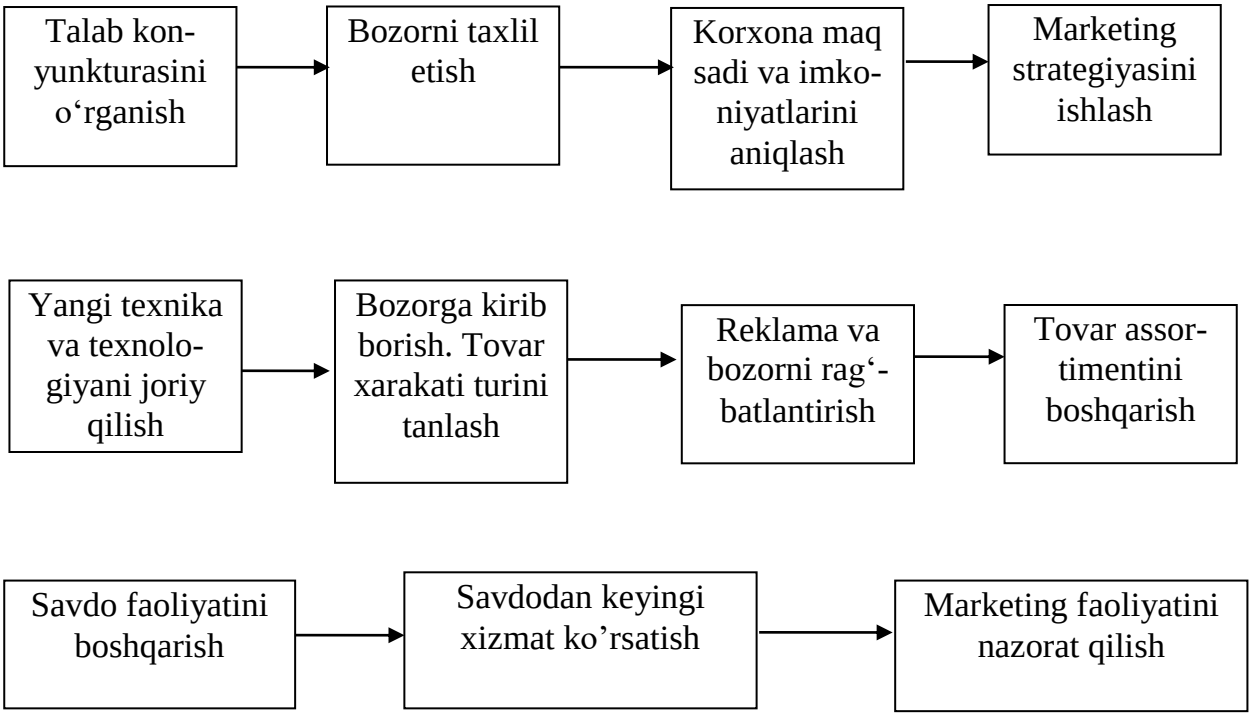
Marketing talabni qondirishga qaratilgan faoliyat bo’libgina qolmay, balki talabga ta’sir ham qilishdir. Xo’sh, bu ta’sir qanday bo’lishi kerak, boshqa mahsulotlar ishlab chiqarishga o’tish va yangi talabni vujudga keltirish kerakmi? Marketing faoliyatining bu aniq maqsadlarini - bozorda mavjud bo’lgan vaziyatni hisobga olish bilan, xaridorlar qiziqish darajasi bilan, korxonaning o’z iqtisodiy va ijtimoiy vazifalari bilan, u yoki bu bozorga kirishi bilan aniqlanadi. Shunday qilib, talab marketing maqsadini, shu bilan birga kerakli marketing strategiyasini tanlashga

imkon beradi. Bir necha talab darajasini va unga mos keluvchi bir qancha strategiyasini aloxida ajratib ko’rsatish mumkin.

Amerikalik iqtisodchi Filipp Kotler o’zining mashxur «Marketing bo’yicha boshqaruv» qo’llanmasida marketing turlarining klassifikatsiyasini bergan. Quyidagi talab darajasi va unga mos keluchi marketing strategiyasini ko’rib chiqamiz.

Marketing strategiyasi jamiyat va korxona jamoasining uzviy manfaatlari ishlab chiqarish samaradorligi masalalarini hal qilishga xizmat qilish kerak.

Marketing strategiyasi bosqichlarini sxema tarzida ifodalash mumkin (5.1-rasm).



5.1-rasm. Marketing bosqichlari

1-bosqich – talab konyukturasini o’rganish. Korxona bozordagi iqtisodiy vaziyatni xar tomonlama o’rganadi, talab konyukturasini, shuningdek, xaridor imkoniyatlarini o’rganadi.

2-bosqich – bozor sig’imini o’rganadi. Korxona ko’zda tutilgan savdo sig’imini aniqlaydi. Bu ushbu sohaga kapital sarflash uchun turtki bo’lib xizmat qiladi.

3-bosqich – mavjud bozor sharoitida korxona maqsad va imkoniyatlarini aniqlash. Bozor ehtiyojlarini bilish ularni korxona imkoniyatlari bilan taqqoslashga imkon beradi.

4-bosqich – marketing reja va strategiyasini ishlash. Ham maqsadga erishishning umumiy strategiyasi, ham korxona yo'nalishi va bo'linmalari uchun batafsil reja sifatida ishlanadi.

5-bosqich – ilmiy-texnik va tajriba konstruktorlik ishlari. 4 ta bosqichda rivojlanish yo'llari belgilangandan so'ng bevosita sotish uchun mahsulot ishlab chiqarishga ilmiy-tadqiqot, tajriba va konstruktorlik ishlari, texnologiya, ishlab chiqarish rejasi, tajriba ishlab chiqarish va x.k.ga o'tiladi. Nixoyat, mahsulot yaratildi.

6-bosqich – mahsulotni bozorga kiritish. Buning eng muhim sharti bozorga chiqishning eng maqbul yo'lini tanlash bilan birga, narx siyosatini ham belgilashdir.

7-bosqich – reklamayu bozorda o'ylab samarali ish yuritmay muvaffaqiyatga erishib bo'lmaydi. Tovar xaqida xaridorlarga axborot berish va uni sotib olishga undash - murakkab va ma'suliyatli vazifa bo'lib, u bilan bir vaqtda savdoni rag'batlantirish xaqida ham g'amxo'rlik qilish kerak.

8-bosqich – mahsulot assortimentini boshqarish. Talab xaridorning assortiment o'zgarishiga talabi o'zgarishini o'rganish. Assortimentni o'zgartirish, bozorga taklif etilgan dastlabki variantga tuzatish kiritish.

9-bosqich – savdo faoliyatini boshqarish. Savdo, yukni tashish, yuklarni qadoqlashga aloxida e'tibor beriladi.

10-bosqich – savdodan keyingi xizmat ko'rsatish, iste'molchiga servis xizmati ko'rsatish, tovardan foydalanishda ko'maklashish.

11-bosqich – marketing faoliyatini nazorat qilish. Butun faoliyat dasturini nazorat qilish. Oxirgi bosqichning tugashi, birinchi bosqichning boshlanishini bildiradi.

Marketing strategiyasini bilish «marketingni boshqarish» tushunchasiga ta'rif berishga imkon yaratadi. Marketingni boshqarish - bu ishlab chiqarish va bozorni foyda olish, savdo xajmini oshirish, bozordagi xissasini oshirish maqsadida xaridorlar

bilan foydali ayirboshlashni ta’minlash, mustaxkamlash maqsadida o’rganish va taxlil etishdir.

Biznes-rejalarda marketing strategiyasini shakllantirish maqsadida quyidagi savollarni yoritilishi shartdir:

- tanlangan bozor xaqida ma’lumotlar;
- tanlangan bozor segmentlari;
- tanlangan bozor xajmi va o’sishi sur’atlari;
- tanlangan bozor rivojlanish tendensiyasi
- raqiblar: nomi; xajmi; bozordagi xissasi; afzalligi va kamchiliklari; biznes tendensiyasi, to’g’ri va yondashma raqobatni baholash; bular korxonaning qay darajada raqobatbardoshligani bildiradi.
- xaridorlar, ularning mahsulot to’g’risidagi fikrlari, sotib olishning asosiy sabablari;
- xaridorlar, bozor segmenti bo’yicha mahsulot realizatsiya xajmi va foyda taxlili;
- korxonaning xozirgi kundagi va kelgusida ko’zlangan bozordagi xissasi;
- kafolat va sotishdan keyingi xizmatlar sohasidagi siyosati;
- baho va kredit siyosati;
- reklama strategiyasi va uni, bozorda xarakat qilish usuli;
- mahsulot (ko’rsatilgan xizmat)lar uchun marketing sarflari;
- joylarni tanlash taxlili;
- marketingning tadqiqotlar o’tkazishning aniq usullari;
- bahoni shakllanishi, bozor taxlilidan kelib chiqib uni belgilash, ishlab chiqarilayotgan mahsulot va ko’rsatilayotgan xizmat xarajatlariga asoslash;
- tovarlar tashqi ko’rinishi, mahsulotlar sifatga tavsifnomasi;
- mahsulotni taqsimlash usuli va yo’llari.
- sotish strategiyasi;
- imkoniyatli xaridorlar soni va ularni qayerda joylanishi;
- qaysi bozorlarni to’g’ridan-to’g’ri sotish bo’yicha qamrab olish mumkin, qaysilarini tovar xom ashyo birjalari, brokerlar va distribyutorlar orqali;

- qay tartibda reklama tanlangan va bozorga moslashtirilganmi.

Yuqoridagi ma’lumotlar ilmiy jixatdan asoslangan bo’lishi foydadan xoli emas.

Bozorni tadqiq qilish - marketing tadqiqotlarining ma’lum bir qismidir, xolos. Faqatgina shartli ravishdagina ularni marketing tadqiqotlarining asosi deb qabul qilish mumkin. Bozorni tadqiq qilish jarayonida quyidagilar aniqlanadi:

- bozorga kiritilayotgan yoki unda mavjud bo’lgan mahsulotning mumkin bo’lgan sotish miqdori;
- tovarning iste’mol xususiyatidagi va boshqa xarakteristikalarining o’zgarishi tendensiyasi;
- yoshi, jinsi, xududiy, ijtimoiy, oilasidagi kishilar soni, o’zini tutishi, daromadi darajasi bo’yicha iste’molchilar guruhini aniqlash;
- assortimentni rejalashtirishda, sotish va reklamani tashkil qilishda xaridorlarning istagini aniqlash;
- mahsulotning sotilishi miqdori, uning umumbozor sig’imidagi ulushi (xududlar va segmentlar bo’yicha ham);
- firmaning raqobatdoshligini va uning bozordagi o’rni.

Ko’rinib turibdiki, bozor to’g’risidagi ma’lumotlar miqdori katta va turli xarakterga ega. Shuning uchun bozorni tadqiq qilishda turli bilim sohalarining mutaxassislari qatnashadilar va bu tadqiqotlar ancha qimmatga tushadi, lekin, firmalar bozorni iloji boricha tezroq o’zlashtirish maqsadida xarajatlardan qochmaydilar, chunki raqobatchilar bozorda yangi raqobatchi paydo bo’lishini oldini olish uchun qarshi choralar ko’radilar. Shuning tadqiqotlar jarayoni, ayniqsa, uning natijalari olinganidan keyin va firma ularni marketing konsepsiyasini asoslash uchun qabul qilingandan so’ng tovarni sinovli sotishni tashkil qilish boshlanadi. Bu jarayonning asosiy vazifasi, firmaning bozordagi samarali o’rnini aniqlovchi o’ziga xos omillarni o’rganishdir.

Bozorni marketing nuqtai nazaridan o’rganish o’z oldiga kompaniyalar, firma (korxona) tovarlarini samarali sotish imkonini, uning kengayish uchun yangi segmentlar, sifatini yaxshilash, zaxiralar va yangi tovarlar yaratishni, iste’molchilar talabini qondirish va yuqori foyda olishni maqsad qilib qo’yadi. Bu maqsadni amalga

oshirish uchun chuqur marketing tadqiqotlari amalga oshiriladi. Bozorni marketing nuqtai nazaridan tadqiq qilishning vazifasi, ishlab chiqarish va unda chiqadigan tovarlarning bozor va iste’molchining yuqori talablariga moslashtirishdan iborat.

5.2. Marketing tadqiqotlari. Bench marking

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

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

Marketing axborotlarini tizimli tahlil qilish, talab va taklifning taxminiy hisobini ishlab chiqishga imkon beradi. Busiz esa sotishning maqbul darajasini belgilash mumkin emas. Bunday darajada odatda, minimum, maksimum oralig’ida hisoblab chiqiladi. Marketing maqsadiga erishishda reklama ham muhimdir.

Reklamaning vazifasi – mavjud bozor segmentini mustaxkamlash, yangi xaridorlarni jalb qilish, yangi bozorlar tashkil qilishdir. Marketing tizimida reklamaning asosiy xususiyati – uzluksiz ta’sir va doimiy yangilanishdir. Shu bilan birga xaridor psixologiyasi tovar va firma markasiga bog’lanib qolish xususiyati (imidj) ga ham egadir.

Marketingning qo’llashdan oldin avvalombor sharoitni, eng asosiy ijtimoiy – iqtisodiy taraqqiyot darajasini hisobga olish lozim. Chunki, marketing – murakkab, harakat va sabr toqat talab qiluvchi, shu bilan birga tez samara beruvchi ishdir. U bir tomondan aholining yetarli darajada yuqori bo’lgan ehtiyoji va talabiga, uning xarid qobiliyatiga, ikkinchi tarafdan tovar va xizmatlarni tanlashdagi erkinlikka javob berishi kerak. Bozor harakatining katta radiusini ta’minlash uchun tovar assortimentini tez o’zgartirish, uni ommaviy ravishda o’zlashtirishga javob beradigan berishi lozim. Bularning barchasi talab va taklifni muvozanatlashtirishga imkon beradi. Bundan tashqari, marketingli faoliyat yuritish uchun, korxonani boshqarish va rejalashtirish tizimidan, taqsimot, ichki bozordagi va tashqi savdodagi aloqalar, yuqori darajada jixozlangan bozor kanallari orqali realizatsiya qilishdan iborat tashkiliy masalalarni hal qilish zarur.

Loyiha bo’yicha marketing tadqiqotlarini olib borish

Marketing tadqiqoti ishlari barcha tashkilot va korxonalar faoliyatida keng o’rin egallab bormoqda. Bozor xususidagi axborot yoki xabarlarga suyanish, ulardan kerakli vaziyatlarda foydalanish, tabiiyki, zaruriy shartdir. Lekin,, firma va tashkilotlarning maqsadli bozor, xaridor sari intilishlarini amalga oshirishda muayyan yo’nalishga va maqsadga bo’lgan marketing tadqiqotlari muhim o’rin egallaydi.

Bu o’rinda mashhur «Marks end Sienser» kompaniyasining boy tajribasi diqqatga sazovor. Angliyada yirik va nufuzli sanalgan ushbu tashkilot «yumshoq tovarlari» (kiyim-kechak va to’qimachilik mahsulotlari) chakana tovar oborotida 16 foizni tashkil etadi. Har bir kvadrat metrga to’g’ri keluvchi tovar oboroti hajmi bo’yicha bu kompaniya dunyoda birinchi o’rinda turadi. 80-yillarda «Marks end Sienser» Parijda o’z shahobchasini ochish va fransuz xaridorlari didiga mos keluvchi tovarlarni taklif qilish maqsadida 18 oy mobaynida muttasil marketing tadqiqotlarini

o’tkazdi. Vaholanki, britaniyalik va fransuz oilalarining turmush tarzi, hayotiy ko’nikmasi, qiziquvchanligi, daromadlari bir-birlariga juda o’xshash bo’lsa ham, mahalliy bozor tabiati, undagi raqobat, xaridorlar talabi birmuncha farq qilar ekan.

Bundan ko’rinib turibdiki, har bir tashkilot, firma o’z bozori va xaridori ko’lamini saqlash, ular salmog’ini oshirish, yangi ehtiyojni qondirish uchun doimiy tarzda marketing tadqiqotlarini amalga oshirmog’i lozim.

Albatta har marketing tadqiqoti tegishli sarf harajatlarni talab etadi. Asosan yirik firmalar o’z tarkibiy tuzilmalari, sho’’ba tashkilotlari miqyosida marketing tadqiqotlarini o’tkazadilar. Lekin, barcha sohalar bo’yicha tadqiqotlarni o’tkazishga imkoniyat va muayyan zaruratlar doimiy bo’lmaganligi hamda xodimlarni butun yil davomida ishda band qilib turish qimmatga tushish sababli, ayrim muammolarni ixtisoslashgan marketing markazlariga, institutlariga topshiradilar va davriy tarzda axborot olib turadilar.

Marketing tadqiqotining yo’nalishlari

Marketing tadqiqotlarining yo’nalishlari, albatta bozorning rivojlangan darajasi, undagi raqobat intensivligi, tegishli tovarlar va xizmatlar bilan mashg’ul bo’lgan firmalarning katta-kichikligi, marketing axboroti va xabarnoma tizimlarining shakllanish sur’ati va boshqa omillarga bevosita bog’liq bo’ladi. Shu, jihatdan rivojlangan xorijiy davlatlardagi firmalarning marketing tadqiqotlari yo’nalishlari, uyushtirish tartibi va shakllari bizning mamlakatimiz korxona va tashkilotlari uchun o’zgarishsiz qabul qilinishi xususida fikrlash birmuncha noo’rin bo’ladi.

Zamonaviy marketing nazariyasining rivoj topishi va amaliy faoliyatda uning hal qiluvchi ahamiyat kasb etishi, firmalarning marketing tadqiqotlarini uyushtirishda ham sezilarli tarzda o’z aksini topmoqda. Hususan, firmalarning raqobatdoshlik quvvati, bozordagi o’rni, lozim strategik maqsadlari, diversifikatsiya sari yo’l tutish taktikasi ko’pgina hollarda tadqiqotlarning yo’nalishi va ko’lamini belgilaydi. F.Kotler firmalarning marketing strategiyalarini 4 ta asosiy turi mavjudligi va tadbirlar bir-biridan farqlanishini ta’kidlaydi. Jumladan firmalarning marketing strategiyalarini quyidagi turlarga bo’lish mumkin.

❖ peshqadamlikka intiluvchi (bozorda o’rtacha 30% ulushga ega);

❖ hamqadam intiluvchi (bozorda 20% ulushga ega);

❖ bozordagi «nisha»ni –«bo'shliq»ni egallovchi (bozorda 10% atrofida ulushga ega).

Ushbu strategiyani tanlagan va amalga oshirayotgan firmalarning bozordagi ulushi, kelgusi intilishlari tegishli muammolar bo'yicha marketing tadqiqotlarining yo'nalishlariga, jaddaligiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Masalan, bozorda peshqadam bo'lgan firma bozordagi kon'yunktura, yangi mahsulotni o'zlashtirish, sotish imkoniyatlarini oshirish, kommunikatsiya va reklama yo'nalishlari tadqiqotlariga ko'proq e'tibor qaratsa, bozordagi «nisha»ni egallovchi firma xaridorlar istagini o'rganish, raqobatchilar tovarlarini va narxlarni tahlil qilish bozor chegaralarini kengaytirish borasidagi tadqiqotlarni amalga oshirsa bo'ladi.

5.1-jadval

Marketing tadqiqotlarining yo'nalishlarini turkumlash belgilari

Tadqiqotlarni turkumlash belgilari	Tadqiqotlarning yo'nalishlari va ularni amalga oshirish xususiyatlari
Tadqiqot maqsadlariga ko'ra	Axtarish, tavsiflash, eksperiment o'tkazish yuzasidan tadqiqotlar
Marketing elementlari bo'yicha	Tovar, narx, distribyutsiya, kommunikatsiya yo'nalishidagi tadqiqotlar
Bozordagi tadqiqotlarni amalga oshirish ko'lamiga ko'ra	Mahalliy, milliy, xalqaro miqyosida
Tadqiqotlarni amalga oshiruvchi sub'ektlar ishtirokiga ko'ra	Bevosita firma ishtirokida, marketing vositachisi ishtirokida, tanlangan maxsus ishtirokchilar vositasida
Tadqiqotlarni o'tkazish davriyligiga ko'ra	Bir marotabali, mavsumiy, favqulodda va boshqa jihatdagi tadqiqotlar

Shu sababdan marketing tadqiqotlarini uyushtirish bozorning rivojlanish holati, raqobat jaddalligi, firmalarning ushbu bozorlarda faoliyat yuritish maqsadlari va vazifalar inobatga olinishi zaruriy ahamiyat kasb etadi.

Marketing tadqiqotlari yo'nalishlarini belgilashda tegishli firmaning bozorda faoliyat yuritish o'rni, vazifalarini inobatga olish lozim. Marketing tadqiqotini amalga

oshirishda izlanish muammosi bilan uning maqsadlari o’rtasida tafovut – farqlanish mavjudligiga yetarlicha e’tibor berilmaydi. Buning oqibatida keyingi bosqichlarda sezilarli xatolarga yo’l qo’yiladi. Shu sababdan to’g’ri va aniq belgilangan muammo, tayinli maqsadga erishish uchun puxta zamin yaratadi. Masalan, yuqori sinfdagi avtomobillar ishlab chiqaruvchi «A» firmaning X – modelli avtomobillarini ichki bort kompyuteri va radio telefoni bilan bir yo’la jihozlab chiqarishni misol qilib olaylik. Dunyo tajribasidan shu narsa ma’lumki, barcha avtomobil ishlab chiqaruvchi firmalar ushbu «qo’shimcha jihozlarni» qo’shimcha tanlov va unga xos bo’lgan haq evaziga bajaradilar. «A» avtomobil firmasi raqobatchilardan ajralish, yuqori iste’mol darajasidagi xaridorlar uchun urinishi qanday muammoni hal etishi va maqsadlarni ko’zlashini ko’rib o’tamiz. Bort kompyuter va radio telefonli avtomobillarga bo’lgan ommaviy ehtiyoj va buyurtma asosida bajarish qanday manfaatlarga erishish imkonini beradi? Ushbu «qo’shimcha jihozlar» uchun xarajatlar va daromadlarga ta’siri qay jihatda bo’ladi? «Qo’shimcha jihozlar» avtomobil harakati xavfsizligiga va boshqaruvchiga qanday afzalliklar va xatarli holatlar yaratadi?

Ushbu savollar tadqiqot maqsadiga yo’naltirilgan savollar ko’lami bo’lib, ular ko’lamni kengaytirish va yanada aniqlashtirish mumkin. Asosiy maqsad esa «A» firmaning yangi modeliga bo’lgan ehtiyojini oshirish imkoniyatlarini topish hisoblanadi. Demak, «A» avtomobil firmasi «qo’shimcha jihozlar» hisobiga iste’mol doirasini oshirish siyosatini yuritmoqda.

Marketing tadqiqotining bosqichlari

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

Marketing tadqiqotida kuzatish, eksperiment, so’rov, guruhli baxs eng ko’p qo’llaniladigan uslublar hisoblanadi. Har bir uslub tadqiqotning tegishli bosqichlarida samarali axborot to’plash, uni qayta ishlash, texnik vositalaridan samarali foydalanishni nazarda tutadi. Masalan, yuqorida keltirilgan radio telefonli va bort-

kompyuterli avtomobilga bo’lgan boshlang’ich talabni baholash tadqiqotini olib ko’raylik. Kuzatish uslubi vositasida xaridorlarning joriy davrda va avtomobil bozoridagi munosabatlari, ko’nikmalarini baholash mumkin. So’rov uslubida esa aniq bir xaridorning «yangi jihozlarga» bo’lgan qiziqishlari, ularga qo’yadigan talab va istaklarni baholash mumkin. Eksperiment uslubida esa sinov tarzida avtomobillarning kichik partiyasini bozorda sotib, xaridorlar holatlarini kuzatish mumkin.

5.3. Loyiha marketingi dasturi va byudjeti. Loyihani amalga oshirish jarayonida marketingni boshqarish

Marketing – bu ayni paytda biznes falsafasi hamda faol jarayondir. U harakatdagi jarayon sifatida bozor iqtisodiyotining aniq faoliyat ko’rsatishi uchun zarur bo’lgan bir qator vazifalarni hal qiladi.

“Marketing” so’zi keng tarqalgan bo’lsada, asosan, quyidagi uch jihatda namoyon bo’ladi: reklama, sotishni rag’batlantirish va xaridorga ta’sir ko’rsatishdir, ya’ni boshqacha qilib aytganda mavjud bozorlarni egallab olish uchun foydalaniladigan savdoning o’ta muhim vositalari majmuasidir. Shu bilan bir qatorda, marketing birinchi navbatda va eng merkantilistik ma’noda asosan ommaviy iste’molchilar bozorida ko’proq, yuqori texnologiyalar, moliyaviy, ijtimoiy va madaniy xizmatlar kabi sektorlarda esa kamroq qo’llaniladi.

Marketing – faqatgina katta korxonalarning imkoniyatiga to’g’ri keladigan bozorni tahlil qilish (sotishni bashorat qilish usullari, bozorning imitatsion modellari va tadqiqotlari kabi) vositalari majmuasi bo’lib, ular ehtiyojlarni va talabni tahlil qilishga istiqbolli va ilmiy yondashuvni ishlab chiqish uchun foydalaniladi. Tanqidchilar bunday qimmatbaho usullarning ishonchliligi va amaliy ahamiyatini unchalik ochiq-oydin emas, deb hisoblaydilar.

Marketing – bu iste’mol jamiyatining arxitektoridir, ya’ni bu xaridorlar iste’molchilarni tijoriy jihatdan ekspluatatsiya qiladigan bozor tizimidir. Tobora

ko’proq va yanada ko’proq tovar sotish uchun yangi ehtiyojlarni muttasil tashkil qilib borish lozim.

Bunday o’ta soddalashtirilgan qarashlar ortida marketing konsepsiyasining uch jihati yotadi: faol jihat (bozorga kirib borish), tahliliy jihat (bozorlarni tushunish) va g’oyaviy jihat (fikrlash shakli). Marketingni uning faol jihatidan tushunish, ya’ni marketingga bir necha sotish usullari sifatida qarash (operatsion marketing) tendensiyasi ko’p uchraydi va uning tahliliy jihatiga (strategik marketing) yetarlicha baho berilmaydi.

Marketingga bunday qarash marketing va reklama hamma narsaga qodir, ular bozorni qudratli kommunikatsiya usullari yordamida istalgan narsani qabul qilishga majbur qila oladi, degan mavhum fikrga asoslangandir. Bunday sotish usullari ko’pincha xaridorlarning real ehtiyojlarini qondirish istagiga mutlaqo bog’liq bo’lmaydi. Asosiy e’tibor sotuvchining ehtiyojlariga, ya’ni savdoni amalga oshirishga qaratiladi. Shuning uchun marketingni strategik jihatdan ishlab chiqish va marketing strategiyasini tushunish muhim ahamiyatga ega.

Marketing strategiyasi firma imkoniyatlarining bozordagi holatga muvofiqlashtirish, qo’yilgan maqsadlarga erishishning kompleks vositalarini belgilashdan iborat. Amerikalik yetuk iqtisodchi olim I. Ansoffning fikricha, strategiya o’z mohiyati va jihatidan tashkilotning o’z faoliyatida qaror qabul qilish jarayonida qo’llash uchun mavjud bo’lgan qoidalar majmuiga aytiladi.

Strategiya bir muncha qiyin va mavhumlashtirilgan amaliy faoliyat falsafasi sifatida namoyon bo’ladi. U aniq sharoitda va o’zgarishlar ta’sirida oydinlashtirilib orientirlarga aylanadi. Tegishli davr mobaynida, qisqa muddatda, tegishli sharoitdan kelib chiqqan holda qabul qilinadigan qarorlarda, tavakkalchilik siyosatida (uni xavf-xatar darajasiga ko’ra) uslublar yig’indisi - taktikasi tarzida ushbu strategiyani amalga oshiradi. Umumlashtirib aytganda, marketing strategiyasi o’zaro bir-biri bilan asoslangan besh asosiy jihat bilan tavsiflanadi: bozorni tanlash, maqsadni tanlash, mablag’ va muddatlarni tanlash, samaradorlikni nazorat qilish, muqobil strategiyani tanlashdan iboratdir. Bu holda iste’molchilar tamoyilini ham ko’rib chiqsak bo’ladi. Aslida marketing asosini, uning konsepsiyasini tashkil qiluvchi nazariya yoki g’oya

mutlaqo boshqachadir. U iste’molchining ustivorlik tamoyilidan kelib chiqadigan shaxsiy tanlash nazariyasiga asoslanadi. Ushbu yondashuv nuqtai nazaridan qarasak, marketing - o’n sakkizinchi arsning oxirida klassik iqtisodiyot tomonidan ilgari surilgan tamoyillar menejmentining ijtimoiy ifodasi va operatsion atamalarga qilingan tarjimasining aynan o’zidir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida to’rtta markaziy g’oyani ko’rishimiz mumkin:

- insonlar **hayotdan manfaat olishga** intiladilar. Aynan shaxsiy manfaatning ko’zlanishi kishilarni mehnatga undaydi, o’sishning, shaxsiy kamolotning harakatlantiruvchi kuchi vazifasini o’taydi va oxir-oqibatda butun jamiyatning farovonligini belgilab beradi;

- manfaatlarning xarakterini did, madaniyat, qadriyatlar va hokazolarga bog’liq bo’lgan **shaxsiy qarashlar** belgilaydi. Bu tanlovning muhimligi yoki oddiyligi haqida yoki “haqiqiy” yoki “yolg’on” ehtiyojlar deb nimani tan olish haqida fikr yuritish uchun jamiyatdagi milliy, ahloqiy va ijtimoiy qoidalarni hurmat qilishdan boshqa hech qanday asoslarga yo’l qo’yilmaydi.

- aynan **erkin va raqobatli ayirboshlash** yordamida kishilar va ular bilan hamkorlik qiladigan tashkilotlar o’z maqsadlariga erishadilar. Agar ayirboshlash erkin bo’lsa, u faqat ikkala tomon uchun ham foydali bo’lgan taqdirdagina amalga oshadi, agar ayirboshlash raqobatli bo’lsa, u holda ishlab chiqaruvchilarning bozordagi pozitsiyasini suiste’mol qilish xavfi cheklangandir;

- bozor iqtisodiyoti mexanizmlari shaxsiy erkinlik tamoyiliga va ayniqsa iste’molchining ustivorlik tamoyiliga asoslangandir. Tizimning ahloqiy negizi kishilarning o’z hatti-harakatlari uchun javobgar ekanligini hamda o’zlari uchun nimaning yaxshi va nimaning yomon ekanligini o’zlari hal qilishlariga asoslanadi.

Marketing sohalari. Marketing zamirida yotuvchi to’rt tamoyildan xaridorlarning ehtiyojlarini qondirish bilan shug’ullanuvchi har qanday tashkilot uchun muhim bo’lgan harakat falsafasi kelib chiqadi. Bu marketing harakatlari sohasini uch asosiy bo’lakka bo’lish mumkin:

- iste’mol marketingi, bunda ayirboshlash firmalar va pirovard iste’molchilar, jismoniy shaxslar yoki oilalar o’rtasida amalga oshiriladi;

- firmalararo marketing, bunda ayirboshlash jarayonida ikkala tomon sifatida tashkilotlar ishtirok etadi;

- ijtimoiy marketing, u muzeylar, universitetlar va shu kabi daromadsiz tashkilotlarning faoliyat sohalarini o'z ichiga oladi.

Marketing konsepsiyasi tashkilotning butun faoliyati foydalanuvchilarning ehtiyojlarini qondirishni asosiy maqsad qilib olishi lozimligini ko'zda tutadi, chunki bu o'z taraqqiyot maqsadlariga erishish va rentabellikni oshirishni eng yaxshi yo'lidir.

Marketingning ikki qiyofasi. Mazkur harakat falsafasining qo'llanilishi firma faoliyatining ikki yo'nalishini ko'zda tutadi.

1. Birinchi yo'nalish iste'molchilarning hal qiluvchi guruhlari ehtiyojlari va talablarini muntazam va doimiy tahlil qilib borish, shuningdek, kompaniyaga tanlab olingan xaridorlar guruhlariga raqobatchilarga qaraganda yaxshiroq xizmat ko'rsatishga imkon beruvchi va shu yo'l bilan ishlab chiqaruvchiga raqobatchilikdagi barqaror ustunlikni ta'minlovchi samarali tovar va xizmatlar konsepsiyasini ishlab chiqishdan iboratdir. Bu jarayon strategik marketingning asosiy vazifalariga kiradi.

2. Ikkinchi yo'nalish esa potensial xaridorlarni xabardor qilish va xaridorlarni izlash xarajatlari kamayganda tovarning o'ziga xos sifatlarini namoyish qilish maqsadida savdoni va kommunikatsiyalar siyosatini tashkil qilishdan iborat bo'lib, bu **operatsion marketing** vazifasini tashkil qiladi.

Bu ikki yondashuv bir-birini to'ldiradi va firmaning marketing siyosati doirasida o'zining muayyan ifodasini topadi. Bu o'rinda J.J.Lamben marketingga quyidagicha ta'rif beradi:

"Marketing – bu kishilar va tashkilotlarning ehtiyojlari va istak hohishlarini xaridor uchun qiymatli bo'lgan tovarlar va xizmatlarni erkin raqobatli ayirboshlash bilan qondirishga qaratilgan ijtimoiy jarayondir".

Bu ta'rifda uch asosiy tushuncha ehtiyoj, tovar va ayriboshlashdir. Ehtiyoj tushunchasi xaridorning hulq-atvori va uni bir tovar yoki xizmatni sotib olishga undagan sababni ifodalaydi; tovar konsepsiyasi harakat usullari, ishlab chiqarish va ishlab chiqaruvchilarning tashkiloti bilan bog'liq; ayirboshlash e'tiborni bozorga

hamda talab va taklifning o’zaro ta’sirlashuvini ta’minlovchi mexanizmlarga jalb qiladi.

Marketingning kompaniyadagi roli

“Marketing” atamasi tom ma’noda bozor sari harakatlanish jarayoni ma’nosini beradi, bu atama jarayonning ichki ikkiyoqlamalik xossasini to’la ochib bera olmaydi va marketingning “tahliliy” jihatiga nisbatan uning “faolroq” tomoniga ko’ra ko’proq urg’u beradi. Bu ikkiyoqlamalikni xarakterlash uchun “strategik” va “operatsion” marketing atamalaridan foydalaniladi.

Operatsion marketing – bu qisqa muddatga mo’ljallangan rejalashtirishning mavjud bozorlarga qaratilgan faol jarayondir. Bu tovar, sotish, narx va kommunikatsiyalarga oid taktik vositalardan foydalanish yo’li bilan kerakli savdo hajmiga erishishning klassik tijorat jarayonidir.

Operatsion marketingning asosiy maqsadi – sotishdan daromadlar hosil qilish, ya’ni maqsadli aylanmalardir. Bu sotishning eng samarali usullaridan foydalangan holda xarid uchun buyurtmalarni “sotish” hamda qabul qilish va ayni paytda harajatlarni kamaytirishni anglatadi. Ma’lum darajadagi savdo hajmiga erishishdan iborat bo’lgan maqsad operatsiyalar bo’limi uchun ishlab chiqarish dasturiga va savdo bo’limi uchun tovarlarni saqlash va bevosita o’tkazish dasturiga aylanib ketadi. Bundan kelib chiqadiki, operatsion marketing firmaning qisqa muddatli rentabelligiga bevosita ta’sir ko’rsatuvchi hal qiluvchi elementdir.

Operatsion marketingning faolligi – firma faoliyatidagi, ayniqsa raqobat kuchaygan bozordagi hal qiluvchi omildir. Har qanday tovar, hatto uning sifati eng yuqori bo’lsa ham, bozor uchun maqbul narxga ega bo’lishi, sotish tarmog’i ko’taradigan, mo’ljaldagi iste’molchilarning odatlariga moslashgan bo’lishi kerak, hamda tovarning bozordagi yaxshi ketishini ta’minlovchi va uning o’ziga xos xususiyatlarini ta’kidlovchi kommunikatsiya yordamiga ega bo’lishi lozim. Bozorda talab taklifdan ko’p bo’lgan, firma xaridorlarga yaxshi tanish bo’lgan va raqobat bo’lmagan hollar kam uchraydi.

Operatsion marketing marketingning eng ko’zga ko’rinarli jihatidir, bunga asosiy sabab shuki, reklama va tovarlarni siljitish faoliyatining roli g’oyatda

muhimdir. Ba’zi firmalar, masalan sanoat tovarlari ishlab chiqaruvchilarning ko’pchiligi esa aksincha, marketingni reklama bilan uzviy bog’liq deb tushunib, uzoq vaqtgacha marketing bizning biznesga to’g’ri kelmaydi, deb hisoblab keldilar. Demak, marketing – bu firmaning tijorat dastagi bo’lib, hatto eng yaxshi strategik reja ham yaxshi natijalarga olib kela olmaydi. Ammo, ko’rinib turibdiki, yetarlicha katta strategik bazasiz mutlaqo rentabelli operatsion marketing ham bo’lishi mumkin emas. Fikrsiz dinamizm - asossiz tavakkaldir, xolos. Operatsion marketing rejasi har qancha kuchli bo’lmasin, u ehtiyoj yo’q bo’lgan joyda talabni yuzaga keltira olmaydi va yo’qolib ketishi muqarrar bo’lgan faoliyat yo’nalishini saqlab qola olmaydi. Binobarin, rentabellikni ta’minlash uchun operatsion marketing strategik fikrlashga asoslangan bo’lishi kerak, u esa o’z navbatida bozordagi ehtiyojga va uning kutilayotgan evolyutsiyasiga tayanadi.

Strategik marketing – bu avvalo jismoniy shaxslar va tashkilotlar ehtiyojlarining tahlilidir. Marketing nuqtai nazaridan qaraganda xaridor tovarning o’ziga emas, balki shu tovar yordamida yechiladigan **muammoning hal qilinishiga** muhtojdir. Yechimga turli texnologiyalar yordamida erishiladi, texnologiyalarning o’zi esa tinimsiz o’zgarib turadi. Strategik marketingning roli – berilgan bozorning evolyutsiyasini kuzatib borish va qondirishga muhtoj ehtiyojlarni tahlil qilish asosida turli mavjud yoki kutilayotgan bozorlarni yoki ularning segmentlarini aniqlashdan iboratdir.

Aniqlangan tovar bozorlari iqtisodiy imkoniyatlarni ifodalaydi, endi ularning jalb qiluvchanligini baholash kerak. Tovar bozorining jalb qiluvchanligi miqdoriy jihatdan *bozor salohiyati* tushunchasi bilan o’lchanadi, dinamik jihatdan esa o’zining mavjud bo’lish muddati bilan yoki *hayot sikli* bilan xarakterlanadi. Muayyan firma uchun tovar bozorining jalb etuvchanligi uning *raqobatbardoshligiga,* boshqacha qilib aytganda, haridorlarning ehtiyojlarini raqiblariga qaraganda yaxshiroq qondira olish qobiliyatiga bog’liq. Firmaning raqobatbardoshligi uning raqobatli ustunlikka ega bo’lishi yoki uning raqiblaridan ajralib turuvchi sifatlari tufayli yohud harajatlar bo’yicha afzallik beruvchi yuqori ishlab chiqarish samaradorligi tufayli mavjud bo’ladi.

Shunday qilib, strategik marketingning roli firmani manfaatli iqtisodiy imkoniyatlarga yo'naltirish, ya'ni uning "nou-xau" va resurslariga mos keladigan, uning o'sish va rentabellik salohiyatini ta'minlovchi imkoniyatlarga yo'naltirishdan iborat. Strategik marketing jarayoni o'rta va uzoq muddatli istiqbollarga egadir. Uning vazifasi firmaning missiyasini aniqlash, maqsadlarni belgilash, o'sish strategiyasini ishlab chiqish va tovar portfelining muvozanatlangan tuzilmasini ta'minlashdan iboratdir.

Tovarni siljitishga sarflangan marketing xarajatlarini ayirib tashlagandan keyin hosil bo'ladi. Ushbu daromad firma uchun tovar bozoriga kiritgan hissa bo'lib hisoblanadi.

Integratsiyalangan marketing jarayoni. Anglab olish va strategik rejalashtirish bo'yicha ko'rsatib o'tilgan ishlar operatsion rejalashtirishdan anchagina farq qiladi va ishtirokchilardan boshqacha qobiliyatlarni talab qiladi. Shunga qaramay, bu ikki funksiya ma'lum ma'noda bir-birini to'ldiradi, ya'ni strategik rejaning tuzilmasi operatsion marketing bilan chambarchas bog'liq bo'lishi lozim. Operatsion marketing narx, sotish tizimi, reklama va tovarni siljitish kabi vositalariga alohida e'tibor beradi, strategik marketing esa firma raqobatli ustunlikka ega bo'lgan tovar bozorlarini tanlashga va maqsadli bozorlarning har biridagi umumiy ehtiyoj istiqbollariga qaratilgandir.

Bozor ulushini egallash maqsadini har bir tovar bozori bo'yicha umumiy ehtiyoj istiqbollari bilan taqqoslash tanlangan narx siyosatiga mos ravishda sotish hajmi va aylanmasi bo'yicha topshiriqlarni ishlab chiqishga imkon beradi. Kutilayotgan daromad bevosita ishlab chiqarish harajatlari, mumkin bo'lgan doimiy tarkibiy harajatlar, marketing byudjeti imkon bergan miqdordagi savdo xodimlari, reklama va u qo'shimcha chiqimlarni qoplashi va sof foyda kelishini ta'minlashi kerak.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Marketing tadqiqotlari deganda nimani tushunasiz?

2. Investitsiya loyihalarini boshqarishda marketingning ahamiyati nimada?

3. Investitsiya loyihalari tahlili uchun marketing izlanishlarining zarurligi nimada?

4. Investitsiya loyihalari marketingining asosiy vazifalari nimalardan iborat?

Investitsiya loyihalarida bozorni tadqiq qilishning asosiy yo’nalishlarini tushuntirib bering.

6-BOB. LOYIHANING KAPITAL BYUDJETINI ISHLAB CHIQISH VA MOLIYALASHTIRISH MANBALARINI SHAKLLANTIRISH

6.1. Kapital tarkibining nazariy asoslari. Kapital qiymatini baholash. Loyihaning kapital byudjetini ishlab chiqish va u bo'yicha qarorlar qabul qilish.

Respublikamiz bozor munosabatlariga o'tish sharoitida turli mulkchilik shakllariga asoslangan xo'jalik yurituvchi sub'ektlarni ko'paytirish, jumladan, mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish, kichik biznesni rivojlantirish bugungi kunning dolzarb vazifasiga aylanib qoldi. Mustaqillik qo'lga kiritilgandan so'ng markazlashgan investitsiyalarning investitsion loyihalarga safarbar etilishi mamlakat iqtisodiyoti va ishlab chiqarish infrastrukturasini rivojlantirish davlatimiz investitsion siyosatining asosiy yo'nalishlariga aylandi. Hukumatimiz buning uchun qulay investitsion muhitni yaratgan va zarur chora-tadbirlar amalda qo'llanilmoqda.

Har bir korxona o'z taraqqiyoti uchun va joriy rejalarini amalga oshirish faoliyatini moliyalashtirish uchun mablag' manbalariga ehtiyoj sezadi. Kapital, korxona ihtiyoridagi aktiv mablag'lar manbasidir. Ularni qisqa va uzoq muddati aktivlarga bo'lish mumkin. Moliyalashtirishning u yoki bu manbasini jalb qilish kapitalning ma'lum xarajatlari bilan bog'liq: aktsionerlar uchun dividendlar, banklardan olgan ssudalari uchun, investorlar qilingan investitsiyalari uchun foizlardir. Ma'lum hajmdagi moliyaviy resurslarni qo'llaganligi uchun to'lash kerak bo'lgan mablag'larni umumiy summasi foizda umumiy hajmga nisbatan yaratilgan boylikning kapital bahosi deyiladi. Qoida bo'yicha joriy aktivlar qisqa muddatli, uzoq muddatda foydalanishi esa uzoq muddatli mablag'lar manbasi hisobiga moliyalashtiriladi. Buning natijasida sarf qilinishiga ketadigan xarajatlar umumiy summasi shakllanadi.

Kapital bahosi konsepsiyasi kapital nazariyasida asosiy konsepsiyalardan biridir. U investitsiya qilingan kapitalning rentabellik darajasini xarakterlaydi. Rentabellik darajasi, korxonaning bozor qiymatining kamayib ketmasligi uchun ta'minlanib turishi kerak.

«Mazkur kompaniya kapital bahosi» va «Kapitalni baholash» tushunchalarini ajrata bilish kerak. **Birinchi tushuncha** kompaniyaning o’z investorlari va kreditorlari oldidagi yillik xarajatlarini miqdori ifodalaydi. **Ikkinchi tushuncha** turli xil ko’rsatkichlar bilan ifodalanishi mumkin. Masalan, o’z kapitali xajmida firma bahosi va boshqalar, ya’ni mutloq ko’rsatkichlar. Shuni ham aytib o’tish kerakki, ular nafaqat sifat jihatidan balki miqdor jihatidan ham o’zaro bog’liqdir. Agar kompaniya daromadliligi kapital bahosidan kam bo’lgan investitsion loyihada ishtiroki bo’lsa, u holda uning kapitallashgan qiymati bu loyiha yakunida kamayadi. Shunday yo’l bilan kapital bahosi investitsion xarakterga ega masalalarini hal qilish nazariyasi va amaliyotida asosiy element bo’lib hisoblanadi.

Korxona balans passivi tarkibi shuni ko’rsatdiki, uning asosiy ko’rinishi quyidagilardir: ichki manbalar (mulkdorlar va qatnashuvchilarning ustav kapitali ko’rinishidagi mablag’lari, taqsinlanmagan foyda va o’z mablag’lari fondi) uzoq muddatli qarz mablag’lari (ssudalar), shuningdek, banklar yoki boshqa investorlarning qarzlari va uzoq muddatga jalb qilingan mablag’lar (kreditorlar).

Bank o’z kapitali tushunchasini keng ochib berish uchun shuni aytib o’tish kerakki, bank nazariyasida bank o’z mablag’i va o’z kapitali tushunchalari farq qiladi. Yuqorida ta’kidlab o’tilgan «o’z mablag’i» tushunchasi – keng ma’noli, u o’z ichiga bankning ichki faoliyati jarayonida tashkil topgan hamma passivlarni (bankning ustav rezerv va boshqa fondlari, bank tashkil qilingandagi hamma rezervlarni, taqsimlanmagan foyda va joriy yil foydasini) oladi.

Bankning o’z kapitali – bu hisob-kitob bilan aniqlanadigan kattalik. U iqtisodiy ma’nosiga ko’ra bank kapitali funksiyalarini bajaradigan o’zlik mablag’larni ichiga oladi.

Bankning o’z kapitali – bank vaqtincha jalb qilgan qarz mablag’laridan farqli o’laroq, bevosita bankning o’ziga tegishli bo’lgan mablag’lardir. Bank kapitalining boshqa korxonalar kapitalidan farqli shundaki, bankning o’z kapitali aylanma mablag’larining 10 foizini, korxonalarda esa u taxminan 40-50 va undan ortiq foizini tashkil etadi. Bank kapitaliga bankning o’z mablag’larining asosiy elementlari kiradi, ya’ni qonunchilikka muvofiq tashkil topgan asosiy fondlar, bank faoliyatini

ta’minlash maqsadida ichki manbalar hisobiga tashkil topgan rezervlar kiradi. Ular quyidagi shartlarga javob berishlari kerak:

- bank faoliyatining barqarorligi;
- kreditor huquqlari bo’yicha subordinatsiyalanganlik;
- qayd qilib yozilgan daromadlarning yo’qligi.

Bankning o’z kapitali deganda, bankning iqtisodiy barqarorligini ta’minlashga, ko’rilishi mumkin bo’lgan zararlarni qoplashga qaratilgan maxsus tashkil qilinadigan fond rezervlarni tushunishimiz kerak. Bank kapitaliga ustav kapitali, rezerv kapitali, ta’sis foydasi, bank ixtiyorida qoldirilgan o’tgan va joriy yilda taqsimlanmagan foydasi, turli risklarni qoplash uchun tashkil qilingan rezervlar kiradi va bank faoliyatida muhim funksiyalarni bajaradi.

Bank kapitali I va II darajali kapitaldan iborat bo’ladi:

I darajali kapital quyidagilarni o’z ichiga oladi:

a) to’liq to’langan va muomalaga kiritilgan oddiy aksiyalar;

b) nokumulyativ imtiyozli aksiyalar. Bu aksiyalar muayyan sotib olish sanasi va shartlariga, egasining xohishiga ko’ra sotib olinish imkoniyatiga ega emas. Bank aksiyadorlarining umumiy yig’ilishi qaroriga muvofiq, ular bo’yicha dividentlar to’lanmasligi mumkin;

v) qo’shimcha kapital-oddiy va imtiyozli aksiyalar bozor narxining ularning nominal qiymatidan oshib ketishi;

g) taqsimlanmagan foyda:

- kapital zahiralar;
- avvalgi yillarning taqsimlanmagan foydasi.
- joriy yil zararlari.

d) aksiya egalari kamchiligining birlashgan korxonalar aksiyadorlik hisobvaraqlarida o’sishi. Bu ulush shub’a korxonalari hisobvaraqlari bank moliyaviy hisobotlarida birlashtirilganda va bank ulushi bunday korxonalar kapitalining 100 foizdan kam qismini tashkil qilganda vujudga keladi.

II darajali kapital quyidagilardan iborat:

a) joriy yildagi sof foyda;

b) riskni hisobga olgan holda aktivlar summasining 1,25 foizi va hisob-kitoblardan so’ng I darajali 100 foizli kapitaldan oshmagan miqdordagi umumiy zahiralar. Nokumulyatsiyativ muddatsiz aksiyalar, ya’ni imtiyozli aksiyalar. Bu aksiyalar muayyan sotib olish sanasi va shartlariga egasining xohishiga ko’ra sotib olinish imokoniyatiga ega emas. Bank aksiyadorlarining umumiy yig’ilishi qaroriga muvofiq, ular bo’yicha dividentlar to’lanmasligi mumkin;

v) hisob-kitoblardan so’ng I darajali 100 foizli kapitaldan oshmagan miqdorda aralash turdagi majburiyatlar;

g) subordinar qarz bu bankning qarz majburiyatlari shakli bo’lib, bank kapitalini aniqlash maqsadida hisob-kitoblardan so’ng I darajali kapitalning 50 foizidan oshmasligi kerak. II darajali kapitalga kiruvchi subordinar qarz to’lash muddati yetib kelgunga qadar oxirgi 5 yil davomida yiliga 30 foizga kamayib borishi shart. II darajali kapital tarkibiga kiruvchi subordinar qarzlar garov ta’minotiga ega bo’lmasligi, bank tugatilayotganda ushbu majburiyatlar bo’yicha talablar depozitlar talablari qondirilgandan so’ng amalga oshirilishi, boshlang’ich to’lov muddati 5 yildan ortiq bo’lishi lozim.

Rezerv kapitali – bankning umumiy va maxsus maqsadlari uchun, masalan, devalvatsiya uchun zahira, trast operatsiyalari bo’yicha biznes uchun zahira, ko’zda tutilmagan xarajatlar, tabiiy ofatlar natijasidagi zararlar uchun zahira va boshqa maqsadlar uchun, yaratgan zahirasining hisobi 30903-30906 balans hisobvaraqasida olib boriladi. Ushbu zahira bankning taqsimlanmagan foydasi hisobiga tashkil etiladi. Soliqlar va boshqa majburiy to’lovlar to’langandan so’ng sof foyda hisobiga shakllangan zahiralardir. Ushbu zahiralarga ajratiladigan chegirmalar miqdori ochiq e’lon qilinadigan hisobotda ko’rsatilishi lozim. Zahiradan bank faoliyatida vujudga keladigan turli zararlarni, ular yuzaga kelishi bilanoq hech qanday cheklashlarsiz qoplash uchun foydalaniladi. Bunda mazkur zahiralar hisobiga qoplanadigan barcha zararlar foyda va zararlar hisobida aks ettiriladi. 30903-umumiy zahira fondi bo’lib, bu hisobvarag’i bankning taqsimlanmagan foydasi hisobidan umumiy maqsadlar, masalan bank faoliyatining kengaytirish, bank uchun zarur vositalarni sotib olish va ko’zda tutilmagan xarajatlar, tabiiy ofatlar natijasidagi zararlar uchun va hokazalar

uchun tashkil etgan zahirasi hisobini yuritish uchun mo'ljallangan. 30906-Devalvatsiya uchun zahira bo'lib, bu hisobvaraqda milliy valyutaning devalvatsiyasi natijasida ko'rishi mumkin bo'lgan zararlarni qoplash uchun yaratilgan zahiraning hisobi yuritiladi. Ushbu zahira mablag'lari bankning taqsimlanmagan foydasining ma'lum qismidan va valyutadagi bank aktivining ustav kapitaliga tegishli ekvivalentini qayta baholash natijasida hisoblangan mablag'lardan tashkil topgan. Maxsus zahiralar – «standart», «substandart», «shubhali» va «umidsiz» deb tasniflangan kredit va lizing operatsiyalari yoki boshqa alohida muayyan aktivlar bo'yicha yuzaga kelishi mumkin bo'lgan zararlarni qoplash uchun zahira tashkil qilinadi.

Taqsimlanmagan foyda. Bu hisobvarag' bankning butun faoliyati davomida olgan foydasining taqsimlanmagan qismini hisobini yuritish uchun mo'ljallangan. O'z ichiga quyidagi hisobvaraqlarni oladi: yillik, sof foyda, boshlang'ich qiymatiga nisbatan qayta baholanganda qo'shimcha qiymat. Bank kapitalining 3 ta asosiy funksiyalarini ajratib ko'rsatishimiz mumkin. Bular: himoya, operativlik va tartibga solish funksiyalaridir. Bank omonatlari manfaatlarini himoya qilish bankning o'z kapitalining asosiy funksiyasi bo'lib xizmat qiladi. Chunki, bank aktivlarining asosiy qismi omonatchilar hisobiga tashkil topadi. Bundan tashqari bank kapitali aksionerlar risklarini kamaytiradi.

Himoya funksiyasi zarar ko'rish xavf tug'ilganda aktiv rezervlar shakllantirish yo'li orqali bankning to'lov qobiliyatini saqlab qolish, mabodo bank tugatilganda omonatchilarga kompensatsiya to'lash imkoniyatini beradi. Bu esa, o'z navbatida, bankning keyingi faoliyat ko'rsatishiga keng yo'l ochib beradi. Lekin, shuni e'tiborga olishimiz kerakki, tijorat banklari ko'pgina korxonalardan farqli o'laroq o'zlarining to'lovga qobiliyatligini joriy bank daromadi hisobiga ta'minlaydilar va faqatgina zararning bir qismi kapital hisobiga qoplanadi.

Kapital o'ziga xos himoya yostig'i rolini o'ynab, yirik ko'zda tutilmagan xarajatlar sharoitida bankka o'z operatsiyalarini davom ettirish imkoniyatini beradi. Shu kabi chiqimlarni moliyalashtirish uchun bankning o'z kapitali ichiga kiruvchi turli xil rezerv fondlar mavjud. Lekin, mijozlarning ssudalarni ommaviy

qaytarilmasligi yuz berganda, zararni qoplash uchun aksionerlik kapitali bir qisminigina ishlatish maqsadga muvofiq bo'ladi. Bank o'z kapitalining mavjudligi uning imkonligi va likvidligining birinchi shartidir.

Bank o'z kapitalining himoya funksiyasiga qaraganda operativlik funksiyasi ikkinchi darajali hisoblanadi. U bankning o'z mablag'larini yer, bino, inshoot, jihozlarni qoplash uchun moliyaviy rezervlarni shakllantirishga ajratilishni o'z ichiga oladi. Bu moliyaviy resurslar manbai bank ishi faoliyatining birinchi bosqichlarida, ta'sischilar bilan bir qatorda birinchi navbatdagi xarajatlarni amalga oshirishlarida juda keraklidir. Bank rivojlanishining keyingi bosqichlarida bank kapitalining roli muhim bo'lib, bu mablag'larning bir qismi to'g'ri rezervlarni tashkil qilish uchun uzoq muddatli aktivlarga sarflanadi. Garchi zararni qoplashning asosiy manbai foyda jamg'arish bo'lsa ham zararni qoplash uchun yangi aksiyalar chiqarishadi yoki uzoq muddatli qarz olinadi.

Bankning o'z kapitali tartibga soluvchi funksiyani ham bajaradi. Bank kapitali ko'rsatkichi yordamida davlat organlari bank faoliyatiga baho beradilar va nazorat qiladilar. Odatda, bank o'z kapitaliga uning minimal miqdori, aktivlar me'yori va boshqa bank aktivlarini sotib olish shartlari bo'yicha talab qo'yiladi. O'zbekiston Respublikasi Markaziy bank tomonidan o'rnatilgan iqtisodiy me'yorlar, asosan, bankning o'z kapitali hajmidan kelib chiqadi. Tartibga soluvchi funksiyaga kapitalni ssuda va investitsion operatsiyalarni chegaralash maqsadida ishlatish ham kiradi.

Bankning ustav fondini o'zgarishi ustav fondi miqdorining oshirilishi va kamaytirilishi shakllarida amalga oshirilishi mumkin. Bankning ustav kapitali qo'shimcha aksiyalarni joylashtirish yoki aksiyalarning nominal qiymatini ko'tarish yo'li bilan oshirilishi mumkin.

Bank ustav kapitali aksiyalar kapital qiymatini pasaytirish yoki aksiyalar umumiy sonini qisqartirish, jumladan, keyinchalik ularni to'lash sharti bilan sotib olish orqali kamaytirilishi mumkin. Agar bank ustavida ko'zda tutilgan bo'lsa aksiyalarni bir qismini sotib olish va ularni to'lash yo'li bilan bank ustav kapitalini kamaytirishga ruxsat beriladi. Agar kamaytirish natijasida ustav kapitalining eng kam miqdoridan kamayib ketsa, bank ustav kapitali miqdorini kamaytirishga ruxsat

berishmaydi. Aksiyalarning nominal qiymati pasaytirilganda aksiya narxi va yangi nominal qiymat o'rtasidagi farq aksiyadorlarga qaytariladi. Ustav kapitalini kamaytirish uchun tijorat banklari faoliyatini litsenziyalash va tartibga solish deportamentiga iltimosnoma va ustav kapitalini kamaytirish to'g'risida aksiyadorlar umumiy yig'ilishning qarori topshiriladi. Rozilik bir oy muddatda beriladi. Ustav kapitalining kamaytirilishi yoki oshirish omonatchilar manfaatlariga va bank moliyaviy ahvoliga xavf solsa yoki bir aksiyador ulushi belgilangan normadan oshib ketsa, Markaziy bank ustav kapitalini kamaytirishga ruxsat bermaydi.

Markaziy bank o'z xulosasini asoslangan holda bir oy ichida yozma ravishda tijorat bankiga yuboradi. Shuni aytish kerakki, bank kapitalining asosiy maqsadi – riskni kamaytirish va kapitalning moliyaviy resurslar bozoriga kirish yo'lini ta'minlashdadir. Bank kapitali operatsion xarajatlarni moliyaviy bozorlarga erkin kirib borishini ta'minlash orqali kamaytiradi. Bank kapitali doimiy manbalardan odatdagi stavkalarda qarz olishga imkon beradi.

Katta miqdordagi kapital bankning barqaror obro'sini va omonatlar ishonchini ta'minlaydi.

Yuqorida aytilgan bankning o'z kapitalining funksiyalaridan xulosa qilib aytsak, bankning o'z kapitali – bank tijorat faoliyatining asosidir. U bank mustaqilligini va turli risklar bo'yicha salbiy oqibatlarni oldini olish bo'lib, moliyaviy barqarorlikni ta'minlaydi.

Kapital qiymatini baholash

Kapital bahosi aniqlash, bu birinchidan, tijorat tashkilotining uzoq muddatli holatini xarakterlaydi, ya'ni kompaniyaning o'z kapital bahosi uning potensial investorlar tomonidan mablag' jalb qilinishi darajasini ko'rsatadi; ba'zi bir qarz mablag'larining bahosi kapitalining uzoq muddatli kapital jalb qilish imkoniyatini ko'rsatadi. (bu narsa tushunarli hol, masalan, «obligatsion qarz» manbasining summasi turli firmalar uchun turlichadir, chunki bu tabiiyki, daromadlilik va foydaga ta'sir ko'rsatadi). Ikkinchidan, firma kapitalining o'rtacha tortilgan bahosi kapital mablag'lar byudjetini tuzishda asosiy ko'rsatkichlardan biri bo'lib hisoblanadi.

Keltirib o'tilgan mablag'lar manbasining bahosi turlichadir, shuning uchun

tijorat tashkilotining kapital bahosi o’rtacha arifmetik tortilgan formula asosida topiladi. Ko’rsatkichlar yillik ma’lumotlar bo’yicha foizlar ko’rinishida hisoblanadi. Hisob-kitoblarda asosiy qiyinchilik konkret mablag’lar manbaidan olingan kapital bahosi birligini hisoblashda yuzaga keladi. Ba’zi manbalar uchun uni hisoblash juda oson (masalan, bank krediti bahosi), ba’zi bir manbalar uchun juda qiyin, ya’ni aniq hisoblash deyarli mumkin emas. Shunga qaramasdan tijorat tashkilotining kapital bahosini taxminan bilish, uni faoliyatiga mablag’larni avanslashtirish samaradorligini tahlil qilishda foyda bergani kabi o’z investitsion siyosatini amalga oshirishda ham yordam beradi.

«Kapital baho»si ko’rsatkichining iqtisodiy interpritatsiyasi yetarlicha aniqdir. U ma’lum manbadan jalb qilingan kapitalning bir birligi uchun qanday summani to’lash kerakligini ko’rsatadi. Biz bu yerda «kapital bahosi»ning o’ziga xos kategoriyasiga duch kelamiz. Agar oddiy tovar munosabatlari uchun bahosi ba’zi bir mutloq bahoni ifoda etsa, ya’ni bitta kelishilgan summani sotib oluvchi to’lashi kerak. Mablag’larning ba’zi manbalari munosabatida esa ya’ni sotuvchi va sotib oluvchi holatida baholar tangligi ma’lum ma’noda buziladi, masalan, ya’ni bankdan kredit olar ekan tashkilot kelishilgan foizlarni to’lab borishga majburdir. Bu foiz kreditor pozitsiyasida, ya’ni kredit oluvchi pozitsiyasidan ko’rsatilgan xizmat uchun olinadigan summa o’z bahosidan ko’pdir. Ba’zi bir hollarda kredit oluvchi olgan krediti real bahosi nominal bahosidan kam bo’ladi.

Moliyaviy menejer o’z kompaniyasi kapital bahosini juda ko’p sabablarga ko’ra bilishi lozim. Birinchidan, o’z kapital bahosi kompaniya faoliyatiga resurslar qo’ygan investorlarga qaytimni ifodalaydi va o’z kapitalining bozor bahosini aniqlash uchun (masalan Gordon modeli yordamida), kutilayotgan foydani o’zgarishiga bog’liq holda (aksiya) firma aksiyalari bahosi o’zgarishidan yuzaga keladigan tushumlar va dividendlarni bashorat qilishda zarur bo’ladi. Ikkinchidan, qarz mablag’lari bahosi to’lanadigan foizlar bilan umumlashtiriladi. Shuning uchun kapital jalb qilishning mumkin bo’lgan bir necha variantidan eng yaxshisi tanlab olinishi kerak. Uchinchidan, bir qancha omillarni (hisobga olish va tanlab) amalga oshirish natijasida firma bozor bahosining maksimallashishi barcha ishlatilayotgan mablag’lar

bahosining minimallashtirish hisobiga erishish mumkin bo'lgan boshqaruv personallari oldidagi muhim vazifa hisoblanadi. To'rtinchidan, kapital bahosi investitsion loyihalarni tahlil qilishda asosiy omillardan biri hisoblanadi.

Bank ssudalari va qarzlari, obligatsion qarzlar, imtiyozli aksiyalar, oddiy aksiyalar, taqsimlanmagan foyda, ya'ni bu manbalardan har biri turlicha bahoga ega, lekin, uni shakllantirish mantiqi bir xil va umumiy ko'rinishda moliyaviy resurslarning bu tipiga bo'lgan talab va taklifning muvozanati modeli ko'rinishida ifodalanishi mumkin.

Keltirib o'tilgan rasm oson va aniq interpritatsiyaga ega. Kapital bozorning muvozanati holatida manba bahosi bu bozor qatnashchilarining o'zaro aloqalari natijasida stixiyali tarzda o'rnatiladi. AV egri chiziq mazkur tipdagi kapitalda takliflarni ko'rsatadi: taklif qanchalik yuqori bo'lsa, narx shunchalik past bo'ladi va uni potentsial foydalanuvchilar to'lashga rozi bo'ladi. CD egri chiziq talab egri chizig'i u taklif egri chizig'iga umuman qarama-qarshidir. Egri chiziqlar kesishish nuqtasida yuzaga keladigan kapital bahosi darajasi kapital bozorida mazkur vaqtda o'rnatilgan optimal yechimdir.

Qarz kapitalining asosiy elementlaridan biri bank ssudalari va korxona tomonidan chiqarilgan obligatsiyalar hisoblanadi. Birinchi element bahosi foydaga soliq hisobga olingan holda ko'rib chiqilishi kerak. Normativ hujjatlarga muvofiq bank ssudasidan foydalanganlik uchun to'lovlar mahsulot tannarxida ko'rsatiladi. Shuning uchun mablag'larning bunday manbasining bir birligining bahosi (k_1^a) bankka to'lanadigan foizga qaraganda kamroq.

$$k_1^a = \mathbf{Ir \cdot (l-T),}$$

bu yerda, T-foydaga soliq stavkasi; I_r- kredit bo'yicha foiz stavkasi;

Xo'jalik sub'ektlaridan olingan qarzlar bank kreditlaridan qarzni to'lash bo'yicha farq qiladi. Foiz xarajatlari tarkibi to'g'risidagi qarorga muvofiq, bunday qarzlarni ishlatganligi uchun to'lanadigan foizlar mahsulot tannarxiga qo'shilishi mumkin emas. Shuning uchun bunday manbaning kapital bahosi to'lanadigan foiz

stavkasiga teng. Obligatsion qarzlar bo’yicha holat ham shunday. Birinchidan, har qanday kompaniya ham obligatsiya chiqarolmaydi va uni ochiq bozorga joylashtirolmaydi. Ikkinchidan, bunday manbaning bahosi bank krediti bahosiga solishtirganda ko’proq stixiyalidir. Har xil kompaniyalar hal xil shartlar ostida kredit olishi mumkin. Shunga qaramasdan bunday holatda foizlar stavkasini ma’lum vaqt oldindan aytib berilishi mumkin. Lekin, gap obligatsion qarz kapital bahosining amaliy qiymati haqida ketar ekan, bu yerda holatni oldindan aytib berish qiyin. Uchinchidan, obligatsion qarzlarni joylashtirish maxsus dallollar (bankirlar uylari, brokerlik va moliyaviy kompaniyalar uchun va boshqalar) uchun bunday manbaning bahosi qo’shimcha parametriga bog’liq.

Kapital bahosi hisobi holati maqsadga muvofiq kompaniyaning 3 ta o’z mablag’lari manbasidan tashkil topadi: oddiy va imtiyozli aksiyalar, shuningdek, taqsimlanmagan foyda. Oldindan shuni qayd qilish kerakki, oxirgisida biz ustav kapitalidan tashqari jami o’z mablag’lari manbasini hisoblaymiz. Albatta, bunda bir qancha shartlar bor, masalan, «taqsimlanmagan foyda» va «qaytarib berilmaydigan mablag’lar» nafaqat turli xususiyat va shakllanish sharoitiga, balki turli kapital bahosiga egadir. Ustav kapitalining ikki bo’linish sababi shuki, ko’pgina ilmiy ishlarda imtiyozi aksiyalar hech qanday asossiz oddiy aksiya va qarz kapitali xususiyatlarini jam etgan ko’rsatkich sifatida qaraladi. Kapital bahosini baholashdagi prinsipial farqlar oddiy va imtiyozli aksiyalar manbasi sifatida qaraladi.

Kompaniya mablag’larini to’ldirishda asosiy manba bu reinvestitsiyalash foydasi hisoblanadi. (Ya’ni kompaniyaning joriy faoliyatini kengaytirishda foydalanilgan va yangi investitsion loyihalarda qo’llashdir). O’z navbatida bu bir nechta xususiyatlarga ega. Birinchidan, bu mablag’ tez va maksimal mobilizatsiyalashadi va qandaydir maxsus mexanizm talab qilmaydi, ya’ni aksiya va obligatsiya emissiya qilishdagidek. Ikkinchidan, bir qancha fikrlar bo’yicha bu manba boshqalarga qaraganda arzon, ya’ni emissiya xarajatlari yo’qdir. Uchinchidan, bu mablag’larni investitsiya qilish jarayoni bir muncha osonroq bo’ladi.

Amaliyotda har bir kompaniya o’z faoliyatini, shu bilan birga investitsiya faoliyatini turli manbalardan moliyalashtiradi. O’z faoliyatida foydalanilgan

moliyaviy resurslar uchun foizlar, dividendlar va boshqalar to'laydi. Shu bilan birga o'z iqtisodiy salohiyatini ko'tarish uchun zarur xarajatlar qiladi. Har bir mablag' manbasi joriy manbalarni ta'minlashdagi xarajatlar summasidagidek o'z bahosiga ega. Bu baholar orasidagi aniq bog'liqlikni ko'rsatish qiyindir.

$$k_1^a < k_b < k_{ps} < k_{rp} < k_{cs}$$

bu yerda, k_1^a - bank ssuda fondi bahosi; k_b - «obligatsion qarz» kapital manbasi bahosi; k_{ps}- «imtiyozli aksiya» mablag' manbasi bahosi; k_{rp}- «taqsimlanmagan foyda» mablag'lar manbasi bahosi; k_{cs}- «oddiy aksiya» mablag' manbasi bahosi. Kompaniya xarajatlarining umumiy summasini xarakterlovchi ko'rsatkichlardan biri kompaniya faoliyatiga avanslashtirilgan kapital bahosi ham xarakterlaydi va kapitalning o'rtacha tortilgan bahosi deyiladi.

$$WACC = \sum_{j+1}^{\pi} kj \cdot dj$$

Bunda, **kj** - j-mablag' manbasi bahosi; **dj** - mablag'arning umumiy summasidagi j-manbaning ulushi.

6.1-jadval.

Quyidagi ma'lumotlar asosida kompaniya kapitalining bahosi

T/r	Kompaniya mablag'lari manbalarining nomi	Kapital qiymati, ming so'mda	Kapitaldagi ba'zi bir manbalarning salmog'i (%)da	Shu mablag' manbasining bahosi (%)da
I.	O'z va jalb qilingan mablag'lar Shu jumladan:	114.000	76,5	18
1.1	Imtiyozli aksiyalar	31.000	20,8	20
1.2	Oddiy aksiyalar va taqsimlanmagan foyda	83.000	55,7	16
II.	Qarz mablag'lari Shu jumladan:	35.000	23,5	16
2.1	Uzoq muddatli kreditlar	8.000	5,4	8
2.2	Qisqa muddatli kreditlar	27.000	18,1	20
	JAMI	149.000	100	17,1

Yuqoridagi formula asosida kompaniya kapitalining o'rtacha tortilgan bahosini hisoblaymiz.

$$WASS = \frac{20 \cdot 20,8 + 16 \cdot 55,7 + 8 \cdot 5,4 + 20 \cdot 18,1}{100} = \frac{416 + 891,2 + 43,2 + 362}{100} = \frac{1712,4}{100} = 17,\%.$$

Kapital o’rtacha bahosi ko’rsatkichi bir qator funksiyalarni bajaradi:

Birinchidan, u korxonaga taqdim etilayotgan investitsiya loyihalarning samaradorligini baholashda foydalaniladi. Kapital bahosi investitsiya loyihasining daromadliligi quyi chegarasini ko’rsatadi. Hamma investitsiya loyihalari samaradorligini baholashda asosan ular daromadliligi hisobga olinadi va ishlab chiqarishga kapital o’rtacha bahosidan yuqori daromad keltiruvchi loyihalar qabul qilinadi;

Ikkinchidan, bu ko’rsatkich kapital tuzilishini baholash va uni optimallashtirish uchun foydalaniladi. Optimal deb shunday kapital tuzilishiga aytiladiki, ya’ni avanslangan kapitalga xizmat ko’rsatish bo’yicha minimal xarajatlarni ta’minlaydigan va kapital o’rtacha bahosi minimal varianti bo’yicha aniqlanadi.

6.2. Loyihani investitsiyalash imkoniyatlari va kapitalni muqobil ishlatish variantlari

Investitsiyalarning safarbar etilishi, ko’p jihatdan, loyihalarning yuqori samaradorlikka egaligiga asoslanadi. Sababi, bunday investitsiya loyihalari katta foyda olish imkonini beradi. Odatda, yuqori foyda olish aksariyat investorlarning asosiy maqsadi bo’lganligi bois, bunday loyihalarni moliyalashtirishdan investorlar manfaatdor bo’ladilar. Lekin, hamma investorlar ham investitsiya loyihasini moliyalashtirishdan avval ularning turli iqtisodiy ko’rsatkichlarini baholaydilar va loyihani moliyalashtirish uchun o’zlarining turli xil talablarini qo’yadilar, shuningdek, o’z imkoniyatlarini ham hisobga olishga majburlar. Xohish va maqsadlarga mos bo’lgan loyihalarning ular tomonidan moliyalashtirishga qabul qilinishlari tabiiydir.

Odatda, barcha investitsiya loyihalari ham bir xil ko’rsatkichlarga ega

bo’lavermaydi. Ayrim ko’rsatkichlar bir loyihada yuqori ijobiy bo’lsa, boshqa loyihada esa aksincha bo’lishi mumkin va yana bir ayrim ko’rsatkichlari esa bir loyihada boshqa loyihadagiga nisbatan pastroq miqdorga ega bo’lishi mumkin. Bir sohaga xos bo’lgan loyihalarning bunday (o’zaro ziddiyatli) ma’lumotlarga ega bo’lishi, ular o’rtasidagi raqobatni vujudga keltiradi. Investitsiya qarorlarini qabul qilish, ayniqsa, raqobatli investitsiyalar sharoitida birmuncha qiyin vaziyatlarni keltirib chiqaradi.

Investitsiya loyihalari o’rtasidagi raqobat kurashining vujudga kelishi, odatda, quyidagi sabablarga asoslanadi:

1. Investitsiyalarning eng qisqa fursatda (tez) qoplanishi va yuqori foyda keltirishi.
2. Investorning kapital byudjeti cheklanganligi.

Investitsiyalar u yoki bu natijalarga erishish yoki muayyan turdagi cheklangan resurslardan foydalanishning muqobil imkoniyatlari ta’minlangan hollarda o’zaro ziddiyatli investitsiyalar hisoblanadi va raqobatlashuvchi investitsiyalar deb ataladi. Muqobil (o’zaro ziddiyatli) investitsiyalarni taqqoslash esa ular ichidan eng yuqori samaralisini aniqlashga va uni ko’zlangan maqsad yo’lida moliyalashtirishga imkon beradi. Muqobil loyihalarni o’zaro taqqoslashda, eng avvalo:

- ishlab chiqarish rejasi va hajmi yoki loyiha quvvatiga;
- vaqt omiliga;
- yangi texnika yoki progressiv texnologiya bo’yicha bajariladigan ish (xizmat) hajmiga;
- ishlab chiqarish va mahsulotni iste’mol qilishning ijtimoiy omillariga (atrof-muhitga ta’sirini ham hisobga olgan holda);
- moliyaviy ko’rsatkichlarga (baho darajasi, inflyatsiya va kredit uchun foiz stavkalari darajalari va shu kabilar) e’tiborni qaratish lozim.

Investitsiya loyihalarining samaradorligi yuqori ko’rsatkichlar asosida ishlab chiqilgan reja (bashorat)larning haqiqiy bajarilishiga bog’liq bo’ladi. Bu bashoratlarning hammasi yuqori sifatli, xaridorgir mahsulotlarni ishlab chiqarishga va yuqori foyda asosida sotishga qaratilgan bo’ladi. Lekin, loyihalarning texnologik

tarkibi (ishlab chiqarish jarayonining murakkabligi va uzoq davom etishi), loyiha quvvatining bosqichma-bosqich o’zlashtirilishi va mahsulotni sotish jarayoni kabilarning loyiha samaradorligiga jiddiy ta’sir ko’rsatishini hisobga olish zarur.

Odatda, ob’ektni ishga tushirishning birinchi bosqichining o’zidayoq to’liq loyiha quvvatiga erishishni rejalashtirilgan investitsiya loyihalarining aksariyat qismi noreal hisoblanadi. Sababi, turli xil texnologik, ishlab chiqarish va tijorat qiyinchiliklari oqibatida (sotish hajmining tushib ketishi, xom ashyo va ishchi kuchi ta’minotidagi nomuvofiqliklar va shu kabilar) loyihalar ishlab chiqilgan rejalariga mos kelmay qolishligi mumkin. Ayniqsa, bunday holat loyiha quvvatining birinchi yilining o’zidayoq to’liq o’zlashtirilishi rejalashtirilgan investitsiya loyihalarida kuzatilishi mumkin. Chunki,, aksariyat hollarda, mahsulotni ishlab chiqarish va sotish ishlarida ayrim muammolar yuzaga kelishi mumkin. Shu sababdan loyiha rejasini ishlab chiqishda uni loyihaning to’liq quvvatiga erishishini investitsiya ob’ektini ishga tushirgan vaqtning uchinchi-to’rtinchi yillariga kelib, yirik va murakkab loyihalarda esa 4-7 yillar ichida o’zlashtirishga moslashtirishga harakat qilinadi. Odatda, bunday rejalashtirish soha, loyiha xususiyatlaridan, ishlab chiqarishning turlaridan, bozor holatidan kelib chiqib amalga oshiriladi va mahsulotning uzluksiz va maksimum imkoniyatlar bilan sotilishiga qaratilgan bo’ladi. Loyihalardagi bu va boshqa jihatlar ular ichidan eng samaralisini tanlashda ziddiyatli holatlarni keltirib chiqarishi sababli to’g’ri qaror qabul qilish muammosi har doim dolzarb masala hisoblanadi.

Misol. Faraz qilaylik, yirik kompaniya moliyalashtirish uchun bir nechta loyihalarni qabul qildi. Biroq u o’zining 130000 ming doll. atrofidagi byudjetidan kelib chiqib, eng samarali loyihalarni tanlashi lozim. Taqdim etilgan loyihalar quyidagi ko’rsatkichlarni tashkil etadi.

6.2-jadval.

Muqobil investitsiya loyihalarini amalga oshirish tahlili

Loyiha	Keltirilgan investitsiyalar, ming doll.	Keltirilgan tushumlar, ming doll.	Foyda indeksi	Loyiha reytingi
A	10 000	24 000	2,4	2
B	30	80	2,67	1
V	300	360	1,2	7
G	80	78	0,98	9
D	120	170	1,48	5
E	160	240	1,5	3
J	600	680	1,13	8
Z	150 000	190 000	1,27	6
I	120 000	175 000	1,46	4

Foydalilik (PI) indeksi bo'yicha yuqoriroq reytingga ega bo'lgan va umumiy qiymati kompaniya byudjetiga to'g'ri keladigan quyidagi loyihalarni tanlab olamiz.

Tanlab olingan loyihalar guruhi bo'yicha daromadning sof joriy qiymatini (sof keltirilgan qiymatini) hisoblab topamiz:

NPV = 199320 - 130190 = 69130 ming doll.

PI= 1,53

6.3-jadval.

Optimal samaraga ega loyihalar

Loyiha	Keltirilgan investitsiyalar, ming doll.	Keltirilgan tushumlar, ming doll.
B	30	80
A	10 000	24 000
E	160	240
I	120 000	175 000
Jami	**130190**	**199320**

Tahlil natijalaridan ko'rinib turibdiki, mazkur to'rtta investitsiya loyihalarini amalga oshirish uchun qabul qilish kompaniya uchun foydali bo'lib, uning kapitalining sof joriy qiymati 69130 ming doll.ga o'sishi ta'minlanishi va investitsiyalar rentabelligi esa 53% ni tashkil etishi ko'rinib turibdi.

Muqobil investitsiya loyihalarining bunday taqqoslama tahlili ular ichidan eng samarali loyihani tanlab olishga va loyihani moliyalashtirish uchun to’g’ri qaror qabul qilishga imkon beradi. Umuman, muqobil loyihalar tahlili investorning moliyalashtirish uchun qabul qilgan loyihasining bexato tanlanishini va ishonchliligini ta’minlaydi.

6.3. Loyiha qiymatini boshqarishning asosiy tamoyillari. Loyiha qiymatini boshqarish, byudjetlashtirish. Loyiha qiymatini nazorat qilish usullari

Iqtisodiy tarkibning qayta qurilishi faol investitsiya siyosatini o’tkazish bilan chambarchas bog’liqdir. Investitsiya bazasini rivojlantirish va chuqurlashtirish islohotlar strategiyasining muhim shartidir. Iqtisodiyot tuzilishi qurilishining belgilangan yo’nalishlari eksport imkoniyatining kengaytirilishiga, baquvvat investitsiya siyosatini o’tkazish yo’li bilangina erishishimiz mumkin. Buning uchun o’z sarmoyalarimizni ham, tashqi kreditlarni ham bevosita investitsiyalar va ularning barcha manbalarini ham ishga solish zarur.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida investitsion loyihalarini moliyalashtirish investorlar tomonidan tashkil etilgan har xil manbalar, shu jumladan moliyaviy resurslarni jalb qilish yo’li bilan, kreditlar evaziga qonunchilikda belgilangan holda qimmatli qog’ozlar va zayomlar chiqarish hisobiga amalga oshiriladi.

Umumiy hisobga olganda investitsion loyihalarni moliyalashtirish manbalari quyidagi shakllarga bo’linadi:

1. Investorning o’z moliyaviy resurslari;
2. Investorning qarzga olgan mablag’lari;
3. Investorni jalb qilgan moliyaviy resursi;
4. Davlat byudjeti mablag’lari;
5. Chet el investitsiyalari va kreditlari;
6. Noana’viy moliyalashtirish. (sindikat kreditlash, venchurli va boshqalar).

Kapital moliyalashtirish manbalarini ikki guruhga ajratish mumkin:

a) markazlashtirilgan qo’yilmalar, ular quyidagilarni o’z ichiga oladi:

- davlat byudjeti va davlat byudjetidan tashqari fondlar mablag’lari;

- tashqi qarzlar limitlaridan kelib chiqib hukumat kafolati ostidagi chet el investitsiyalari va kreditlari.

b) markazlashtirilmagan kapital qo’yilmalar, ular quyidagilarni o’z ichiga oladi:

- korxonalar mablag’lari, shu jumladan, qo’shma korxonalar, xorijiy korxonalar va xususiy korxonalarning mablag’lari, shuningdek, O’zbekiston Respublikasining norezidentlarining mablag’lari;

- davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari mablag’lari, banklarning, shu jumladan, xorijiy banklarning kreditlari;

- aholi mablag’lari.

Investitsion loyihalarni moliyalashtirish turli shakl va usullarda olib boriladi. Hozirgi vaqtda investitsiyalarni moliyalashtirish manbalarini shakllantirish, investitsiya faoliyatining bosh muammolaridan biri hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida investitsion loyihalarni moliyalashtirish quyidagi manbalar hisobiga amalga oshirilmoqda.

1. Investorning o’z moliyaviy resurslari va ichki xo’jalik rezervlari (foyda, amartizatsiya ajratmalari, maxsus rezerv fondlari);

2. Investorning qarz mablag’lari (bank krediti, byudjet krediti, obligatsiya bo’yicha qarzlar);

3. Jalb qilingan moliyaviy resurslar (aksiyalarni sotish, mehnat jamoasining pay va boshqa ko’rinishdagi badallari, yuridik va jismoniy shaxslarning pay va boshqa badallari);

4. Byudjetdan investitsion assignatsiyalari (mahalliy, davlat va byudjetdan tashqari fondlar mablag’lari).

5. Chet el investitsiyalari (chet el kreditlari, to’g’ridan-to’g’ri chet el investitsiyasi, qo’shma korxonalar ko’rinishida);

6. Lizing (investitsion loyihalarni moliyalashtirishning bir turi bo’lib, asbob-uskuna, transport vositalari, bino va inshootlarni ijariga berish tushuniladi).

Ushbu moliyalashtirish shakllari va manbalarining har biri o’zining ijtimoiy

siyosiy va iqtisodiy jihatlariga ega, shu sababli investitsion loyihalarni moliyalashtirish shakllarini tahlil qilib eng qulay shakl va usul tanlanadi.

Investitsiyalarni moliyalashtirishning eng ishonchli manbasi bu o'z mablag'lari hisoblanadi. Har qanday tijorat tashkiloti doimo investitsiyalarni o'z hisobidan moliyalashtirishga intiladi. Bu holatda moliyalashtirish manbalarini qayerdan olish kerak degan muammo vujudga kelmaydi va uning bankrotlik xavf-xatari (riski) kamayadi. Bundan tashqari ijobiy tomonlari ham mavjud. Xususan o'z-o'zini moliyalashtirish korxonani rivojlanganligi va uning yaxshi moliyaviy holatini bildiradi va yana raqobatchilardan ma'lum bir ustunlikka ega bo'ladi, boshqa korxonalarda bunday imkonyat bo'lmasligi mumkin. Har qanday tijorat tashkilotining asosiy o'z-o'zini moliyalashtirish manbai bu asosan sof foyda va amortizatsiya ajratmasi hisoblanadi.

a) *"Foyda investitsiyalarni moliyalashtirish manbai sifatida"*.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonaning asosiy maqsadi bu maksimal foyda olishdir. U korxona faoliyatining asosiy moliyaviy natijasi hisoblanadi.

Korxonaning balans foydasi (Fb) quyidagi tarkibiy qismlardan tashkil topadi:

$$\mathbf{Fb= Fs+Fm+(Db-Xb)}$$

bu yerda, Fs-mahsulot (ish, xizmat) sotishdan tushgan foyda, Fm-korxona mulkini sotishdan tushgan foyda; Db-boshqa operatsiyalardan tushgan daromad, Xb-boshqa operatsiyalar bo'yicha xarajatlar.

Yalpi foyda-foyda solig'i olish uchun soliq to'lanadigan baza hisoblanadi. Korxonani o'z ixtiyorida qoladigan foyda, ya'ni sof foyda (Fs) qiziqtiradi va quyidagiga teng bo'ladi:

$$\mathbf{Fs=Fb-Sf}$$

bu yerda, Fb-balans foyda.

Sf-foyda solig'i va boshqa majburiy to'lovlar. Zamonaviy sharoitida korxona o'z ixtiyorida qoladigan foydani o'zi mustaqil taqsimlaydi va bu yerda shunday savol kelib chiqadi, bu foydani qanday qilib eng samarali taqsimlash mumkin? Uni ishlab chiqarishni rivojlantirishga; uy-joy, dam olish uyi, bog'cha va ishlab chiqarishga mo'ljallangan ob'ektlarni qurishga; agar aksionerlik jamiyati bo'lsa divident

to’lashga; xayriya maqsadlariga va boshqalarga yo’naltirilishi mumkin. Foydadan samarali foydalanish uchun korxonaninng ayni vaqtdagi va istiqboldagi texnik holatini va korxona jamoasini ijtimoiy holatini yaxshi bilish lozim.

Agar korxona ishchilari ijtimoy sohada, shu jumladan ish haqi darajasi bo’yicha, boshqa korxonalarga nisbatan yaxshiroq ta’minlangan bo’lsa, bu holda foyda birinchi navbatda ishlab chiqarishni rivojlantirishga yo’naltirilishi lozim.

Yana shuni ta’kidlash lozimki, agar korxonaning texnik rivojlanish darajasi past bo’lib, bu korxonaning raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarishga to’sqinlik qilib, korxonani bankrotlikka olib kelsa, bunday holda, foydani korxonani rivojlantirish uchun yo’naltirish lozim. Shunday qilib, korxona foydasi uning iqtisodiy va ijtimoiy darajasiga asoslangan holda taqsimlanishi lozim.

Korxonada ushbu muhim qoidaga amal qilishlari lozim-«foyda korxonaning istiqbolida rivojlantirishni amalga oshirishga turtki berishi lozim». Shunday qoida borki, ishlab chiqarishni rivojlanishi, oxir oqibatda korxona hajmini o’sishiga olib keladi, bu esa kelajakda korxona jamoasini ijtimoy muammolarini hal bo’lishiga va korxona investitsiya imkoniyatlarini kengayishiga olib keladi.

b) *«Amartizatsiya ajratmalari investitsiya loyihalarini moliyalashtirish manbai sifatida»*

Amartizatsiya asosiy vositalarni normativ xizmati muddati davomida qiymatini ishlab chiqarilayotgan mahsulotga o’tkazib borish jarayonidir.

Asosiy vositalar tarkibiga xizmat muddati bir yildan kam bo’lmagan, qiymati 50 minimal maoshdan yuqori bo’lgan va o’z qiymatini ishlab chiqarilayotgan mahsulot tannarxiga asta sekinlik bilan o’tkazib boradigan ishlab chiqarish vositalar kiradi. Ular: bino, inshoot, asbob-uskuna, mashina, transport vositalari, o’lchovchi uskunalar va h.k.

Asosiy vositalar ishlab chiqarish jarayonida ham jismonan, ham ma’naviy eskiradi. Ob’ektlar qiymati hisoblangan amortizatsiya ajratmalari hisobidan qoplanadi.

Amortizatsiya ajratmalari investitsiyalarni moliyalashtirishning muhim manbalaridan biri hisoblanadi. Ular qayta ishlab chiqarishni (ya’ni takror ishlab

chiqarish) tashkil qilib qolmay, balki ma’lum darajada ularni kengaytirishga ham mo’ljallangan bo’ladi. Dunyoning rivojlangan mamlakatlarida amortizatsiya korxonaning investitsiya ehtiyojini 70-80%ini qondiradi. Mamlakatimizni bozor iqtisodiyotiga o’tishi bilan amortizatsiya ajratmalarini investitsiyalarni moliyalashtirish manbai sifatidagi ahamiyati ham o’sdi. Bu birinchi navbatda asosiy fondlarning tez-tez qayta baholanishi va ko’p korxonalarning zararga intilayotganligi bilan bog’liq.

Investitsiyalarni moliyalashtirish manbai sifatida boshqalariga nisbatan ustunlik tomoni shundaki, korxonaning har qanday moliyaviy holatida, bu manba o’z o’rniga ega bo’ladi va doimo korxona ixtiyorida bo’ladi.

Raqobat jarayoni, asosiy fondlarni yangilab turishni talab etadi, bu esa kelgusidagi investitsiyalar uchun tezlashtirilgan amortizatsiya ajratmalarini hisoblashni taqozo etadi. Shunday qilib, intensiv tarzdagi qayta ishlab chiqarish amalga oshiriladi. Buning natijasida amortizatsiya ajratmalari, o’zi alohida bir shaklni tashkil qiladi. Boshqa qilib aytganda, kengayadi va investitsiyalash uchun oldingisiga nisbatan barqaror moliyaviy bazaga aylanadi. Shunday qilib, amortizatsiya ajratmalari korxonaning investitsiya faoliyatini tartibga soluvchi muhim vositaga aylanadi.

v) *Korxonaning investitsiya faoliyatini moliyalashtirishning ichki moliyaviy resurslari bo’lib quyidagilar hisoblanadi:*

- xo’jalik usulida bajarilgan qurilish-montaj ishlaridan kelgan foyda (qilingan iqtisod);

- asosiy vositalarni likvidatsiya qilingan vaqtda olingan yaroqli materiallar;

- aylanma mablag’larning aylanishini tezlashishi hisobiga, muomiladan bo’shatilgan aylanma mablag’larning bir qismi;

- korxonaning o’zida tashkil qilingan maxsus rezerv fondlari va boshqalar.

Investitsion loyihalarni baholashda shuni hisobga olish lozimki, ishlab chiqarilgan mahsulot realizatsiyasidan, soliqlar ayirib tashlanadi. Ammo, bu hisoblangan soliqlar, amortizatsiya singari ma’lum muddat korxona oborotida qo’shimcha ishlatilishi va vaqtincha moliyaviy resurs bo’lishi mumkin.

g) *Agar korxona investitsiya faoliyatini moliyalashtirishda o'z mablag'lari yetarli bo'lmasa, bunday holda, korxona mablag'larni qimmatli qog'ozlar chiqarish yoki bank krediti orqali jalb qilishi mumkin.* Investitsion loyihalarni moliyalashtirishning keng tarqalgan va moliyalashtirishning asosiy manbalaridan bo'lib, qimmatli qog'ozlarni emissiya qilish hisoblanadi.

Qimmatli qog'ozlar chiqarish, investitsiyalarni moliyalashtirishda markazlashgan mablag'lar va bank kreditlarining hissasini pasayishiga olib keladi.

Qimmatli qog'ozlar bozori va kredit bozori, pul mablag'lariga ehtiyoji bo'lgan tarmoqlarga (korxonalarga) pul mablag'larini taqsimlab korxonalarning moliyaviy holatini barqarorlashtiradi.

d) *Investitsion loyihani moliyalashtirishning qarzga olingan manbai bo'lib, bank kreditlari, ipoteka ssudalari, sug'urta kompaniyalaridan olingan qarzlar yoki (nodavlat) byudjetdan tashqari fondlardan olingan kreditlar hisoblanadi.* Ushbu moliyalashtirish manbalari ma'lum muddatga qaytarish va to'lovlilik shartli asosida beriladi. Investitsion loyihalarni kredit asosida moliyalashtirishning afzalroq tomoni shundaki, faoliyat yuritayotgan korxona uchun modernizatsiya, rekonstruktsiya ishlari va kerakli me'yorda ishlab chiqarish quvvatini ta'minlashda, ya'ni korxona ishlab chiqarish faoliyatni kengaytirmoqchi bo'lsa, kreditdan foydalangani ma'qul, chunki, ishlab turgan korxona aktivlari ushbu kreditlar qaytarilishiga garov bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Yangi tashkil etilayotgan korxona, tashkilotlar uchun esa investitsion loyihalarni moliyalashtirish uchun, aksioner kapitalidan foydalanish maqsadga muvofiqdir, chunki yangi tashkil etilgan korxonalar uchun bank kreditidan foydanish yuqori risk bilan bog'liq bo'lib, kredit olishda korxona uni qaytarish uchun yetarli darajada moliyaviy resurslar bilan yoki boshqa aktivlar bilan ta'minlanmagan bo'lishi mumkin, bunday shartlarni yangi korxona bajarmasligi sababli aksionerlik kapitalidan foydalanadilar. Likvidlik bilan bog'liq bunday vaziyatlarda yangi korxona qiyin vaziyatlarga tushib qoladi. Loyiha yaxshi baholanganda, ham, yaxshi texnik asoslanganda ham banklar yuqori foiz stavkasida kredit berishlari mumkin. Aksioner kapitali esa bunday muammolar keltirib chiqarmaydi, ammo uni yig'ish ancha

murakkab vazifadir, bank kreditlari esa bundan mustasnodir.

Investitsion loyihalarni kreditlash sharti, foiz stavkasi o'zgarishi bilan loyiha iqtisodiy ko'rsatkichlarlarining o'zgarishi orasidagi munosabat bilan aniqlanadi. Ma'lumki, foiz stavkasi o'zgarmas va o'zgaruvchan bo'ladi. Shu sababli korxona investitsiya loyihasini moliyalashtirishda kredit olmoqchi bo'lsa, u uzoq muddatli bo'lsa, u holda o'zgarmas foiz stavkasidagi kreditdan foydalanadi.

Yaxshi asoslangan loyiha uchun qarz mablag'lari olish bir muncha osonroq bo'ladi. Moliyalashtirish jarayonini qarzga olinadigan mablag'larni hajmini aniqlashdan boshlash maqsadga muvofiq bo'ladi, bu kredit olishni kafolatlashi mumkin. Ushbu ssuda kapitalini quyidagilarga yo'naltirilishi mumkin: asbob-uskunalar xarid qilish, ishlab chiqarishni kengaytirishga, modernizatsiya, rekonstruktsiya qilish va boshqalarga. Ssuda kapitalini quyidagi turlarga ajratish mumkin: aylanma mablag'larni tashkil qilish maqsadida tijorat, bank yoki mol-yetkazib beruvchilarning turli xil shakldagi kreditlari yoki milliy va xorijiy moliyaviy institutlarining uzoq muddatli kreditlari.

Bank tomonidan olinadigan foizlar beriladigan kreditning hajmi, muddati uning ta'minlanganligi, kreditlash shakli, kreditning risk darajasi va boshqalarga bog'liq tarzda differensiyallashadi. Hozirgi vaqtda investorlar tez qaytish beruvchi tadbirkorlik faoliyatiga kreditlarni jalb qilmoqdalar.

Kreditlar, kreditlash muddatiga ko'ra qisqa muddatli (1 yilgacha) va uzoq muddatli (1 yildan yuqori) turlarga bo'linadi. Korxonaning asosiy fondlari uchun olingan uzoq muddatli kreditlarni odatda investitsiya deb atashadi. Uzoq muddatli kreditlarning ob'ektiv zarurligi korxonani ishlab chiqarishini kengaytirish ehtiyojidan kelib chiqadi. Aynan shu sharoitda kredit munosabatlarida uzoq muddatlilik xarakteri vujudga keladi. Bu qarzdorga o'z mablag'larini o'z muomalasidan olishga (oborotidan olishga) nisbatan, bir muncha qisqaroq vaqtda pul mablag'larini olish imkoniyatini beradi. Kapital qo'yilmalarni moliyalashtirishning kredit usulining afzallik tomoni mablag'larni qaytarishlik bilan bog'liqdir. Bu kapital qo'yilmalarni haqiqiy qoplanishi va kreditni qaytarilishini nazoratini kuchaytiradi. Bu esa o'z-o'zidan mablag'lardan foydalanish samaradorligini oshiradi.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Kapital tarkibining nazariy asoslari nimalardan iborat?
2. Kapital qiymatini baholashning zarurligi nimada?
3. Loyihaning kapital byudjetini ishlab chiqish va bu bo’yicha qarorlar qabul qilishni yoritib bering.
4. Loyihani investitsiyalash imkoniyatlari va kapitalni muqobil ishlatish variantlarini tushuntirib bering.
5. Loyiha qiymatini boshqarishning asosiy tamoyillarida nimalar ko’zda tutilgan?
6. Investitsiya loyihalarini moliyalashtirish manbalari tarkibini tushuntirib bering.
7. Investitsiya loyihalari kapital qiymatini boshqarishda qanday choralar olib boriladi?
8. Investitsiya loyihasi qiymatini nazorat qilishning qanday usullari mavjud?

7-BOB. LOYIHANING ISHLAB CHIQARISH REJASI

7.1. Loyihani amalga oshirishning asosiy bosqichlari. Qurilishning smeta qiymati va investitsion loyihaning umumiy xarajatlar tarkibi

Kapital qo’yilmalarni qaytarish asosida byudjet ajratmalari hisobidan ajratishda qarz mablag’larini qaytarish mexanizmi O’zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi, mablag’ bilan ta’minlovchi bank muassasasi va buyurtmachi o’rtasida tuzilgan shartnoma bilan tartibga solib boriladi. Ob’ekt qurilishiga shartnoma tanlov savdolari natijalari bo’yicha belgilangan qurilishning butun davriga yangi qurilishga, ishlab turgan korxonalarni kengaytirish, rekonstruktsiya qilish va texnika bilan qayta jihozlashga tuziladi. Shartnoma O’zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi, “Xo’jalik yurituvchi sub’ektlar faoliyatining shartnomaviy-huquqiy bazasi to’g’risida”gi O’zbekiston Respublikasi Qonuni hamda kapital qurilish sohasidagi boshqa me’yoriy-huquqiy hujjatlar talablariga muvofiq tuziladi.

Markazlashtirilgan manbalar hisobiga ob’ektlar qurilishiga shartnomalar tuzish huquqiga ega bo’lgan tashkilot buyurtmachi hisoblanadi. Markazlashtirilgan manbalar hisobiga ob’ektlar qurilishiga shartnoma bo’yicha pudratchilar tanlov savdolari shartlariga va tuzilgan shartnomaga muvofiq ishlar bajarilishini ta’minlashga qodir bo’lgan yuridik shaxslar bo’lishlari mumkin. Zarurat bo’lganda qo’shma faoliyat to’g’risidagi shartnomaga muvofiq ish ko’ruvchi yuridik shaxs maqomiga ega bo’lmagan yuridik shaxslarning birlashmasi qurish shartnomasi bo’yicha pudratchilar bo’lishi mumkin. Buyurtmachi va pudratchi, bosh pudratchi va subpudratchilar, loyiha tashkilotlari va asbob-uskunalar, qurilish materiallari va konstruktsiyalarini yetkazib beruvchilar o’rtasidagi munosabatlar vositachi tashkilotlar va boshqa oraliq bo’g’inlarning ishtirokisiz faqat shartnoma asosida quriladi. Bunda ham moddiy-texnika resurslarini o’zaro bergan holda, ham ular berilmagan holda subpudrat tashkilotlar tomonidan ishlarning bajarilishi bitta ob’ekt qurilishi doirasida vositachining ishi hamda moddiy-texnika resurslarini tashqariga realizatsiya qilish, deb hisoblanmaydi.

Pudrat shartnomasi tanlov savdolari natijalari bo’yicha aniqlangan shartnomaviy joriy narx bo’yicha belgilangan tartibda tanlov savdolari natijalari tasdiqlangandan keyin o’n kun muddatda tuziladi. Tanlov savdolari shartlariga muvofiq qurilish muddati bir kalendar yil doirasidan tashqariga chiqadigan ob’ektlar bo’yicha ikkinchi va keyingi yillarga ishlarning qoldiq hajmi qiymati belgilangan tartibda aniqlashtiriladi. Qoldiq qiymatning aniqlashtirilishi asosiy bosh shartnomaga ilova qilinadigan qo’shimcha bitim bilan rasmiylashtiriladi. Shartnomaga ishlar hajmining ko’payishi yoki loyihaning o’zgartirilishi bilan bog’liq o’zgartirishlar kiritilishiga yo’l qo’yilmaydi, qonun hujjatlarda belgilangan hollar bundan mustasno.

Shartnoma bekor qilingan taqdirda barcha xarajatlar va zararlar qonun hujjatlarida yoki shartnomada belgilangan tartibda qoplanadi. Shartnoma tuzishda buyurtmachi va pudratchi alohida shartlar bilan qonun hujjatlariga muvofiq unda boshqa majburiyatlarni ham nazarda tutishga haqlidir. Subpudratchilar va yetkazib beruvchilar (ishlab chiqaruvchilar) ni tanlash bosh pudratchi tomonidan tanlov savdolari natijalari bo’yicha tuzilgan bosh shartnoma bo’yicha majburiyatlar saqlanib qolishi sharti bilan mustaqil amalga oshiriladi. Ob’ektlar qurilishiga shartnoma bo’yicha majburiyatlarning bajarilishi qonun hujjatlariga muvofiq kafillik, kafolat shaklida va boshqa shakllarda ta’minlanadi. Ob’ekt qurilishi shartnomasida aks ettiriladigan o’zaro hisob-kitob shartlari qonun hujjatlari talablariga muvofiq belgilanadi.

Buyurtmachi tomonidan quyidagilar ta’minlanadi: yer uchastkasini tanlash va ajratish, birlamchi ruxsat beruvchi hujjatlarni va qurilish hududini tayyorlash, loyiha oldi ishlarini tashkil etish, loyihaning, ish hujjatlarining (ob’ektni foydalanishga tayyor holda qurish hollaridan tashqari) va tanlov hujjatlarining tadiqlanadigan qismini kelishish, ekspertizadan o’tkazish va tasdiqlash; loyihalovchi va pudratchini (bosh pudratchini) tanlov savdolari orqali tanlash; ishlarni bajarish va moliyalashtirish jadvallari bilan birgalikda shartnomalar tuzish; qurilish ob’ektini davlat arxitektura qurilish nazorat organlarida ro’yxatdan o’tkazish; pudratchiga qurish uchun birlamchi ruxsat beruvchi hujjatlarni berish; buziladigan, ko’chiriladigan yoki rekonstruktsiya qilinadigan binolarda, shuningdek, ob’ekt

qurilishi hududida yashayotgan shaxslarni ko’chirish; moliyalashtirish, pudratchi tomonidan qabul qilingan shartnoma majburiyatlariga va shartnomada qayd etilgan boshqa funksiyalarga rioya qilinishi ustidan nazorat qilish; texnik kuzatish va ob’ekt qurilishi ustidan texnik nazorat qilish; qurilishi tugallangan ob’ektni belgilangan tartibda foydalanish uchun qabul qilish; kafolatli davrda aniqlangan nuqsonlar bartaraf etilishi ustidan nazorat qilish.

Buyurtmachi qonun hujjatlariga va shartnoma shartlariga muvofiq boshqa funksiyalarni ham bajaradi.

Pudratchi tomonidan quyidagilar ta’minlanadi: ish hujjatlarini ishlab chiqish va uning texnologiya qismini buyurtmachi bilan kelishgan holda qurilish jarayonida (ob’ekt foydalanishga tayyor holda qurilganda) uni ekspert kuzatish; ish hujjatlarini (ob’ekt foydalanishga tayyor holda qurilganda) texnologik izchillik va ob’ekt qurilishining aniq shartlari bilan bog’liqlikda hajmlar va muddatlarda ishlab chiqarishga berish; ishlarni bajarish jadvaliga muvofiq hamda belgilangan standartlarga, qurilish normalari va qoidalariga rioya qilgan holda tasdiqlangan loyihada nazarda tutilgan ishlarni bajarish; shartnomaga muvofiq qurilishni asbob-uskunalar, konstruksiyalar va qurilish materiallari bilan butlash; loyiha yechimlariga hamda qurilish normalari va qoidalariga rioya qilgan holda qurilish-montaj, maxsus va ishga tushirish-sozlash ishlarini o’z vaqtida va sifatli bajarish; ob’ektning ijroiya hujjatlarini, shu jumladan sertifikatlanishi shart bo’lgan mahsulotga muvofiqlik sertifikatlarini, foydalanilgan qurilish materiallari va asbob-uskunalarga texnik pasportlarni tuzish va buyurtmachiga berish; tasdiqlangan loyihalarga, boshqa talablarga va shartnoma majburiyatlariga muvofiq ob’ektni buyurtmachiga topshirish.

Pudratchi qonun hujjatlariga va shartnoma shartlariga muvofiq boshqa funksiyalarni ham bajaradi.

Buyurtmachi bilan pudratchi o’rtasidagi vazifalarni aniq taqsimlash, shuningdek, ularning mulkiy javobgarligi darajasi qonun hujjatlariga va tanlov savdosi shartlariga muvofiq aniq bir pudrat shartnomasini tuzishda aniqlashtiriladi. Ob’ektni foydalanishga qabul qilib olish belgilangan sifat standartlari hisobga olingan holda “Davarxitektqurilish” qo’mitasi organlarining xulosasi asosida buyurtmachi

tomonidan ta’minlanadi.

Buyurtmachi qonun hujjatlariga va shartnomaga muvofiq: ishlarni bajarishga birlamchi-ruxsat beruvchi hujjatlar berilishi kechiktirilganligi; geodeziya - bo’lish asoslari hamda qurilish hududiga biriktirilgan punktlar va belgilar berilishi kechiktirilganligi; qurilish tugallangan ob’ekt, uning ayrim navbatlari, ishga tushirish kompleksi, binolar, inshootlar, ishlab chiqarishga tayyorlangan mahsulotlar yoki xizmatlar shartnoma shartlariga muvofiq qabul qilib olinishi asossiz ravishda kechiktirilganligi; shartnomaga muvofiq o’z vaqtida mablag’ bilan ta’minlanmaganligi, bajarilgan ishlar tasdiqlanmaganligi va ularga haq to’lanmaganligi; shartnomada nazarda tutilgan boshqa majburiyatlar bajarilmaganligi uchun pudratchi oldida javob beradi.

Pudratchi qonun hujjatlariga va shartnomaga muvofiq: ish hujjatlari sifatsiz ishlab chiqilganligi (ob’ektni foydalanishga tayyor holda qurishda); qurilish-montaj ishlari sifatsiz bajarilganligi; ob’ekt, uning navbati, bosqichi qurilishi o’z vaqtida tugallanmaganligi; buyurtmachi bilan tuzilgan shartnomalar bo’yicha montaj tashkilotlari va boshqa ixtisoslashtirilgan tashkilotlar tomonidan amalga oshirilayotgan asbob-uskunalarni montaj qilishga mo’ljallangan maydonlarni topshirish muddatlari buzilganligi (agar bu shartnoma va tanlov savdolari shartlarida nazarda tutilgan bo’lsa); buyurtmachi bilan tuzilgan shartnomaga ilova qilingan alohida shartlarga belgilangan yerlarni rekultivatsiya qilish bo’yicha ishlar muddatlari va xajmlarining buzilganligi; qurilish jarayonida yoki oraliq qabul qilish jarayonida buyurtmachi, mualliflik nazorati va nazorat organlari tomonidan aniqlangan ishlar va konstruksiyalarda yo’l qo’yilgan chala ishlar va nuqsonlarni bartaraf etish kechikkanligi; shartnomada nazarda tutilgan boshqa majburiyatlar bajarilmaganligi yoki zarur darajada bajarilmaganligi uchun buyurtmachi oldida mulkiy javob beradi.

Ish pudratchi tomonidan pudrat shartnomasidan chetga chiqib yoki boshqa nuqsonlari bo’lgan holda bajarilgan hollarda buyurtmachi, agar qonun hujjatlarida yoki shartnomada o’zgacha hol belgilanmagan bo’lsa, o’z hoxishiga ko’ra pudratchidan: nuqsonlar oqilona muddatda qoplashsiz bartaraf etilishini; ish uchun belgilangan narx mutanosib miqdorda kamaytirilishini; agar nuqsonlarni bartaraf

etish yuzasidan buyurmachining huquqi shartnomada nazarda tutilgan bo'lsa, nuqsonlarni bartaraf etish bilan bog'liq xarajatlar qoplanishini talab qilishga haqlidir. Agar pudratchi nuqsonlarni tomonlar tomonidan belgilangan muddatda bartaraf etmasa, buyurtmachi yoki foydalanuvchi tashkilot nuqsonni bartaraf etish ishlari qiymatini undirib olgan va nuqson o'z vaqtida bartaraf etilmaganligi uchun ko'rilgan zarar qoplangan holda nuqsonni pudratchi hisobidan o'z kuchlari bilan bartaraf etishga haqlidir. Bajarilgan ishlar va ko'rsatilgan xizmatlar uchun o'z vaqtida haq to'lanmagan taqdirda shartnomaga muvofiq aybdor tomon boshqa tomonga qonun hujjatlarida va shartnomada belgilangan tartibda neustoyka (jarima, penya) to'laydi.

Neustoyka (jarima, penya) to'lanishi, shuningdek, majburiyatlar zarur darajada bajarilmaganligi uchun zararlar qoplanishi tomonlarni shartnoma bo'yicha majburiyatlar bajarilishidan ozod etmaydi, qonun hujjatlarda nazarda tutilgan hollar bundan mustasno.

Buyurtmachi pudratchining aybi bilan shartnomani bekor qilishga majbur bo'lgan taqdirda pudratchining kafili (u mavjud bo'lgan taqdirda) buyurtmachi bilan pudratchi o'rtasida tuzilgan shartnoma shartlariga muvofiq ob'ekt qurilishini qurilish to'liq tamom bo'lgungacha davom ettirish majburiyatini o'z zimmasiga olishi yoki unga berilgan kafolatdan kelib chiquvchi moliyaviy majburiyatlarni bajarishi mumkin. Kafil ishni o'z kuchlari bilan tamomlashi yoki o'z hoxishiga ko'ra istalgan pudratchini jalb etgan holda tamomlashi mumkin.

Ob'ektni foydalanishga tayyor holda qurishi pudratchining loyihada nazarda tutilgan ishlarinig butun hajmini, shu jumladan maxsus va ishga tushirish-sozlash ishlarini bajarish, ob'ektni texnologiya va muhandislik asbob-uskunalari bilan butlash bo'yicha majburiyatlarini nazarda tutadi hamda tayyor qurilish mahsuloti yaratishning yagona uzluksiz kompleks jarayoni sifatida amalga oshiriladi. Ob'ektlarni foydalanishga tayyor holda qurishda buyurtmachi va pudratchi qatnashchilar hisoblanadi. Ob'ektni foydalanishga tayyor holda qurish markazlashtirilgan manbalar hisobiga amalga oshiriladigan yangi qurilishda, ishlab turgan korxonani kengaytirish, rekonstruksiya qilish va texnika bilan jihozlashda majburiy hisoblanadi. Loyihalarni boshqa manbalar hisobiga amalga oshirishda

ob’ektlarni foydalanishga tayyor holda qurish tomonlarning kelishuvi bo’yicha yoki tanlov savdolari shartlariga qarab qo’llanilishi mumkin. Foydalanishga tayyor holda qurish shartnomasi bo’yicha majburiyatlarni bajarish uchun pudratchi subpudratchi tashkilotlarni jalb etishi mumkin, ularga nisbatan pudratchi bosh pudratchi hisoblanadi.

Qurilishni qurilish-montaj ishlarini bajarish uchun zarur bo’lgan materiallar, konstruksiyalar va buyumlar bilan, shuningdek, barcha namunaviy asbob-uskunalar va apparatlar, nostandartlashtirilgan, texnologik va energetika asbob-uskunalari bilan, shu jumladan maxsus materiallar bilan ta’minlash pudratchining vazifasi hisoblanadi. Pudratchi shartnomada belgilangan kafolatli davrda ob’ektdan loyihada nazarda tutilgan parametrlarda foydalanilishi uchun buyurtmachi oldida mulkiy javob beradi. Foydalanishga tayyor holda qurishda ob’ektni mablag’ bilan ta’minlash mablag’ bilan ta’minlash jadvaliga muvofiq buyurtmachining avansi (30 foizgacha), joriy mablag’ bilan ta’minlash (avans berish hisobga olingan holda 50 foizgacha), pudratchining o’z mablag’lari va bankning kreditlari hisobiga amalga oshiriladi.

Pudratchi bilan uzil-kesil hisob-kitob qilish buyurtmasi tomonidan qurilish tamom bo’lgandan va ob’ekt foydalanishga topshirilganidan, shu jumladan kredit olish va ular bo’yicha pudrat qurilish tashkilotlari tomonidan foizlar to’lash bilan bog’liq xarajatlar qoplangandan keyin amalga oshiriladi. Ob’ektlarni foydalanishga tayyor holda qurishda tugallanmagan ishlab chiqarish harajatlari ob’ekt foydalanishga topshirilgunga qadar pudratchining balansida bo’ladi va uning soliq solinadigan bazasiga kiritilmaydi.

Investitsiya loyihasini markazlashtirilgan manbalar hisobiga mablag’ bilan ta’minlash har qaysi ob’ekt bo’yicha ajratilgan kapital qo’yilmalar limitlari doirasiga qat’iy amal qilgan holda, O’zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi va Moliya vazirligi bilan kelishilgan qurilishlarning aniq mo’ljalli ro’yxati va qurilishlarning belgilangan tartibda tasdiqlangan titul ro’yxati asosida amalga oshiriladi.

Belgilangan tartibda tasdiqlangan qurilishlarning aniq mo’ljalli ro’yxati kapital qo’yilmalarning tasdiqlangan limitiga muvofiq ob’ektlar qurilishining aniq ro’yxatida nazarda tutilgan qurilish uchun banklarning kreditlarini jalb etishda pudratchi uchun

asos bo’lib hisoblanadi. Ajratilgan mablag’lardan buyurtmachi tomonidan qurilishlarning titul ro’yxatida nazarda to’tilmagan maqsadlarda foydalanishiga yo’l qo’yilmaydi.

Mablag’ bilan ta’minlashni ochish uchun buyurtmachi tomonidan xizmat ko’rsatuvchi bankka quyidagilar taqdim etiladi: qurilishlarning aniq mo’ljalli ro’yxati (loyiha - qidiruv ishlarining aniq ro’yxati); qurilishning titul ro’yxati; buyurtmachi bilan pudratchi o’rtasida tuzilgan shartnoma nusxasi; pudrat tashkilotining qurilish tavakkalchiliklarini sug’urtalash yuzasidan shartnomasi nusxasi: qurilish-montaj ishlarini bajarishga “Davarxitektqurilish” qo’mitasining ruxsati.

Buyurtmachi va pudrat tashkiloti o’rtasida investitsiya loyihasini amalga oshirish yuzasidan tuzilgan shartnomada va unga ilova qilinadigan mablag’ bilan ta’minlash jadvalida quyidagilar hisobga olinishi zarur;

a) qurilish yangidan boshlanayotgan tayyor holda foydalanishga topshiriladigan ob’ektlarni qurishda:

- qurilishning dastlabki ikki oyi mobaynida avans to’lovlari tanlov savdolari natijalari bo’yicha belgilangan ishlar qiymatining 30 foizigacha miqdorda teng ulushlarda ajratilishi;

- jam bo’lgan holda avans to’lovi ham hisoblanadigan avans berishni hisobga olgan holda ob’ekt qiymatining 50 foizgacha miqdorda joriy moliyalashtirishni amalga oshirish.

Tasdiqlangan Investitsiya dasturi bo’yicha kapital qo’yilmalarni moliyalashtirish limitining (avans to’langandan va 50 foizgacha miqdorda joriy moliyalashtirilgandan keyin) qolgan qismi tasdiqlangan limitlar doirasida markazlashtirilgan manbalar hisobiga aniq mo’ljalli qurilishlar ro’yxatlarga kiritilgan ob’ektlarda ishlaydigan pudrat tashkilotlarini kreditlash uchun kredit resurslari hosil qilish manbai sifatida vaqtinchalik asosida, oyma-oy xizmat qiluvchi banklarga beriladi.

Investitsiya loyihasini amalga oshirish qatnashchilari o’rtasidagi hisob-kitoblar ular o’rtasida tuzilgan shartnomada nazarda tutilgan tartibda amalga oshiriladi. Hisob-kitoblarni amalga oshirish uchun har oyda, hisobot davridan keyingi oyning 5-

kunidan kechikmay, buyurtmachilar tomonidan moliya organiga mazkur Nizomga muvofiq tasdiqlovchi hujjatlar bilan birga belgilangan shakl bo'yicha markazlashtirilgan kapital qo'yilmalardan foydalanilishi to'g'risida hisobotlar taqdim etiladi.

Ob'ektni foydalanishga tayyor holda qurishda buyurtmachi tomonidan moliya organiga mablag' bilan ta'minlash jadvaliga muvofiq qiymatining 50 foizi doirasida ob'ekt qurilishiga avans berish va joriy mablag' bilan ta'minlash uchun mablag' ajratishga buyurtmanoma taqdim etiladi. Quyida markazlashtirilgan manbalar hisobiga amalga oshirilayotgan kapital qurilishni mablag' bilan ta'milash va kreditlash jadvali keltirilgan.

Loyiha oldi izlanishlarining muhim bosqichlaridan biri - bo'lg'usi investitsion loyihani amalga oshirish qiymatini baholash hisoblanadi. Loyiha qiymatini aniqlash uchun asos bo'lib loyihani alohida qismlari (qurilish, texnologik va tashkiliy) bo'yicha va ularni amalga oshirish bo'yicha ishlanmalar xizmat qiladi. Bunday tarzda olingan ishlar va texnologik uskuna harid qilish qiymati loyihaning texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlarini hisoblab chiqishga, ularni boshqa shunday turdagi loyihalar bilan taqqoslashga, loyihalashtirishdagi afzalliklar va kamchiliklarni aniqlashga, kapital qo'yilmalarning samaradorligini oshirish bo'yicha asosiy vazifalarni shakllantirishga imkon beradi. Loyiha smeta hujjatlari loyiha byudjetini shakllantirish va uni bajarilishi ustidan nazorat qilishga asos bo'lib xizmat qiladi.

Smeta asosida qurilish ishlari xarajatlari: texnologik, energetik, ko'tarma-transport va boshqa uskunalar, korxona faoliyat ko'rsatishi uchun zarur bo'lgan boshqa asboblar va ishlab chiqarish inventarlari haridi xarajatlari; ushbu uskunalarni o'rnatish ishlari xarajatlari; qurilish maydonini o'zlashtirish xarajatlari; texnik va mualliflik nazoratini amalga oshirish xarajatlari; loyiha hujjatlarini ishlab chiqish xarajatlarini o'z ichiga oluvchi kapital qo'yilmalar hajmi aniqlanadi.

Qurilish-montaj ishlarining smeta qiymati buyurtmachilar va pudratchilar, uskunalar yetkazib beruvchilar bilan shartnomalar tuzish va shartnoma bahosini aniqlash hamda ular o'rtasida hisoblashishni amalga oshirish uchun ishlatiladi.

Smeta qiymati ko’rsatkichlari ishlab chiqarish va noishlab chiqarish ob’ektlarini qurish va rekonstruksiya qilish bo’yicha loyihaviy yechimlar variantlarini baholash va ulardan iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiqini tanlash uchun zarur bo’ladi. Bundan tashqari, smeta qiymati qurilishni tashkil etish va ishlarni bajarish variantlarini taqqoslash, konstruktiv va bajariladigan ishlar hajmini aniqlash hamda qurilish materiallar va uskunalarni tanlash uchun ishlatiladi.

7.1-jadval.

Markazlashtirilgan manbalar hisobiga amalga oshiriladigan kapital qurilishni moliyalashtirish va kreditlash sxemasi

Bosqichlar	Tadbirlar	Muddatlar	Mas’ullar
1-bosqich	Tasdiqlangan Investitsiya dasturiga muvofiq buyurtmachilar qurilishlarning aniq va titul ro’yxatlarini, kelgusi yillar loyihalash ishlarining aniq ro’yxatlarini belgilab tartibda kelishib oladilar va tasdiqlaydilar	10 yanvargacha	Buyurtmachilar, pudratchilar
2-bosqich	Xizmat ko’rsatuvchi bankda moliyalashtirish boshlanadi	Yanvar	Buyurtmachilar, xizmat ko’rsatuvchi banklar
3-bosqich	Yilning dastlabki ikki oyida teng ulushlarda ishlar qiymatining 30 foizigacha miqdorda avans ajratiladi	Yanvar-fevral	Moliyalashtiruvchi organlar, buyurtmachilar, xizmat ko’rsatuvchi banklar
4-bosqich	Ob’ekt moliyalashtirish va ishlarni bajarish jadvallariga muvofiq berilgan avans hisobga olingan holda ob’ekt qiymatining 50 foiziga miqdorda joriy moliyalashtiriladi	Moliyalashtirish va ishlarni bajarish jadvallariga muvofiq	Moliyalashtiruvchi organlar, buyurtmachilar, xizmat ko’rsatuvchi banklar
5-bosqich	Pudratchi tomonidan qurilish ob’ekti qiymatining qolgan 50 foizini moliyalashtirish uchun xizmat ko’rsatuvchi bankda kredit rasmiylashtiriladi	Moliyalashtirish va ishlarni bajarish jadvallariga muvofiq	Pudratchilar, xizmat ko’rsatuvchi banklar
6-bosqich	Qurilish ob’ektni qiymatining 45 foizi miqdorida haq to’lanadi	Ob’ekt qabul qilingan kundan boshlab bir oy mobaynida	Moliyalashtiruvchi organlar, buyurtmachilar, xizmat ko’rsatuvchi banklar
7-bosqich	Qurilish ob’ekti qiymatining 5 foizi miqdorida haq to’lanadi.	Kafolatli muddat tugagandan keyin	Moliyalashtiruvchi organlar, buyurtmachilar, xizmat ko’rsatuvchi banklar

Qurilishning smeta qiymatini haqqoniy belgilash loyihani o’z vaqtida amalga oshirilishiga xizmat qiladi. Qurilish qiymatini dastlabki hisob-kitobi yiriklashtirilgan me’yorlar bo’yicha loyiha oldi bosqichida texnik-iqtisodiy asosnomani ishlab chiqish davomida amalga oshiriladi. Ishlab chiqarish ob’ektlari uchun iqtisodiyot tarmoqlari va tarmoqning ichki sohalari korxonalari texnologik modellari asosida ishlab chiqilgan qurilish bazis qiymatining yiriklashtirilgan me’yorlari (QBQYM) qo’llanilishi mumkin. Ijtimoiy-madaniy soha ob’ektlari bo’yicha ularning qiymatini joriy va kelgusi narxlarda aniqlash uchun loyihalashtirishning dastlabki bosqichida ob’ekt-namoyondalar asosida ishlab chiqiladigan QBQYM dan foydalanish tavsiya etiladi.

Loyihalashtirilayotgan korxonalar, bino va inshootlar, ob’ektlar, ularning qismlari va ish shakllarining smeta qiymati loyihalar (eskiz loyihalar) va ishchi hujjatlar tarkibida ularni loyihalashtirish jarayonida aniqlanadi. Buning uchun loyihalash va izlanish ishlari smetalarini o’z ichiga oluvchi qurilishning yig’ma smetasi, ob’ekt va lokal smetalar tuziladi.

Yig’ma smeta hisob - korxona, bino va inshootlar qiymatini belgilab beruvchi asosiy hujjat hisoblanadi. U ob’ekt bo’yicha va lokal smetalar hamda ob’ekt bo’yicha va lokal smetalarda aniqlashtirilmagan qo’shimcha xarajatlar bo’yicha smeta hisobi asosida tuziladi.

Qurilishning yig’ma smeta hisobi 12 ta bobni o’z ichiga oladi:

- qurilish maydonini tayyorlash;
- asosiy qurilish ob’ektlari;
- xo’jalik ichidagi yordamchi ishlab chiqarish va xizmat ko’rsatish ahamiyatidagi ob’ektlar;
- energetika xo’jaligi ob’ektlari;
- transport xo’jaligi va aloqa ob’ektlari;
- suv ta’minoti, oqava suvlar va gaz ta’minoti tarmoqlari va inshootlari;
- hududni obodonlashtirish va ko’kalamzorlashtirish;
- vaqtinchalik bino va inshootlar;
- boshqa ish va xarajatlar;

- kadrlarni tayyorlash;

- loyihalash va tadqiqot ishlari.

Qurilishning yig’ma smeta hisobida alohida moddada ko’zda tutilmagan ishlar va xarajatlar uchun mablag’lar zahirasi tashkil qilinadi.

Qurilishning smeta qiymatini aniqlash uchun uchta usuldan foydalaniladi: **bazis-kompensatsion, resursli va resurs-indeksli usullar.**

Bazis-kompensatsion usulda smeta hujjatlari mavjud smeta me’yorlariga asosan tuziladi. Bu yerda ob’ekt qiymati haqiqatda qilingan xarajatlardan shakllanadi va faqat qurilish yakunlangandan keyin to’liq aniqlanishi mumkin.

Ushbu usul yordamida qiymat ikki bosqichda aniqlanadi:

- birinchi (loyihalashtirish) bosqichda – bazis darajada bazis qiymatning inflyatsiya munosabati bilan kutiladigan o’sishi ehtimoli bilan;

- ikkinchi (qurilish jarayoni) bosqichda – ishlar, xizmatlar, uskunalar va boshqalarga haq to’lashda birinchi bosqichda belgilangan narx va tariflarning real o’zgarishi natijasida qo’shimcha xarajatlar hisobga olinadi.

Qurilishning jami qiymati uning bazis darajasi va ishlatiladigan resurslar uchun narx va tariflarni o’sishi natijasidagi barcha boshqa qo’shimcha xarajatlar yig’indisidan iborat bo’ladi.

Resursli usul loyihani amalga oshirish uchun zarur bo’lgan xarajatlar (resurslar) elementlarini **joriy (kutilayotgan)** narxlar va tariflarda kalkulyatsiyalashdan iborat. Tannarx (ishlab chiqarishni kelgusi xarajatlari) kalkulayatsiyasi materiallar, buyum va konstruksiyalarga bo’lgan ehtiyojning natural birliklardagi ifodasi, qurilish maydoniga yetkazib berish va masofa, qurilish mashinalarini ekspluatatsiya qilish vaqti, ishchilarning ish haqi to’g’risidagi ma’lumotlar asosida amalga oshiriladi.

Resurslarga bo’lgan ehtiyojni aniqlash uchun:

- ob’ektlarni loyihalashtirishda tuziladigan materiallarga bo’lgan talab qaydnomasi;

- loyihalashtirish hujjatlarining “Qurilishni tashkil etish” bo’limida keltiriladigan ishchilarning mehnat sarfi va qurilish mashinalarining ishlatish vaqti

haqidagi ma’lumotlar;

- materiallar sarfining ishlab chiqarish me’yorlari;

- resurs bo’yicha smeta me’yorlari yig’indisidan foydalaniladi.

Tegishli ishlar qiymatini aniqlashda ishlatiladigan resurslar odatda, bino (inshoot)ning butun yoki bir qismi bo’yicha, yig’indi ko’rinishida hisoblanadi. Jami resurs ko’rsatkichlari baholanishi lozim. Resurslar sarfi bo’yicha yig’ma ko’rsatkichlarni hisoblash uchun dastlab, ob’ektda bajariladigan har bir ish bo’yicha resurslar hajmi ajratib ko’rsatilgan lokal resurs qaydnomasini tuzib olish zarur bo’ladi.

Investor uchun **resurslar qiymatini** aniqlashda narxlarning ham **bazis,** ham **joriy (kutilayotgan)** darajasida amalga oshirish maqsadga muvofiq. Faqat joriy narxlar darajasini qo’llashga yo’l qo’yiladi.

Mehnat resurslari bo’yicha jami ma’lumotlar quyidagicha baholanadi:

- **bazis darajada** - me’yorlarda ko’zda tutilgan o’rtacha smeta ish haqi asosida;

- **joriy (kutilayotgan) darajada** - qurilish-montaj ishlarida va yordamchi xo’jaliklarda band bo’lgan ishchilarning haqiqatdagi o’rtacha mehnat haqi asosida, ammo me’yorda belgilangan mahsulot tannarxiga kiritiladigan o’rtacha ish haqi miqdoridan oshmagan holda.

Qurilish mashinalari bo’yicha jami ma’lumotlar quyidagicha baholanadi:

- bazis darajada - qurilish mashinalari ekspluatatsiyasi smeta me’yorlari va narxlari bo’yicha;

- joriy (kutilayotgan) darajada - qurilish mashinalarini ekspluatatsiya qilish bo’yicha joriy narxlar haqidagi ma’lumotlar asosida.

Material resurslar quyidagicha baholanadi:

- bazis darajada - materiallar, buyumlar va konstruksiyalarni smeta narxlari bo’yicha;

-joriy darajada - materiallar, buyumlar va konstruksiyalarning transport va tayyorlov-saqlash xarajatlarining haqiqatdagi narxlari bo’yicha.

Ustama xarajatlar quyidagicha aniqlanadi:

- xarajat moddalari bo’yicha kalkulyatsiyalash orqali ma’lum bir qurilish tashkiloti uchun individual ustama xarajatlar me’yorlari asosida;

- qurilish va montaj ishi turlari bo’yicha ustama xarajatlar ko’rsatkichlari tizimi asosida;

- ustama xarajatlarga oid amaldagi me’yorlar asosida.

Ustama xarajatlarni hisoblash variantini buyurtmachi (investor) va pudratchi tashkilot qabul qiladi. Ustama xarajatlarni aniqlash asosi bo’lib to’g’ri xarajatlarning smeta qiymati yoki haqiqatdagi quruvchi-ishchilar va mexanizatorlarning mehnat haqiga ajratilgan mablag’ miqdori xizmat qiladi.

Ish haqining haqiqiy miqdorini quyidagi usullar orqali aniqlash mumkin:

- ishchilarning smetadagi ish haqini, qo’shimcha ish haqini hisobga olgan holda, uning statistik o’zgarish indeksiga ko’paytirish orqali;

- statistik hisobotlar yoki buxgalteriya hisobining haqiqiy ish haqi haqidagi ma’lumotlari asosida.

Lokal resurs smetasi hisobidagi smeta foydasi quyidagicha aniqlanadi:

- ma’lum tashkilot uchun smeta foydasida ko’zda tutiladigan xarajatlar moddalarini kalkulyatsiyalash orqali olingan individual me’yor bo’yicha;

- umumtarmoq me’yor bo’yicha.

Smeta foydasi miqdorini hisoblash variantini tanlash to’g’risida yakuniy qaror buyurtmachi va pudratchi tashkilot tomonidan qabul qilinadi. Smeta foydasini aniqlash asosi bo’lib quruvchi ishchilar va tashkilotchilar ish haqining haqiqiy miqdori yoki pudrat ishlarining tannarxi xizmat qiladi.

Resurs-indeksli usul - bu resurs mexanizmini resurslar (material, texnik, mehnat, uskuna, xizmat) indekslari tizimi bilan uyg’unligidir.

Indekslar mahsulotlar qiymati, narxi yoki resurslarning joriy (kutiladigan) darajadagi qiymatini narxlarning bazis darajasiga nisbatidir. Ular miqdoriy ko’rsatkichlarda bo’lmaydi va odatda, o’nli kasrda ikki xonadan ko’p bo’lmagan xonada ifodalanadi.

Investitsion jarayonning turli bosqichlarida qurilish qiymatini aniqlash uchun joriy va kutilayotgan indekslar tizimidan foydalanish tavsiya etiladi. Joriy

indekslarni aniqlash uchun informatsion asos bo’lib statistik hisobotlar, birlamchi buxgalteriya hisobi ma’lumotlari, hamda narx shakllanishi hududiy markazlari tomonidan tashkil etilgan maxsus statistik kuzatuvlar natijalari xizmat qiladi.

Kutiladigan indekslar quyidagilar orqali topiladi:

- o’tgan kvartal yoki oylarda narxlar dinamikasi ko’rsatkichlarini statistik qayta ishlash orqali;

- inflyatsiya va energiya tashuvchilarga bo’lgan narxlarning o’sish omillari va ularning tahlili;

- investorlar va pudrat tashkilotlari tomonidan olib boriladigan inflyatsiyaga qarshi tadbirlar va narxni muvofiqlashtirish bo’yicha tadbirlarning narxlar darajasiga ta’sirining miqdoriy tahlili.

Bazis davrda aniqlangan smeta qiymatini har bir qatori (bo’limi) ni tegishli joriy (kutiladigan) indeksga ko’paytirish, keyinchalik smeta bo’yicha jami natijani qo’shish orqali joriy (kutiladigan) narxlar darajasiga keltiriladi.

Resursli va resurs-indeksli usullardan, ularning mulkiy va tashkiliy shaklidan qat’i nazar, investitsion jarayonning barcha ishtirokchilari – buyurtmachi (investor), loyiha va pudrat tashkilotlari foydalanishi mumkin. Ushbu usullarning qo’llanilishi texnik-iqtisodiy asoslashni hisobga olgan holda, texnik hujjatlarni ishlab chiqishning barcha bosqichlarida amal qiladi.

Kapital qurilishda shartnomaviy narxlash O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 12 sentyabr 2003 yildagi 395-sonli “Kapital qurilishda xo’jalik munosabatlari mexanizmini takomillashtirish chora-tadbirlar to’g’risida”gi qaroriga asosan amalga oshiriladi. Mazkur qarorga asosan O’zbekistonda kapital qurilishdagi shartnomaviy narxlar yagona uslubiyati barcha mulk shakllari uchun qabul qilingan. Shartnomaviy narxlar - bozordagi mavjud sharoitlarni hisobga olgan material qiymatning kon’yunkturasi, ishlatiladigan mashina va mexanizmlar qiymati hamda pudrat tashkilotlarini foydasini anglatadi.

Shartnoma O’zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi, “Xo’jalik yurituvchi sub’ektlar faoliyatining shartnomaviy - huquqiy bazasi to’g’risida”gi O’zbekiston Respublikasi Qonuni hamda kapital qurilish sohasidagi boshqa

me’yoriy-huquqiy hujjatlar talablariga muvofiq tuziladi.

7.2. Sanoat ishlab chiqarishini tashkil qilish va texnologiyalarini tanlash

Korxona ishlab chiqarish rejasi bo’limi biznes-rejaning yadroviy bo’limlaridan biri hisoblanadi. Ishlab chiqarish faoliyatni texnik iqtisodiy jixatdan asoslari biznes xarakteridan kelib chiqib belgilanadi. Bu yerda rejada ishlab chiqarilishi kerak bo’lgan mahsulot bo’yicha mavjud ko’zda tutilgan jarayonlar va aktivlar tasvirlab beriladi. Agar korxona qayta ishlovchi yoki sanoat mahsulotlari ishlab chiqaradigan bo’lsa, ishlab chiqarish rejasi zarur. Bu bo’limda ishlab chiqarish va texnologik jarayon to’la tasvirlangan bo’lishi kerak. Rejadagi tadbirlar bosqichlar bo’yicha juda aniq shaklga ega bo’lishi lozim. Masalan, yangi turdagi mahsulotni ishlab chiqish, tayyorlash muddati, iste’mol bozorini tashkil etish, bozorga mahsulotni olib chiqish davri va xokazo. Bundan tashqari bu bo’limda ishlab chiqarish quvvati, xodimlar soni, xom ashyo materiallar manbai va sotishdan keyingi xizmatlar strategiyasi ko’rsatilgan bo’lishi kerak. Agar ishlab chiqarish jarayonining ma’lum bir qismi, biror bir tashkilot yoki korxonaga topshiriladigan bo’lsa, ularni ham hisobga olish lozim. Bunda ularning joylashgan o’rni, fikri, tuzilgan shartnomalar, ishlab chiqarish uchun zarur bo’lgan mashina va qurilmalarning joylanishi, xom ashyo yetkazib beruvchilar, xom ashyo tarkibi xaqidagi ma’lumotlar, ularning manzilgoxlari, yetkazib berish yo’llari, ishlab chiqarish xarajatlari va ishlab chiqarish qurilmalariga qo’shimcha ehtiyojlar ko’rsatilishi zarur.

Agar so’z noishlab chiqarish sohasi biznes-rejasi xaqida borsa, bu bo’limni soha faoliyati mazmunidan kelib chiqib nomlanishi maqsadga muvofiqdir. Masalan, savdo va xizmat ko’rsatish korxonalarida «Sotish rejasi» deb yuritilishi mumkin. Bu o’z navbatida mahsulot sotib olish, zaxira nazorati, ombor maydoniga ehtiyoj kabi jarayonlarni oladi.

Korxona ishlab chiqarish rejasi bo’limini ishlab chiqishda quyidagi savollarga to’la javob bermog’imiz kerak va bu bo’limni ishlab chiqishda quyidagi savollar yoritilishi shart:

- ishlab chiqarish xarajati xajmini joriy va rejadagi miqdori;

- ishlab chiqarish jarayonini nazorat qilish tartibi va ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar sifati;

- xom ashyolarni sotib olish bilan bog’lik bo’lgan xarajatlar;

- xom ashyo va materiallarni asosiy yetkazib beruvchilari: nomi, joylashgan o’rni, mahsulot yetkazib berish sharti, afzalliklari va kamchiliklari. Kutilayotgan o’zgarishlar;

- Joy mavjudligi, joyga bo’lgan to’la ehtiyoj, uni ta’minlash yo’llari (shaxsiy yoki ijarada);

- korxonada mavjud ishlab chiqarish quvvatlari, shularning qaysi qismi korxona o’ziga qarashliligi, afzalligi, kamchiligi,taklif etilayotgan o’zgarishlar;

- ishlab chiqarish uchun zarur bo’lgan qurilmalar ro’yxati, kelgusida qurilmalar sotib olish uchun ajratilayotgan kapital mablag’lar;

- mavjud xodimlar va ularning malaka darajasi, ish xaqi, kadrlar kelgusida tayyorlanadimi, mavjud xodimlar holati, mehnat resurslariga bo’lgan rejadagi ehtiyoj, kadrlar qo’nimsizligi, mehnat bozori taxlili, o’rnini qoplash, o’rganilayotgan dasturga ehtiyoj.

- Biznes-rejasini «Sotish rejasi» bo’limini ishlab chiqishda yuqorida javob berilgan asosiy savollardan tashqari qo’shimcha quyidagi savollarga ham javob berishimiz kerak:

- kimlar tovarlarni sotib oladi;

- zaxira tizimi nazorati qanday amalga oshirilmoqda;

- ombor maydoniga bo’lgan ehtiyoj qanday va u qay tartibda ta’minlanadi.

Yuqoridagi ma’lumotlarni sotish rejasi bo’limida bo’lishi zarur. Sababi korxonani me’yoriy faoliyat ko’rsata olishi va doimiy ravishda foyda bilan ta’minlanishini imkoniyati ko’rsatiladi.

Tashqi investorlar ishlab chiqarish rejasining strategik elementlariga qiziqadilar, ya’ni xaqiqiy va rejadagi ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish darajasi, infrastruktura holati, tarmoqning mehnat munosabatlari, strategik ishtirokchilari (sheriklari) texnologik imkoniyatlari va zaxira (manbai)lari bilan.

Investor uchun eng zaruri yangi kapitalni miqdoridir. Uni kelgusi ishlab chiqarishni rivojlanishini ta’minlashga, yangi bozor tashkil etishga ishonch xosil qildirishi va mavjud bozorlarni saqlab qolishidan foyda ko’rishining kafolati bo’lib xizmat qiladi. Korxona uchun esa ishlab chiqarish rejasi katta ahamiyatga ega. Ishlab chiqarish va moliyaviy manbalarni boshqarishni osonlashtiradi. Ayniqsa, ishlab chiqarish quvvatini ishchi kuchi, moliya va material manbalarga bo’lgan ehtiyojni aniqlaydi.- Ishlab chiqarish rejasi mahsulot nomenklaturasi va sotish xajmi va marketing programmasiga asoslanishi kerak. Bu bo’limda xar bir mahsulotlar turi bo’yicha mehnat va materiallarni nisbiy normativi aniqlanishi kerak.

Mehnat resursi va qurilmalarga bo’lgan ehtiyoj ishlab chiqarish xajmiga asoslangan xolda aniqlanadi. Ulardan xarajat smetasi, ishchi kuchidan foydalanish rejasi ishlab chiqarish grafigini tuzishda foydalaniladi.

Izlanuvchanlik va yangiliklarni joriy etish

Agar ishlab chiqariladigan mahsulotlar yoki ko’rsatiladigan xizmatlarni kelgusida yanada takomillashtirish zarur bo’lsa, biznesni doimiy ravishda ilmiy izlanish va tajriba konstruktorlik ishlari bilan bog’lik ravishda olib borilishi shartdir. Shu maqsadda asosiy e’tiborni izlanuvchanlik va yangiliklarni joriy etish bo’limida quyidagi masalalarni yoritishga qaratmog’imiz lozim:

-Joriy etish va ishlab chiqish jarayoninning xozirgi holati;

-Ish xajmi, jarayonni yakunlash uchun zarur bo’lgan xodim, moddiy texnika baza, xarajat va moliyalashtirish manbalari va kutilayotgan muammolar ;

-Kuzda tutilayotgan va o’tkazilayotgan yangi ilmiy izlanishlar: vazifa, mablag’, ehtiyoj, xarajat va moliyalashtirish manbalari va undan kutilayotgan yutuqlar.

Bu bo’limda mahsulotlar raqobatbardoshligini oshirishdagi ilmiy izlanish va tajriba konstruktorlik ishlari ahamiyatini aniq ko’rsata bilishi zarur. Yoritishda afzalligiga, qoplash muddatini yuqoriligiga aloxida e’tibor berish kerak. Yangi turdagi mahsulot yoki yangi texnologiya jarayonlari yaratilishini, mavjud mahsulotlarni modernizatsiya va modifikatsiya qilishni aloxida ajratib ko’rsatish lozimdir.

Shu jumladan korxonadan barcha turdagi kapital mablag’lar talab qiluvchi

tadbirlar ham ushbu bo’limda ko’rsatilish kerak.

7.3. Mahsulot va resurslarga bo’lgan talabni aniqlash

Korxonalar xo’jalik faoliyatining natijalari ko’p jihatidan ulardagi mavjud resurslardan qanday foydalanganligiga bog’liq bo’ladi. Shu sababli korxonalardagi mavjud resurslardan samarali foydalanish tahlili moliyaviy holat tahlilining muhim ajralmas qismi hisoblanadi. Korxonadagi mavjud resurslardan samarali foydalanish tahlili quyidagi qismlardan tashkil topgan bo’ladi:

1. Mehnat resurslari bilan ta’minlanganlik va ulardan samarali foydalanish tahlili.

2. Material resurslar bilan ta’minlanganlik va ulardan samarali foydalanish tahlili.

3. Korxonalarning asosiy fondlar bilan ta’minlanganlik va ulardan samarali foydalanish tahlili.

Korxona faoliyati samaradorligi ko’pincha ishlab chiqarilgan mahsulot(ish va xizmat)lar xajmi bilan aniqlanadi. Mahsulot (ish va xizmat)lar xajmini quyidagi bog’lanishda berish mumkin:

$$\mathbf{N^{ya,t,r} = M_x + MX_x + A_x + D_x + P}$$

bu erda, $N^{ya,t,r}$ – Yalpi, tovar va realizatsiya qilingan mahsulot xajmi;

M_x – korxonaning shu mahsulot xajmini ishlab chiqarish uchun qilingan material xarajatlari;

MX_x – mehnat xaqiga, ajratmalari bilan birgalikda qilingan xarajatlar;

A_x – amortizatsiya xarajatlari; D_x – davr xarajatlari;

P – olingan moliyaviy natija.

Realizatsiya qilingan mahsulot deganda (N^r) xaridor va buyurtmachilarga ortib jo’natilgan mahsulotning (joriy yoki taqqoslanadigan) baholardagi xajmi tushuniladi.

Tovar mahsuloti deganda (N^t) barcha ishlab chiqarish bosqichlaridan o’tgan, to’la butlangan, texnik nazorat bo’limidan o’tgan va omborga topshirilib, sotishga

mo’ljallangan mahsulot xajmi tushuniladi.

Yalpi mahsulot deganda (N^{ya}) tovar mahsuloti xajmiga tugallanmagan ishlab chiqarish xarajatlari qo’shilgan qiymatdagi mahsulot xajmi tushuniladi.

Bundan tashqari sanoatning ayrim tarmoqlarida normativ ishlov berish qiymati (NIQ) va normativ sof mahsulot (NSM) tushunchalari ham qo’llaniladi.

Normativ ishlav berish qiymati (NIQ) tikuvchilik tarmog’ida qo’llanilib ishlov berish qiymatiga normativ foydani qo’shish orqali aniqlanadi.

Normativ sof mahsulot (NSM) material sig’imi yuqori bo’lgan tarmoqlarda qo’llanilib, ajratmalari bilan birgalikdagi mehnat xaqi xarajatlariga normativ foydani qo’shish orqali aniqlanadi.

Korxonaning mehnat resurslari bilan ta’minlanishi va ulardan samarali foydalanishidan barcha ko’rsatkichlar: ya’ni, barcha ishlarning o’z vaqtida bajarilishi, mashina va uskunalardan foydalanish darajasi va natijada mahsulot ishlab chiqarish xajmi, uning tannarxi, foyda va boshqa bir qancha ko’rsatkichlar bog’liq bo’ladi. Mahsulot xajmiga ta’sir qiluvchi mehnat omillari tarkibida quyidagi ko’rsatkichlar o’rganiladi:

1. Korxonaning mehnat resurslari bilan qanchalik ta’minlanganlik ko’rsatkichlari.

2. Ish vaqti fondidan samarali foydalanishini ifodalovchi ko’rsatkichlar.

3. Bir xodimga to’g’ri keladigan o’rtacha yillik ishlab chiqarilgan mahsulot va uning o’zgarishiga ta’sir qiluvchi omillar.

4. Mehnat haqi fondidan foydalanishga baho beruvchi ko’rsatkilar.

5. Mahsulot xajmining o’zgarishiga ta’sir qiluvchi mehnat omillari va ichki rezervlarni qidirib topish.

6. Mahsulot ishlab chiqarish xajmiga quyidagi mehnat omillari ta’sir qiladi:

1. Ishchilarning o’rtacha ro’yxatdagi sonining o’zgarishi;

2. Bir ishchi tomonidan ishlangan o’rtacha kishi-kunlarining o’zgarishi;

3. Ish kuni davomiyligi(uzunligi)ni o’zgarishi;

4. Bir ishchi tomonidan bir soatda ishlab chiqargan mahsulot xajmining o’zgarishi.

7.4. Xaridlar va savdolarni o’tkazish. Savdolar qatnashchilari, ularni funksiyalari, jarayoni, shartnomalar va majburiyatlar

«O’zbekiston Respublikasi hududida kapital qurilishda tanlov savdolari to’g’risida»gi Nizomga muvofiq tender savdolarini o’tkazish tartibini ko’rib chiqamiz:

Investor, buyurtmachi, tanlov savdolari tashkilotchisi, tanlov komissiyasi va oferentlar tanlov savdolarining asosiy qatnashchilari hisoblanadi.

Buyurtmachi quyidagi huquqlarga ega:

1. talabgorning malakasini oldindan aniqlash yoki buningsiz tanlov savdolari o’tkazish to’g’risida qaror qabul qilishdi;
2. rasmiy farmoyish beruvchi hujjat chiqargan holda tanlov savdolarini o’tkazish shakli, turi va sanasini belgilaydi;
3. mustaqil ravishda yoki ixtisoslashtirilgan tashkilotni jalb etgan holda tanlov savdolari predmetining boshlang’ich qiymatini belgilashi mumkin.

Tanlov savdolari quyidagilarga bo’linadi:

- Ochiq tanlov savdolari - oferentlar soni cheklanmaydi;
- Yopiq tanlov savdolari - oferentlar soni cheklanadi.
- Ikki bosqichli tanlov savdolari:

Ochiq tender o’tkazilganda mulkchilik shaklidan qat’iy nazar barcha sub’ektlar qatnashishi mumkin, ochiq tenderlar o’tkazilishidan 1 oy oldin e’lon qilinadi, e’lonlar chop etiladigan davriy nashrlar ro’yxati “Davarxqurilish” qo’mitasi bilan kelishib olinadi. Odatda e’lonlar “Xalq so’zi”, “Narodnoe slovo”, gazetalarida chop etiladi.

Yopiq tanlov savdolari o’tkazish to’g’risidagi qaror Vazirlar Mahkamasi tomonidan qabul qilinadi va yopiq tanlov savdolari ishlar va xizmatlar yuqori darajada murakkabligi (yoki tor ixtisoslashuvi) bilan farqlanadigan va faqat pudratchilar (yetkazib beruvchilar)ning cheklangan soni bilangina bajarilishi mumkin bo’lgan hollarda tashkil etiladi.

Yopiq tanlov savdolarini o’tkazishda tanlov savdolari tashkilotchisi

pudratchilar (yetkazib beruvchilar) umumiy sonidan oldindan yetarlicha malaka ma’lumotlariga ega bo’lganlarni, biroq ularning kamida uchtasini tanlaydi va ularga tanlov savdolarida qatnashishga taklifnoma yuboradi.

Agar pudratchilar (yetkazib beruvchilar)ning umumiy soni ikkitadan ortiq bo’lmasa, u holda taklifnoma ularning har ikkalasiga yuboriladi va tanlov savdolari ularning ishtirokida o’tkaziladi.

Yopiq tanlov savdolarida esa tanlov savdolari tashkilotchisi kamida ikkita chet qatnashchini taklif qilishi shart.

Yopiq tanlov savdolarini tashkil etishda matbuotda e’lon berilmaydi, tanlov savdolari taklif etilgan talabgorlar o’rtasida o’tkaziladi.

Ikki bosqichli tanlov savdolari buyurtmachi tanlov savdolari predmetining aniq tavsifini va o’ziga xosligini shakllantirish imkoniyatiga ega bo’lmaganda va buyurtmachi ilmiy tadqiqotlar, eksperimentlar o’tkazishga, qidiruvlar yoki ishlanmalar yuzasidan shartnoma tuzish niyatida bo’lgan hollarda o’tkaziladi.

Ikki bosqichli tanlov savdolari quyidagi tartibda o’tkaziladi:

- birinchi bosqichda kontseptual qaror va texnik, tijorat jihatidan aniqlanishi va tuzatilishi kerak bo’lgan, tanlov hujjatlarida ko’rsatilgan shartlar asosida ishlab chiqilgan oferta bahosi ko’rsatilmagan holda taqdim etiladi. Tanlov savdolari predmeti parametrlari bo’yicha oferent bilan muzokaralar olib borilishiga yo’l qo’yiladi. Ofertalarning umumiy sonidan tanlov savdolarining ikkinchi bosqichida qatnashishga yo’l qo’yiladigan ofertalar tanlab olinadi;

- ikkinchi bosqichda tanlov savdolari predmetining aniqlashtirilgan parametrlari hisobga olingan, bahosi majburiy tartibda ko’rsatilgan holda ofertalari tanlov savdolarining ikkinchi bosqichiga o’tgan qatnashchilarning takliflari va buyurtmanomalari berilgan holda tanlov hujjatlariga tuzatish kiritiladi.

Ikki bosqichli tanlov savdolarini tashkil etish va o’tkazish qonun hujjatlariga muvofiq "Davarxitektqurilish" qo’mitasi tomonidan ishlab chiqiladigan va tasdiqlanadigan tartibga muvofiq amalga oshiriladi.

Tender savdolarini o’tkazishda buyurtmachi quyidagi funksiyalarni bajaradi:

1. Tanlov komissiyasi tarkibini va ish tartibini shakllantiradi va tasdiqlaydi, uning ishida qatnashadi;

2. Miqdori tanlov hujjatlarida qayd etiladigan aniq tanlov shartlariga bog'liq bo'ladigan tanlov savdolarida qatnashishga buyurtmanomalarni ta'minlash shaklini belgilaydi;

3. Tanlov savdolarining tashkilotchisi bo'ladi (ushbu funksiyalarni jalb etiladigan ixtisoslashgan tashkilotga berishi mumkin);

4. Tanlov hujjatlari tarkibini belgilaydi;

5. Talabgorning malakasini oldindan aniqlash va tanlov savdolariga qo'yiladigan asosiy talablarni, tanlov savdolari predmetiga qo'yiladigan va tanlov hujjatlari tarkibiga kiritiladigan maxsus va texnik talablarni belgilaydi;

6. Belgilangan tartibda ekspertizaning o'tkazilishi va tanlov hujjatlari tasdiqlanishini ta'minlaydi, O'zbekiston Respublikasi Davlat arxitektura va qurilish qo'mitasi bilan kelishgan holda tanlov savdolari natijalari to'g'risidagi hisobotni tasdiqlaydi;

7. Tanlov savdolari g'olibi bilan shartnoma tuzadi;

8. Tanlov savdolarini tashkil etish va o'tkazish bilan bog'liq barcha xarajatlarni qoplaydi.

Quyidagilar tanlov savdolari tashkilotchisining asosiy vazifalari hisoblanadi:

1. Tanlov savdolari o'tkazish tartib-qoidalarini belgilash;

2. Tanlov savdolari predmetiga qo'yiladigan maxsus, texnik va tijorat talablarini hisobga olgan holda talabgorning malakasini oldindan aniqlash va tanlov savdolarini o'tkazish uchun tanlov hujjatlarini ishlab chiqish;

3. Belgilangan shakl bo'yicha tanlov savdolari o'tkazilishi to'g'risidagi e'lonni matbuotda chiqarish va/yoki potensial talabgorlarga taklifnomalar yuborish;

4. Agar tanlov hujjatlarida o'zgacha hol nazarda tutilmagan bo'lsa, arizalar va ofertalarni qabul qilish, ularning hisobga olinishi va maxfiyligini ta'minlash;

5. Jalb etiladigan buyurtmachi bilan shartnoma asosida mustaqil ekspertlar yoki maslahatchilarning ishlarini tashkil etish;

6. Talabgorlarga tanlov hujjatlarini taqdim etish;

7. Ofertalarning asl nusxalarini ular ochilgandan keyin buyurtmachiga berish.

Tanlov komissiyasi quyidagi funksiyalarni amalga oshiradi:

1. O’zining ish tartibini belgilaydi;

2. Miqdori tanlov hujjatlarida qayd etilgan tanlov shartlariga bog’liq bo’lgan tanlov savdolarida qatnashishga buyurtmanomalarni ta’minlash shaklini tasdiqlaydi;

3. Ofertani qabul qilishning oxirgi kuni va vaqtini, konvertlarni ochish vaqti va joyini belgilaydi;

4. Talabgorning malakasini oldindan aniqlaydi, agar u tanlov hujjatlarida nazarda tutilgan bo’lsa;

5. Tegishli ravishda rasmiylashtirgan holda tanlov savdolarini o’tkazish tartib-qoidalarini amalga oshiradi;

6. Ichida ofertalar bo’lgan konvertlarni ochadi, ularning tanlov hujjatlarida belgilangan talablarga muvofiqligini tekshiradi (hujjatlarning to’liq taqdim etilishi, rasmiylashtirish va hokazolar) va konvertlarni ochish to’g’risidagi protokolni tasdiqlaydi;

7. Mustaqil ekspertlarni (maslahatchilarni) jalb etish zarurligini belgilaydi yoki tanlov komissiyasi a’zolari orasidan baholash guruhini tuzadi;

8. Tanlov hujjatlarida ko’rsatilgan mezonlarga muvofiq ofertalarni o’rganadi, tekshiradi va ko’rib chiqadi, tanlov savdolari g’olibini aniqlaydi yoki boshqa qaror qabul qiladi;

9. Tanlov savdolarini o’tkazish jarayonida paydo bo’ladigan nizolar va kelishmovchiliklarni ko’rib chiqadi va tartibga soladi hamda ular bo’yicha tegishli xulosalar chiqaradi.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Investitsiya loyihalarini boshqarishda loyihaning ishlab chiqarish rejasining ahamiyati nimada?

2. Investitsiya loyihalarining ishlab chiqarish rejasi nimalarni o’z ichiga oladi?

3. Investitsiya loyihalari umumiy xarajatlari tarkibiga nimalar kiradi?

4. Loyihada resurs va mahsulotga bo’lgan talablar qanday aniqlanadi?

5. Investitsiya loyihalari qurilishning smeta qiymati ishlab chiqilishi tartibini aytib bering.

8-BOB. INVESTITSIYA FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA INVESTITSIYA MUHITINING O‘RNI

8.1. Loyihani rejalashtirish, tashkil etish va nazorat qilish usullari va ularning mazmuni. Loyihani boshqarishni tashkil qilishning maqsadi

Rejalashtirishdan asosiy maqsad – loyihaning pirovard natijalariga erishishni ta’minlaydigan ishlar majmuasini bajarish uchun loyihaning barcha ishtirokchilarning integratsiyasini (yig’ilishi) ta’minlash.

Rejalashtirish – bu ishtirokchi-tashkilotlar hamda ishlar o’rtasidagi munosabatning maqsad va parametrlarini aniqlashni, loyiha oldiga qo’yilgan maqsadlarga erishishni ta’minlaydigan boshqa tashkiliy texnologik va iqtisodiy yechimlarni tanlash va resurlarni taqsimlashni ko’zda tutuvchi harakatlar majmui.

An’anaviy ravishda quyidagi rejalar tizimi vujudga keldi. Investitsiyalashdan oldingi bosqichda TIA va investitsiyalarning tarkib topishida - birlashtirilgan loyihani amalga oshirish rejasi, resurslarning asosiy ko’rinishlariga bo’lgan ehtiyojni hisobga olgan holda loyihani hujjatlashtirishni ishlab chiqish bosqichida **qurilishni tashkillashtirish loyihasi**ning tarkibida (QTL):

- loyihaning aniq rejasi butunligicha;
- qurilish sohasidagi loyihaning kalendar rejasi;
- tayyorlanish davrining kalendar rejasi;
- yiriklashtirilgan grafigi (mukammal loyiha uchun);
- qurilishning asosiy rejasi;
- ob’ektlarni joylashtirish va qurishning tashkiliy-texnologik sxemalari;
- asosiy ishlarning qaydnomasi;
- material-texnik resurslarga ehtiyoj;
- qurilish mashinalariga ehtiyoj.

Tashkiliy-texnologik tadbirlar hamda ishlarni ishlab chiqish loyihasining tarkibi yaratilishi bosqichida:

- ishlar majmuasi yoki ob’ekt bo’yicha bajariladigan ishlarni ishlab chiqishning

kalendar rejasi;

• majmuaviy grafigi;

• qurilish ob’ektining asosiy rejasi;

• qurilish ob’ektiga kiritilgan materiallar grafigi;

• ishchi kadrlar harakati grafigi;

• soatbay grafiklarni hisobga olgan holda texnologik kartalar;

• ishlarning har xil turlarini bajarish bo’yicha tadbirlar;

• operativlik-dispetcherlikni boshqarish bo’yicha takliflar.

Qurilish tashkilotlarida ishlar dasturini ishlab chiqarishda amalda ro’y berayotgan ishlab chiqarishdagi holatlar va mavjud mehnat va material-texnik resurslarni ish fronti tayyorligini hisobga olgan holda ob’ektlarni ko’rish, resurslar va boshqa PPR hujjatlarining kelish grafiklarining kalendar rejalariga tuzatish qilinadi.

Reja turlari

Loyihalarni boshqarish uslubiyatida quyidagilar rejalar tizimi shakllangan. Loyiha to’rtta asosiy darajada boshqariladi:

- kontseptual;

- strategik;

- taktik, u o’z navbatida quyidagilarni o’z ichiga oladi:

- joriy

- operativ.

Har bir daraja uchun mos reja ishlab chiqarish kerak. Kontseptual darajada loyiha maqsadlari, vazifalari aniqlanadi, belgilangan natijalarga erishish bo’yicha xarakatlarning salbiy va ijobiy qirralarining bahosi bilan ko’rib chiqiladi, fan sohasi ishlar va ularning rivojlanishi yiriklashtirilgan tuzilmasining tasvirlanishi, resurslarga bo’lgan ehtiyoj, ularning bahosi va davomiyligini dastlabki baholashni qo’shgan holda loyihani amalga oshirishning kontseptual yo’nalishlari belgilanadi.

Strategik reja quyidagilarini aniqlaydi:

➢ maqsadli ob’ektlarni ishga solish muddatlari bilan xarakterlanadigan maqsadli bosqichlar va asosiy davrni, mahsulot ishlab chiqarish hajmi bilan ishlab chiqarish quvvatlarini ishlar majmuasi (boshlang’ich sikl, karkas montaji va

boshqalar) ni tugatish muddatlari, mahsulotni yetkazib berish muddatlari, ish joyini tayyorlash muddatlari bilan xarakterlanadigan loyiha jarayonlarini bajaruvchi tashkilotlarining kooperatsiyalashuvi, yil, kvartal bo'yicha taqsimot bilan material, texnika va moliyaviy resurslarga bo'lgan ehtiyojni. Bu darajada rejaning asosiy maqsadi (vazifasi) ni amalga oshirishning oraliq bosqichlari qay tarzda loyihaning so'nggi maqsadi yo'nalishi bo'yicha bajarilishini ko'rsatishdan iborat, Strategik reja ichki va tashqi muhitni, loyiha komandasi uchun maqsadlarni belgilab beradi va loyihaning umumiy ko'rinishining ta'minlaydi.

Loyiha menejeri alohida bosqichlarni investor bilan loyihaning yagona bir strategiyasida birlashtiradi.

Shuningdek bu darajada komandaning bo'limlari bo'yicha ishlarni taqsimlashga yordam beradigan oraliq bosqichlarga e'tibor jamlanadi, bo'limlari bosqichlarni bajarish bo'yicha vazifalar oladi va loyiha komandasining boshqa a'zolariga qaramay o'z ishini rejalashtiradi. Ular loyihaning bosqichlarini ma'lum bir muddatda bajarishlari lozimligini bilishadi.

Taktik darajada:

- joriy reja - ishlar majmuasining bajarilish muddatlarini resurslarga bo'lgan ehtiyojni aniqlaydi, bajaruvchi tashkilotlar javob beradigan ishlar o'rtasidagi chegaralarni yil va kvartallar bo'yicha aniq belgilaydi.

➢ operativ reja - ishlar majmuasi bo'yicha ishtirokchilarga vazifalarni oy, xafta, sutkaga detallashtirib beradi.

Rejalar boshqarish funksiyalari bo'yicha detallashtirilishi mumkin. Funksional reja (tayyorlov ishlari. Material va uskunalarni keltirish, qurilish boshlanish davri va ishlab chiqarish quvvatlarini o'zlashtirish) har bir yoki bir tashkilot tomonidan bajariladigan ishlarni majmuasiga ishlab chiqariladi.

Shuningdek loyiha ishlarini qamrab olish darajasi bo'yicha rejalarni farqlash lozim:

1. jamlama, majmuaviy, asosiy (loyiha barcha ishlariga);
2. ishtirokchilar tashkilotlari bo'yicha detallashtirilgan (xususiy);
3. ishlar turlari bo'yicha detallashtirilgan (xususiy).

Kalendar rejalarning turlari rejalashtirishdan ko’zlangan maqsadlar loyihaning xususiyatlari va boshqarishni tashkillashtirishga qarab tanlanadi.

8.2. Rejalashtirish va boshqarishning tashkiliy bosqichlari

Investitsiya loyihalarini ishlab chiqish va amalga oshirish rejalashtirish va boshqarish jarayonlari bilan bevosita bog’liqdir. Loyiha bo’yicha rejalashtirish ishlari o’ziga xos xususiyatga ega bo’lib, har bir loyihada muayyan va turli-tuman jihatlar kuzatilishi bilan farqlanadi. Masalan, mulk shakli, kapital ko’lami, boshqaruv shakli va tuzilmasi, faoliyat turi (ishlab chiqarish, xizmat ko’rsatish) va yo’nalishlari, tarmoq xususiyatlari, hududiy yoki mintaqaviy xususiyatlari, xom ashyo va boshqa resurslar bilan ta’minlanish masalalari, bozor ko’lami, raqobatchilari, texnologik xususiyatlari, bozor infratuzilmasi, turli ichki va tashqi omillar ta’siri va boshqalar shular jumlasidandir.

Alohida bosqichlarini chuqur ishlab chiqarilishining darajasi hamda loyiha ko’lami, qiymatiga ko’ra o’zgarishi mumkin.

Tarmoq modellari

Ishlar majmuasining tarmoq modeli deb loyiha bosqichlari va ishlari o’rtasidagi bog’liqliklarni tasvirlash uchun qo’llaniladigan yo’l ko’rsatilgan grafaga aytiladi.

Tarmoq modellarini faqatgina murakkab loyihalar uchun qo’llash maqsadga muvofiq.

Tarmoqning uch turi mavjud:

- ishlar cho’qqisi -tipidagi tarmoq;
- cho’qqi-voqeliklar tarmog’i;
- aralash tarmoq.

Tarmoqning ishlar cho’qqisi tipi. Tarmoqning bu to’g’rida ish elementlari bir-biridan keyin keladigan mantiqiy bog’liqliklar bilan bog’liq bo’lgan to’g’ri to’rtburchak ko’rinishida beriladi. V va S ishlari A, D dan keyin V – S dan keyin

keladi.

Ishlar o’rtasida mantiqiy o’zaro bog’liqlikning to’rt turi mavjud:

- tugash - boshlanish S boshlanmay turib D boshlanish mumkin emas;
- boshlanish - tugash E boshlanmay turib F tugashi mumkin emas;

Bulardan tugash - boshlash turi ko’proq uchraydi.

Tugash – tugash, boshlash – boshlash turlardagi bog’liqliklar haqiqiy bo’lib, u ishlarning vaqtdan oldin kelish aloqasini qisman yopish imkonini yaratadi.

S va D kabi ishlar uchun “qo’yiladigan zinapoya” tipidagi sxema tuzish qabul qilinmagan. Shu maqsadda bunday konstruksiyalarni tez ko’rish imkonini beradigan tugash-tugash va boshlash-boshlash turlardagi bog’liqliklardan foydalaniladi.

Boshlash-boshlash turdagi o’zaro bog’liqliklar voqelikni matematik to’ldirish uchun qo’llaniladi.

Cho’qqilar-voqeliklar tipidagi hisoblari.

Ilgarilashlar va kechikishlar

“Cho’qqilar-ishlar” turdagi tarmoqlarda ishlarni bog’lab turadigan bog’liqliklar odatda nolli davomiylikka ega bo’ladi. Biroq ular ijobiy yoki salbiy davomiyliklarda berilishi mumkin va bu mos ravishda kechiktirilish yoki ilgarilash deyiladi.

Beton quyish ishi 2 kundan ko’p bo’lishi kerak, chunki beton xaykalni montaj qilishdan avval kerakli mustaxkamlikka ega bo’lishi kerak. Bu ikki kunni V ishning davomiyligiga qo’shish (4 kunga teng bo’ladi yoki kechiktirilishi sifatida ko’rsatish mumkin shuning bilan birga o’t ekishning joyning 1/3 qismi tayyor bo’lgandan 2 chi kundan boshlash mumkin.)

Buni 1ga teng bo’lgan kechikish bilan boshlash-boshlash bog’liqlik qilib yoki 2ga teng ilgarilash bilan tugash-boshlash bog’liqlik ko’rinishida ko’rsatish mumkin.

Tarmoqlar modelini hisoblash

Erta boshlanish va tugashi tarmoq bo’yicha to’g’ri o’tish bosqichida hisoblanadi. Bir ishning erta boshlanishi 0 ga teng, erta tugashi ish davomiyligining ma’nosini qo’yish orqali hisoblanadi. Erta tugash-boshlash bog’liqlikni taxmin

qiladigan ilgarilashni qo’yishi yoki kechikishni ayirish (erta boshlashga) keyingi ishda shakllanadi. Boshlanish bog’liqlik uchun boshlash vaqti boshlanishga aylanadi. Tugallash bog’liqlik uchun tugallash vaqti tugallashga o’zgaradi, “boshlash-tugallash” bog’liqlik uchun boshlash vaqti tugashga aylanadi. Kech boshlanish tugash sanalari va vaqt rezervlari orqaga yo’nalgan o’tish amalga oshirilayotganda hisoblanadi. Oxirgi ishning erta tugashi uning kech tugashiga teng deb olinadi. Ishning davom etish muddatini ayirish orqali kechki boshlanish hisoblab chiqiladi. Kech tugash oldingi ishning kech boshlanishiga aylanadi. Boshlanish va tugashning o’zgargan sanasi bog’liqlikning to’g’riga mos ravishda boshlash va tugashning yangi vaqti sifatida qabul qilinadi. Ishdan avval ikki yoki undan ko’p ish bo’lsa boshlash vaqtining ahamiyati kam bo’lgan ish tanlanadi. (kechikishni qo’shishi va ilgarilashni ayirishdan keyin). Butun tarmoq bo’yicha jarayon takrorlanadi. Birinchi va so’ngi ishning vaqt zahirasi 0ga teng bo’lishi kerak o’tishdan keyingi tarmoq ko’rsatilgan.

8.3. Loyihani nazorat qilish va tartibga solish

Nazorat shunday jarayonki, bunda loyiha rahbari undagi qo’yilgan maqsadlar ro’yobga chiqishini, shuning yurishiga to’siq bo’luvchi sabablarni belgilaydi, loyiha bajarilishiga zarar kelishidan oldin (muddatlar kechikishi, ishlatilayotgan mablag’lar, baholarning mo’ljaldan oshib ketishi, sifatning pasayishi va b.k.), topshiriqlarning bajarilishini izga solishga qaratilgan boshqaruv qarorlarini qabul qilinishini asoslaydi. Agar reja, smetalarning ba’zi parametrlari mo’ljaldagi ko’rsatkichlardan oshib ketsa, nazorat loyiha rahbari ularga o’zgartirishlar kiritish imkonini beradi.

Loyihaning amalga oshirilishini maromidan chiqaruvchi ham tashqi va ham ichki omillar ta’sir qiladi. Bu esa hisoblangan (vaqtinchalik va narxiy) parametrlarning o’zgarishiga olib keladi.

Loyiha atrofidagi o’zgaruvchan muhit mavjudligi tufayli rahbarlarda ishlar bajarilishi yo’nalishiga o’z vaqtida o’zgartishlar kiritish bo’yicha choralar ko’rish va qo’l ostidagilarga buni asoslab berishga imkoni bo’lmay qolishi mumkin.

Bunday sharoitda qo’yilgan maqsadlarga erishishning muhim vositalaridan biri loyihaning oshirilishini nazorat qilishdir. Nazorat shunday jarayonki, uning ko’magida loyihachi - menejer o’z qarorlarining to’g’riligini, loyiha qanday amalga (muddatli, bahosi, mablag’lari bo’yicha) oshirilayotganligi, o’zgartirish kiritish zarurligini belgilaydi.

Nazorat vazifalari. Nazorat vazifalari quyidagilardan iborat-loyiha bajarishning holati haqida zarur ma’lumotlarni olib, ularni rejadagi ko’rsatkichlar bilan taqqoslash va rejadan chetga chiqishni belgilash natijasida bitim tuzish xaqida signal deb nomlangan ishlanma tayyorlanadi. Nazorat ushbularni ta’minlashi zarur:

- monitoringni (loyiha amalga oshirilishining barcha jarayonlarni muntazam va rejali ko’zatish);

- taqvimiy rejalarda, byudjetlarda, mehnat ashyoviy, moliyaviy me’yoriy harajatlarga hisobiy ehtiyojlarda jamlangan qator kriteriy va cheklovlar yordamida loyiha amalga oshirilish maqsadlaridan chetlashishlarni aniqlashni;

- yuzaga kelgan vaziyat oqibatlarini bashoratini;

- loyihaga o’zgartirish kiritish bo’yicha qarorni zaruratini asoslashni.

Loyihaning ro’yobga chiqishi borasida raxbarlar uning ishga tushirilishini doimo nazorat qilishadi. Ular loyiha bo’yicha qilingan ishlar va uning rejaga mos kelishini ko’rib chiqib, ular orasida jiddiy tafovut yo’qligini aniqlashadi. Loyiha boshqaruvida bu tafovutlar chetga chiqish deb ataladi. Afsuski, chetga chiqish ko’pchilik hollarda ro’y beradi. Bizlar hozircha bashorat san’atini mukammal egallamaganmizki, kelajakda nima yuz berishini aniq tasavvur qila olmaymiz, kelajak bizning tasavvurimizda mavxum tutun xolida ekan, bizning loyiha rejalarimiz nomukammal bo’lib qolaveradi.

Chetga chiqish darajasi chetga chiqishning maqbul darajalari loyiha boshlanishidan aniqlanishi zarur. Masalan, tipovoy qurilish loyihasida maqbul chetga chiqish darajasi oz, chunki quruvchi katta ish tajribasiga ega bo’lib, qanday qilinganda ishni muddatida va sifatli bajarish mumkinligini biladi. Bundan tashqari uylar ma’lum bir narxga quriladi (ya’ni quruvchilar o’z xizmatini ma’lum bir bahoga oldindan sotishga rozilik berishadi). Agar chetga chiqish harajatlar bo’yicha juda

ko’payib ketsa, jiddiy serharajatlarga olib kelib, quruvchilar zarar ko’rishadi. Shunday qilib, quruvchilar loyihadan chetga chiqishni past darajada tutishga qiziqishadi.

Tadqiqot loyihasida maqbul chetga chiqishlar ancha ko’p, masalan, 20 % chamasini tashkil etishi mumkin. Tadqiqotlar o’zida ma’lum ulush noaniqlikka ega bo’lgani tufayli, izlanishlar rejasi so’zsiz taxminiy bo’ladi. Bizlar o’z tadqiqotlarimiz natijasi to’g’risida eng taxminiy tasavvurga ega bo’lgan xolda, ish yakuni dastlabki takliflarimizdan katta chetga chiqishlar bo’lishiga ko’nikishimiz zarur.

Nazorat jarayoni asosida loyihaning surilishi xaqida ma’lumot to’plash va ko’rib chiqish yotadi. Bunday axborot mavjud bo’lgan xolda loyiha raxbarlarida navbatdagi xarakatlar va quriladigan choralarni tanlash imkoniyati bo’ladi. Masalan, grafikdagi rejadan orqada qolish maqbul chegaradan oshib ketsa, ular ma’lum sonli juda zarur topshiriqlarni bajarilishini tezlashtirishga qaror qilib, zarur qo’shimcha hajmdagi mablag’ ajratishi mumkin. Agar ma’lum guruh topshiriqlarda ularning xodimlari rejadagidan 40 % kam mablag’ sarflashganini aniqlashsa, raxbarlar so’zsiz bu chetga chiqishni taftish qilinishiga qaror qilishadi, zero mablag’ tejalishi ko’pincha ma’lum ishlar umuman bajarilayotganidan yoki ishda «burchaklar kesilayotgan» idan dalolat beradi.

Nazoratni boshqaruv faoliyati sifatida hisob va statistik nazorat bilan aralashtirish to’g’ri emas, shu bilan birga hisobot va statistika organlari amaliyot uchun muhim masalalarni xal qiladi.

Hisob kuzatish, o’lchash, qayd etish, saqlash, ma’lumotlarga ishlov berish bilan cheklanadi. Hisoblash vazifasiga u yoki bu kriteriylar bo’yicha chetga chiqishga baho berish kirmaydi.

Nazoratning mavzusi dalillar va voqealar, muayyan qarorlarning bajarilishini tekshirish, chetga chiqish sabablarini oydinlashtirish, axvolni baholash, oqibatlarni bashorat qilish.

Baholash nazorat kabi teskari aloqaning muhim ifodasidir. Ammo, nazorat va baholash orasida qator muhim farqlanishlar bor:

1)Nazoratda loyiha ijrosini doimiy kuzatish bo’lsa, baholash esa davriy oraliq

yakunlar qilish ko’zda tutiladi;

2)Nazoratda loyihadagi ro’y berayotgan ikr-chikirlarga e’tibor jamlangan bo’lsa, baholashda e’tibor umumiy holatga qaratiladi;

3)Nazorat uchun loyiha raxbari javobgarlikka ega bo’lsa, baholashni ayrim shaxs yoki bir guruh loyihada bevosita qatnashmaydigan (xolislikni ta’minlash uchun) kishilar amalga oshiradi.

Baholash va nazorat o’rtasidagi ushbu amaliy farqlar quyidagi (uncha to’g’ri bo’lmagan) baholashning aniqlamasiga olib keladi: Baholash-loyihaning unda ta’kidlangan maqsadlariga nisbatan holatini aniqlash uchun xolisona davriy yakuniy xulosalarini chiqarishdir.

Baholash loyiha davomida va shuningdek, loyiha poyoniga yetganda o’tkaziladi: Bu ikki holatda ham baholashning ahamiyati turlicha. Loyiha davomida baholash o’tkazib, uning natijasini loyihaning undan keyingi siljishiga ta’sir qilish uchun foydalanishimiz mumkin. Xaqiqatda, loyiha davomidagi baholashning oqibatida loyiha muddatdan avval tugatilishi, loyiha maqsadlarini o’zgartirish yoki loyiha rejasini qayta tuzilishi mumkin.

Nazorat turlari nazoratni amalga oshirish zarurligining muhim sabablaridan biri shundan iboratki, har bir loyihachi - menejer, so’zsiz, o’z xatolarini vaqtida payqash xususiyatiga ega bo’lishi va ularning loyiha zarari tegishidan avval ularni to’g’rilashdan iborat.

Nazoratning uchta turi mavjud:

- dastlabki;

- joriy;

-yakuniy;

Dastlabki nazorat loyihani amalga oshirish bo’yicha ishlarning amalda boshlangunicha boshlanadi va ma’lum qoida va taomillarga rioya qilishga qaratilgandir.

Dastlabki nazorat, qoida bo’yicha, ishni mablag’ bilan ta’minlanishiga qaratilgan (mehnat, moddiy va moliyaviy manbalar).

Mehnat manbalari sohasida u lavozim majburiyatlari uchun zarur

ishbilarmonlik va kasbiy bilim va ko’nikmalarni sinchkovlik bilan tahlil qilishga qaratilgan (zarur minimal ma’lumot darajasi, malakasi, ish staji, tavsiyanomalar va b.k. aniqlanadi).

Moddiy manbalar nazorati foydalaniladigan uskuna va materiallar tarkibi va sifatiga, texnikaviy shartlarga mos keladigan materiallar yetkazib berish imkoniyatlarini isbotlagan ishonchli ta’minotchilarni tanlash maqsadida amalga oshiriladi.

Moliyaviy manbalarni nazorat qilish jarayonida, loyihaning tasdiqlanadigan byudjeti bandlari chegarasida harajatlarning cheklangan miqdori vaqt muddatlarida shunday hisob bilan belgilanadiki, bu mablag’lar ishlar tugashigacha kifoya qilsin.

Joriy nazorat bevosita loyiha amalga oshirilayotgan paytda amalga oshiriladi.

Joriy nazorat ushbu turlarga ajratiladi:

- vaqt nazorati (oraliq maqsadlar va ish hajmlariga erishish);
- moliyaviy nazorat (moliyaviy mablag’larni sarflanish darajasi);
- manbalar nazorati (moddiy - texnikaviy manbalarning amaldagi sarfi);
- sifat nazorati (ish sifat darajasi).

Joriy nazorat loyihaning amalga oshirilishini tezkorlik bilan izga solish maqsadida bajariladi va loyiha bo’yicha belgilangan narx, vaqt va manba ko’rsatkichlarini erishilgan natijalarga taqqoslashga asoslangan.

Yakuniy nazorat loyiha bo’yicha ishlar nihoyasiga yetgan pallada loyiha yakunlanganligini integral baholash uchun o’tkaziladi. Shu asosda to’plangan tajriba kelgusi loyiha - analoglarni ishlab chiqish va amalga oshirish uchun umumlashtiriladi, boshqaruv tmoyillari takomillashtiriladi.

Nazorat tizimi loyihaning amalga oshirilishini tezkor baholashni ta’minlashi kerak. Bu bajarilayotgan ishlarning vaqti, narxi, manbalari va sifatini asoslash va ularni boshqarish, boshqarishda qaror qabul qilish uchun zarur. Loyihani amalga oshirilish bo’yicha nazorat tizimini tuzish davrida quyidagilarni aniqlash zarur:

- nazorat qilinadigan ishlar tarkibi va darajasini mufasallashtirish;
- birlamchi axborotni taqdim etish, ko’rsatkichlar tarkibi va shakli;
- birlamchi axborot va yig’ma-tahliliy hisobotni taqdim etish muddati;

- taqdim etilayotgan ma’lumotlar to’liqligi, ishonchliligi va muddatida topshirish uchun javobgar xodimlar;

- tahliliy va grafik hisobotlar tarkibi, uslubi va texnologiyasi;

- foydalaniladigan dasturiy - axborot vositalari majmui. Nazorat uchun javobgarlik. Nazorat tizimini tashkil etish jarayonida asosiy rahbarlar va ijrochilar o’rtasidagi vazifalarning aniq chegaralangani muhim ahamiyatga ega. Bu borada mavjud amaliyot hisobga olingan holda loyihani amalga oshiruvchi asosiy qatnashchilar orasidagi chegaralanish quyidagicha bo’lgani durust.

Loyiha rahbari quyidagilarni bajaradi:

- Buyurtmachi, bosh pudratchi va pudratchilar orasidagi loyiha bo’yicha barcha turdagi faoliyatni muvofiqlashtirish;

- Qurilish va materiallar yetkazib berish grafiklarini tayyorlash uchun javobgar;

- Dastlabki ma’lumotlarni o’zgartirish bo’yicha ko’rsatmalarni bajarish uchun javob beradi;

- Materiallar va uskunalar sotib olishga buyurtma tayyorlash uchun javobgardir;

- Loyiha harajatlari bo’yicha hisobot uchun ma’lumotlar taqdim etishga, muvofiqlashtiruvchi kengashlar o’tkazish uchun javob beradi.

Ijrochi - tashkilotlar rahbarlari (yoki javobgarlar) quyidagilarni amalga oshiradi:

- ish bajarilishi uchun kundalikdagi nazorat.

- texnikaviy topshiriqlarga binoan ishning barcha parametrlari bo’yicha hamma ishlar majmuini ta’minlash,

- loyihadagi ishlar amalga oshirishning borishi xaqida loyiha komandasiga axborat taqdim etish,

- muvofiqlashtiruvchi kengashlarda qatnashish, loyiha amalga oshishini sozlash bo’yicha qarorlarni shakllantirish va amalga oshirish.

8.4. Loyihadagi o’zgarishlarni boshqarish. Loyiha bo’yicha ishlarni monitoringi

Loyihaning vaqti va bahosi bo’yicha bajarilishini solishtiruvchi ko’rsatkichlar tizimi ishlab chiqilganki, bu loyihaning amalga oshirilayotganligi xaqida umumlashtirilgan ko’rsatkichlarga ega bo’lish mumkin. Rahbarlikning xar qanday darajasi uchun bu ko’rsatkichlar, tegishli hisobotlar, grafiklar EHM yordamida hisoblab chiqilishi va chizib berilishi mumkin.

Loyihaning amalga oshirilish ko’rsatkichlarini baholash uchun haqiqiy bajarilgan ishlar hajmi o’lchanishi zarur. Tasavvur qilaylikki, mazkur ishni bajaruvchi jamoa, uni bajarish davrida o’zgarishsiz qoladi va bu jamoaning ish unumdorligi doimiy, amalda bajarilgan ish vaqtga mutanosib. Shuni yodda tutish kerakki, mutanosiblik xaqidagi taxmin ishning davomiyligi uning hajmi asosida va jamoaning kerakli nufuzidagi holat uchun yaroqlidir. Bu holda ish hajmini bevosita o’lchash o’rniga uning rejadagi va amaldagi boshlanishi va tugash paytlar nisbati bilan tavsiflanadi.

Rejadagi xarajatlarni mehnat manbalari, uskunalar va materiallarni barcha ishlar ro’yxati bo’yicha aniqlash mumkin. Mehnat va uskunalar harajati odatda ishlar davomiyligi bo’yicha chiziqli tarzda taqsimlanadi. Materiallar asta-sekin ehtiyojga qarab sarflanadi, tegishli harajatlar ob’ektlar yoki ish turlari bo’yicha hisoblanadi.

Loyihaga samarali o’zgarishlar kiritish

Sozlanish jarayoni;

Monitoring va tezkor axborotning tayyorlanishi;

Modellarni yangilash;

Shaxobchali modellarni hisoblash va taqvimiy rejani ro’yobga chiqarish.

Yangi reja bo’yicha ish grafigining tahlili uni amalga oshirish bo’yicha yechimlar tayyorlash;

Tezkor rejalar ishlab chiqish va uni ijrochilarga yetkazish;

Loyihani amalga oshirishning borishini sozlanishining asosiy vazifalari tarkibiga quyidagilar kiradi: amaldagi ish bajarilishi bo’yicha nazorat, rejali

topshiriqlardan chetga chiqishni aniqlash va tahlil qilish, loyihaning qo’yilgan maqsadlariga erishishni o’z vaqtida va samarali ta’minlanishi uchun sozlash va tashkiliy texnologik, iqtisodiy va texnikaviy yechimlarni amalga oshirish.

Sozlash jarayoni. Sozlash jarayoni ushbu tamoyillarning qabul qilingan davriylik (sutka, hafta, o’n kunlik, oy) bilan qaytarishdan iborat:

- majmua holati xaqida tezkor axborot to’plash va tayyorlash va uni loyiha rahbariyatiga yetkazish;

- modellarni yangilash va ularni hisoblash (qayta hisoblash) ma’lumotlar tayyorlash;

- shaxobchali modellarni hisoblash (qayta hisoblash) va taqvimiy rejalarni ro’yobga chiqarish;

- majmuaviy ishlar amaldagi holatini tahlil qilish va uning bundan keyingi amalga oshirishi bo’yicha yechimlar tayyorlash;

- majmuaviy ishlarning bundan keyingi amalga oshirilishi bo’yicha muxokama o’tkazish va yechimlar qabul qilish;

- tezkor taqvimiy rejalar (yil choraklari, oylik, xaftalik-sutkalik va b.q.) ishlab chiqish va ma’sul ijrochilar va tegishli darajadagi raxbarlarga yetkazish.

Tezkor axborot tayyorlash ishlarniig borishi va uning dastlabki tafsilotlari o’zgarishi kutilganda, lekin, bajarilishi zarur bo’lgani haqida barcha tezkor axborot ma’sul ijrochi tomonidan (raxbarlari yoki tegishli xizmatlar) loyiha komandasiga taqdim etiladi.

Bu axborot shahobchali modelni hisoblash va tahlil qilish uchun tezkor kirish axborotning muhim tarkibiy qismi bo’lib, shuningdek, me’yoriy ma’lumot manbasini sozlashga xizmat qiladi, quyidagi ma’lumot turlarida bo’ladi:

- bajarilayotgan ishlar holatini baholash;

- kelgusidagi ishlar dastlabki baholarni aniqlash;

- ishlar (voqealar)ning boshlang’ich tarkibiga o’zgartirish;

- shaxobchali modelga yangi ish va tafsilotlarni kiritish;

- modellardan avval mo’ljallangan ish va tafsilotlarni chiqarish;

- ishning (davomiyligi, muddati, mehnat talabligi va b.q.) xaqiqiy

parametrlarini -to’plash, rejadan og’ish sabablari va b.q.

Tezkor axborot majmuasini yaxlitligidan parametrlarining o’zgarishi xaqida ma’lumotlarni o’ziga jamlashi kerak: majmua yoki uning aloxida davrlari ko’rsatmali tugallanishi muddatlarini, turli xil manbaning miqdori yoki foydalanish talablarini chegaralish va sh.k.

Odatda kutilmagan hodisalar natijasida loyihni amalga oshirishdagi davomiylik rejalashtirilganda farqlanishi mumkin. Shundan ko’ra xaqiqiy qymat harajatlari bahosidan farqlanishi mumkin. Bundan tashqari ehtiyojlarni qondirish uchun ishlab chiqarilgan loyihaga bu vaqt oralig’ida talablar o’zgaradi. Shunday qilib loyihaning boshlang’ich rejasi ayrim omillar ta’siri natijasida ya’ni:

- loyiha muddatining o’zgartirilishi;
- qiymat materiallarini qayta ko’rib chiqish;
- loyihaning texnik shartlarini o’zgartirish;
- boshqarish siyosatini o’zgartirish;
- ish bajarish uslubini o’zgartirish;
- talablarning o’zgarishi;
- ish davomiyligini baholashdagi qayta ko’rib chiqish;
- ishlar o’rtasidagi aloqalarning noto’g’ri rejalashtirish;
- ta’minotchilar yoki pudratchilarning qo’yilmalarini muhlatining tugatilishi;
- operatsiyalar uchun talab qilingan resurslarni qayta ko’rib chiqish;
- resurslarni boshlang’ich reja asosida foydalanishning imkoniyati yo’qligi;
- kutilmagan texnik qiyinchiliklar;
- kutilmagan tashqi shartlar (yomon ob-havo namoyishi)
- iqtisodiy konyunktura o’zgarishi.

Loyihani boshqaruvchi vujudga keladigan o’zgarishlarga e’tiborli bo’lish lozim, oxirgi natijalarga ta’sirini to’g’ri baholay olishi, harajatlar hamda natijalarni tahlil qilishi kerak.

O’zgarishlar quyidagilarga ta’sir etadi:

- loyiha bahosi va samarasiga;
- loyihaning turli muddati va davomiyligiga;

- loyiha qiymati va byudjetiga;

-bajarilgan ishlarning sifatiga va natijalarga bo’lgan talabning spetsifikatsiyasiga;

Loyihaga o’zgarishlarning kiritilishi quyidagilarni tahlil qiladi:

- qo’shimcha harajatlarni vujudga kelishi;

- loyihani amalga oshirilishining rejali muddatining buzilishi;

- loyihaning natijasi va talab qilinayotgan sifatiga erishish imkoniyatining yo’qligi.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

a) Loyihani rejalashtirish, tashkil etish va nazorat qilish usullari va ularning mazmunini aytib bering.

b) Loyihani boshqarishni tashkil qilishning maqsadi nimalardan iborat?

c) Rejalashtirish va boshqarishning tashkiliy bosqichlari nimalarni o’z ichiga oladi?

d) Loyihani nazorat qilish va tartibga solishning ahamiyati nimada?

e) Loyihadagi o’zgarishlarni boshqarish haqida tushuntirib bering.

f) Investitsiya loyihalarini amalga oshirish monitoringi nimalarni o’z ichiga oladi?

9-BOB. LOYIHA RISKLARINI BOSHQARISH.

9.1. Loyiha risklarini boshqarishning zarurligi. Loyiha risklarini boshqarishni tashkil etish.

Investitsiya loyihalarini tayyorlash va amalga oshirish insoniyat faoliyatining bir qator qiyin va yuqori riskli faoliyati hisoblanib o'ziga xos bilim va malakani talab qiladi.

So'ngi yillarda loyihani tayyorlash va amalga oshirish malakaviy faoliyatning alohida bir ko'rinishiga aylandi. Ko'pgina sanoati rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotining davlat va xususiy sektorlarida loyihani tayyorlash va amalga oshirish bo'yicha tajribalar to'plana boshlandi va bunda loyihani boshqarish doirasida ko'riladigan masalalardan biri bo'lgan investitsion risklar va ularni boshqarishga katta e'tibor qaratila boshlandi. Bu masala loyihani boshqarishning boshqa funksiyalaridan alohida emas. Moliyaviy talabni aniqlashda ham, smeta va byudjetni hisoblashda ham, shartnomalarni tayyorlash va tuzishda ham loyiha faoliyati ishtirokchilarini turli xil risklardan himoyalash bilan bog'liq masalalar yechiladi. Risklar loyiha faoliyatining barcha bosqichlarida bo'lganligi sababli, loyiha risklarini boshqarish funksiyasi loyiha tugagunga qadar davom etadi. Loyiha risklarini boshqarishda quyidagi masalalarga e'tibor qaratiladi:

- loyiha risklarining tasnifi;
- loyiha risklarini aniqlash va baholash usullari;
- loyiha risklarini boshqarishning axborot ta'minoti;
- risklarning monitoringi va istiqbolini belgilash;
- risklarni kamaytirish texnologiyalari;
- risklarni boshqarishni tashkil etish;
- risklarni boshqarish harajatlarining optimal darajasini asoslash va samaradorlikni baholash.

Investitsiya loyihalarini amalga oshirishning maqsadga muvofiqligini hal etishda risk tahlili asosiy o'rinni egallaydi. Bunday tahlil asosida loyiha yuzasidan

mumkin bo’lgan barcha yo’qotishlar o’rganilib, ularning oldini olish yoki tegishli vaziyatlarda ularni benuqson hal etish yoki pasaytirish choralari ishlab chiqiladi. Riskdan keladigan yo’qotishlarni kamaytirish yoki barham toptirish va ular bilan bog’liq salbiy oqibatlarni kamaytirish usullarini taklif etish uchun, eng avvalo, risklarning vujudga kelishiga imkon beruvchi omillarni aniqlash, ularning ahamiyatini baholash, ya’ni “risk tahlili” deb nomlanuvchi ishni bajarish lozim bo’ladi.

Risk tahlilining maqsadi investorga investitsiya loyihasini amalga oshirishda qatnashishning maqsadga muvofiqligi to’g’risidagi qarorlarni qabul qilish va mumkin bo’lgan moliyaviy yo’qotishlardan himoyalanish bo’yicha chora –tadbirlar ishlab chiqish uchun kerakli ma’lumotlarni taqdim qilishdan iborat. Shunga ko’ra, risk tahlilini loyihaning barcha ishtirokchilari mustaqil tarzda olib borishlari maqsadga muvofiqdir. Risk tahlili investitsion loyihaning barcha ishtirokchilari – buyurtmachilar, pudratchilar, bank, sug’urta kompaniyalari, lizing kompaniyalari, mol yetkazib beruvchilar tomonidan amalga oshirilishi lozim. Risk tahlili odatda, bir-birini to’ldiruvchi ikki turga, ya’ni:

- risklar turlarini, ularni vujudga keltiruvchi omillarni va risklarni pasaytirish bo’yicha tashkiliy chora-tadbirlarni aniqlash maqsadini ko’zlovchi sifat tahlili;

- loyiha risklarini sondagi ifodasini loyiha ko’rsatkichlari orqali hisoblash imkonini beruvchi miqdoriy tahlilga bo’linadi.

Risklarni tahlil qilish va baholashdan maqsad, loyihaga ta’sir etuvchi risk turlarni aniqlab, ularni pasaytirish chora-tadbirlarini, usullarini qo’llashdan iboratdir.

Risklarni baholash deganda risk darajasini sifat va miqdor jihatdan aniqlash tushuniladi. Risklarni pasaytirish usullari turlicha bo’lib, ular risk turiga va risk guruhiga qarab tanlanadi.

Umuman olganda, risklarni aniqlash - sifat tahliliga; risklarni baholash - miqdor tahliliga taaluqlidir.

Risk tahlilining miqdor usullari orasida ommabop usullar quyidagilardir: statistik usul, statistik tajribalar usuli; maqsadga muvofiq keladigan harajatlar tahlili; ekspert baholash; analitik usullar va boshqalar.

Risk tahlilining ahamiyati investitsiya loyihasining salohiyatli ishtirokchisiga, investorlarga loyihani maqsadga muvofiq tarzda amalga oshirish haqidagi qarorlarini qabul qilishi uchun zaruriy ma’lumotlarni berishi bilan izohlanadi.

Risklarni boshqarish - bu risk va foyda miqdorini oqilona qo’shilmasini aniqlashga qaratilgan harakatlardir. Risklarni boshqarishning asosiy maqsadi - ularni pasaytirish hisoblanadi.

Risklarni boshqarish quyidagi asosiy bosqichlarga bo’linadi:

- Risk omilini aniqlash;
- Risk omilini tahlil qilish va baholash;
- Risklarni pasaytirish bo’yicha ishlarni rejalashtirish yoki risk oqibatlarini bartaraf etish;
- Risklarni oldini olish va nazorat qilish;
- Risklarni boshqarish usullarini tanlash va qo’llash;
- Risk vaziyatlari va ularni oqibati xaqida ma’lumot to’plash va kelajakka tavsiyalar tuzish.

Risk omilini aniqlash deganda risk sababini, ya’ni loyihaga ta’sir qila oladigan voqea yoki vaziyatlarni aniqlash tushuniladi.

Riskni boshqarishdan maqsad eng avvalo riskning oldini olishdir. Qaror qabul qilayotgan shaxs yuz berishi mumkin bo’lgan noxush voqealarning oqibatini yaqqol tasavvur etishi kerak. Bu uning keyingi harakatlarini belgilab beradi. Bank boshqaruvi xodimlari o’z ishlarini amalda joriy qilishlari uchun hatarni oldini olish taktika va strategiyasini ishlab chiqishlari kerak.

Risklarni boshqarishdagi asosiy vazifa - amaldagi bozor kon’yunkturasiga mos darajada risklarni minimallashtirish, kreditlash xizmatlari bozorida bank pozitsiyasini minimum saqlab qolishdir. *Riskni boshqarishdagi asosiy yo’llar quyidagilar:* risklarni ajratish; risklarni loyiha ishtirokchilari o’rtasida taqsimlash; moddiy ta’minotni olish (garov); moliyaviy ta’minotni olish (kafolat yoki kafillik); risklarni kredit bo’yicha yuqori foiz stavkasiga ko’chirish; risklarni venchur kreditlashga qabul qilish; qarzlar bo’yicha yo’qotishlarni qoplash uchun fondlarni shakllantirish va boshq. Bular riskni boshqarish bo’yicha quyidagi ish yo’nalishlarini talab qiladi: har

bir mijoz bo’yicha doimiy monitoring olib borish; ma’lum bir mijozning asosiy xo’jalik faoliyatiga aloqador tarmoq holatining doimiy monitoringini yuritish; kafolatni jalb qilish va tahlil etish; risk uchun kompensatsiya olish (garov, kafolat va boshqalarni amalga oshirish).

Risklarni ajratish deganda moliyalashtirish manbalarining harakatidagi og’irlikni qarzdorning o’zi bilan birgalikda boshqa bir necha investorlar o’rtasida bo’linishi tushuniladi. Yirik qarzdorlarning loyihalarini moliyalashtirishda bu tabiiy, bu amaliyot kichik tadbirkorlik doirasidagi tadbirkorlar uchun keng tarqalmagan. Bu shu bilan bog’liqki, so’ralayotgan kreditning chegaralangan summasida investorlar o’rtasida risklarni taqsimlanishi va nazorati bo’yicha operatsion xarajatlar bank kreditlash riskini kamaytirishga qilinadigan iqtisodni oshirishi mumkin. Investitsion kreditlashda risklarni taqsimlash shakllaridan biri kredit bo’yicha kafolatni jalb qilishdir. Odatda, bu loyiha qiymatining taxminan 50%idan 2/3 qismigacha va kredit qiymatining 75-80%ini qamrab oladi.

Riskni boshqarish choralari va usullarini tanlash juda muhim bosqich hisoblanadi. Aniq tanlangan usul doirasida aniq chora-tadbirlarni qo’llash mumkin. Bu bosqich loyihani amalga oshirishni boshlash haqidagi qarorni qabul qilishdan avval o’tkazilishi kerak. Tanlashda kechikish loyiha ishtirokchisi uchun jiddiy salbiy oqibatlarni keltirib chiqarishi yoki ishtirokchilar o’rtasida jiddiy kelishmovchiliklar kelib chiqishiga sabab bo’lishi mumkin. Riskni boshqarishda chora va usullarni optimal variantini tanlash barcha loyiha ishtirokchilari o’rtasida jiddiy muzokaralar bo’lishini talab qiladi.

Riskni oldini olish va nazorat qilish bosqichida ma’lum reja va dasturlar asosida aniq tashkiliy-texnik tadbirlar ko’rib chiqiladi. Bu bosqichda quyidagi tadbirlar amalga oshiriladi: risklar monitoringi; riskni istiqbolini belgilash; taxdid soluvchi xatarlar haqida rahbarlarga ma’lumot berish va bu bilan bog’liq ko’rsatmalarni ishlab chiqish; riskni oldini olish va nazorat qilish dasturi doirasida maxsus tashkiliy-texnik tadbirlar.

Ta’kidlash joizki, shunday risklar mavjud bo’ladiki, ularni oldini olish yoki kamaytirish mumkin emas, ya’ni ular loyiha ishtirokchilari ta’siridan tashqarida

bo’ladi. Bunday risklar ko’p xarajat talab qilganligi sababli, ularni moliyalash usuli qo’llaniladi. Bunda loyiha ishtirokchilarini o’z-o’zini sug’urtalash, tajribali sug’urtachi yordamida sug’urtalanishga mablag’ ajratishi tushuniladi. Sug’urta shartnomalarida riskning ko’pgina turlari bo’yicha sug’urtachining zaruriy chora-tadbirlarni amalga oshirishi ko’rib o’tilgan moddalar mavjud bo’ladi. Riskni boshqarishda loyiha ishtirokchilaridan tashqari sug’urta tashkilotlari ham bevosita ishtirok etadi. Ular riskni baholashda o’z usullari va yo’llarini amalga oshiradilar, bu amalga oshirish reja - dasturlarini nazorat qilib boradilar.

Natijalarni baholash - bu ma’lum bir loyiha doirasidagi risk-menejmenti bo’yicha faoliyatlarining yig’indisi. U keng ma’lumotlar to’plami asosida o’tkaziladi va risk tahliliga tuzatishlar kiritish, risk-menejmentining alohida choralarini qo’llash, samaradorligini baholash, riskni boshqarishda barcha qilingan xarajatlarni baholash maqsadida o’tkaziladi. Natijalarni baholash orqali olingan ko’rsatma va xulosalar keyingi loyihalarni amalga oshirishda qo’llaniladi.

Risklarni aniqlash va boshqarish uchun uni keltirib chiqaruvchi tashqi omillarni (moddiy resurslarga bo’lgan narxning tebranishi, iqtisodiy o’sish va kelgusi mahsulotga bo’lgan talabning o’sishi, inflyatsiya, bank foiz stavkasining o’zgarishi, texnologiyaning rivojlanishi, siyosiy holat, iqtisodiy siyosat, shu jumladan, soliq siyosati, ekologik qonunchilik, tabiiy omillar va boshq) hamda ichki omillar (loyihalashtirilayotgan ob’ektning qurilish grafigi, joriy va ekspluatatsion xarajatlar, ishlab chiqarish quvvatlarining o’zlashtirilishi va boshq.) inobatga olish lozim bo’ladi.

9.2. Risk turlari bo’yicha loyiha samaradorligiga ta’sirini baholash

Risklarni sifat tahlili – bu loyiha bo’yicha kutilishi mumkin bo’lgan asosiy risklarni aniqlash, loyihani amalga oshirishda uning oqibatlarini o’rganish va risklarni pasaytirish yo’llarini (tadbirlarini) aniqlashdan iborat.

Investitsion risklarni **sifat jihatdan tahlil qilish**ning o’ziga xos xususiyati uni miqdoriy natijalar sifatida aks ettirishidadir. Loyihaviy risklarning sifat tahlilini

o’tkazish jarayonida loyiha bo’yicha aniq risk turlari aniqlanadi, ularni paydo bo’lish sabablari o’rganiladi, risklarni pasaytirish yuzasidan tavsiyalar va loyihani amalga oshirish oqibatlari tahlil qilinadi.

Loyiha risklarining sifat tahlilida, eng avvalo, loyiha bo’yicha barcha risk turlari aniqlanadi, ya’ni loyiha riski tarkibidagi texnik risklar, loyiha qatnashchilari riski, siyosiy risklar, huquqiy risklar, moliyaviy risklar, marketing risklar, ekologik risklar, harbiy risklar, qurilish-ekspluatatsion risklar va boshqalar.

Sifat jihatdan risklarni tahlil qilish sodda va qulay, uning asosiy maqsadi risklarni sababini aniqlash, manbasini ko’rsatish va pasaytirish yo’llarini ishlab chiqishdan iborat. Sifat jihatdan tahlil keyinchalik boshqa izlanishlarga asos bo’ladi. Shuning uchun biznes-reja tuzish bosqichida keng qo’llaniladi. Sifat jihatidan tahlilni natijalari: riskni sababini aniqlash, risk oqibatlarini tahlil qilish, ko’rilishi mumkin bo’lgan zararni o’lchash va kamaytirish yo’llarini izlash, risk ta’siriga tushuvchi omillarni chegara ko’rsatkichlarini (minimum va maksimum) aniqlash.

Risklarni sifat jihatidan tahlilni kamchiliklari: aniq o’lchovli ma’lumot bermasligi va uning sub’ektivligi, ya’ni tahlil natijalari to’la tahlil qilayotgan shaxsga, uning bilim darajasiga bog’liqligidir.

Risklarning miqdoriy tahlili – bu risklilik nuqtai nazaridan loyiha bo’yicha bir qator omillarning o’zgarishi natijasida loyiha samaradorligi mezonlarining o’zgarishini o’rganishdan iborat.

Loyihaviy risklarning miqdoriy tahlilini o’tkazish loyihaning hisob-kitoblariga asoslaniladi. Miqdoriy tahlilning asosiy vazifasi loyiha samaradorligi mezonlariga asosan riskli omillarning o’zgarishini ta’sirini miqdor jihatdan o’lchashdan iborat.

Miqdoriy tahlil risklarni loyiha natijalariga son o’lchovida ko’rsatib beradi. Bunday tahlil turida matematik modellar, ehtimollar nazariyasi, statistik usullar qo’llaniladi.

Miqdoriy tahlilning kamchiliklari: u katta hajmdagi ma’lumot, vaqt va aniq bilim talab qiladi, bitta omilning miqdoriy natijasi sanalib, boshqa omillarning ta’siri hisobga olinmay qoladi, ammo bu tahlilni turi aniq o’lchovli ma’lumot beradi.

Miqdoriy tahlil quyidagilarni o’z ichiga qamrab oladi:

- statistik ko’rsatkichlar (dispersiya, variatsiya va boshqalar);

- sezgirlik usuli (bitta risk omili o’zgarishining loyiha samaradorligi mezonlarining o’zgarishiga bog’liqligini tadqiq qilish);

- kritik nuqtalarni aniqlash usuli;

- ssenariylar usuli;

- Monte-Karlo usuli;

- diskontlash stavkasini o’zgartirish usuli va boshqalar.

Odatda, risk tahlili quyidagi ketma-ketlikda amalga oshiriladi:

- birinchi bosqichda muayyan turdagi riskning ko’payishi yoki kamayishiga ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillar aniqlanadi;

- ikkinchi bosqichda aniqlangan omillar tahlili o’tkaziladi;

- uchinchi bosqichda quyidagi ikki usul (yondashuv) asosida moliyaviy nuqtai nazardan aniq ko’rinishdagi risk tahlili olib boriladi:

a) loyihaning moliyaviy ahvoli (likvidligi)ni aniqlash;

b) investitsiya loyihasida ishtirok etishning iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiqligini (moliyaviy mablag’lar qo’yilmasining samaradorligini) aniqlash;

- to’rtinchi bosqichda riskning tanlangan darajasi bo’yicha alohida operatsiyalar tahlili o’tkaziladi;

- beshinchi bosqichda risk oqibatida kutilishi mumkin bo’lgan yo’qotishlar hajmi aniqlanadi;

- oltinchi - so’ngi bosqichda, ko’rib chiqilayotgan loyihada qatnashish bo’yicha ijobiy qaror qabul qilingan hollarda riskni yo’qotish yoki pasaytirish bo’yicha kompleks chora-tadbirlar ishlab chiqiladi. Odatda, bunday vaqtlarda turli xil yo’qotishlarga tayyor turish uchun oldindan xavfsizlik zahirasi tashkil etilishini ham ko’rib chiqish mumkin.

Loyiha risklarini aniqlash, tadqiq qilish, baholash va pasaytirish tadbirlarida risklarni boshqarish tizimi qonuniyati sifatida quyidagi masalalarga e’tibor qaratiladi: loyiha risklarining tasnifi; loyiha risklarini aniqlash va baholash usullari; loyiha risklarini boshqarishning axborot ta’minoti; risklarning monitoringi va istiqbolini belgilash; risklarning oldini olish; risklarni kamaytirish texnologiyalari; risklarni

boshqarishni tashkil etish; risklarni taqsimlash; risklarni sug’urtalash; risklarni boshqarish xarajatlarining optimal darajasini asoslash va samaradorlikni baholash; risklarni moliyalashtirish; natijalarni o’rganish va monitoring olib borish; monitoring ma’lumotlari asosida risklarni boshqarishda qo’shimcha chora-tadbirlarni qabul qilish.

Investitsiya loyihasida uchraydigan risklarni boshqarish yoki sug’urtalash yo’li bilan ular tufayli ro’y beradigan yo’qotishlarni kamaytirish yoki bartaraf etish mumkin. Bunda qaysi usulning tanlanilishi loyihani amalga oshiruvchilarning o’zaro kelushuviga bog’liqdir.

Risklar tahlili salohiyatli hamkorlarga investitsion loyihada ishtirok etishning maqsadga muvofiqligi to’g’risida qarorlar qabul qilish hamda kutilishi mumkin bo’lgan moliyaviy yo’qotishlardan himoyalanish bo’yicha zarur ma’lumotlarni beradi. Loyiha samaradorligini baholashda risk va noaniqlik omillarini hisobga olishda loyihani amalga oshirish shart-sharoitlari bo’yicha barcha mavjud ma’lumotlardan foydalaniladi.

Risklarni tahlil qilishning asosiy usullaridan biri **sezgirlik tahlilidir**.

Sezgirlik tahlili loyiha tahlili bo’yicha mutaxassislarga risk va noaniqlikni hisobga olishga imkon beradi. Sezgirlik tahlili bir qancha omillarning o’zgarishi asosida ko’rib chiqiladi. Masalan, loyiha bo’yicha ishlab chiqariladigan mahsulotga bo’lgan narxning tushishi yoki loyiha uchun zarur bo’lgan qandaydir resurslarning narxi oshishi. Ko’pgina hollarda, sezgirlik tahlili, kelajakda loyihani amalga oshirish shart-sharoitlarini ko’rsatib beruvchi loyiha ekspertizasida qo’llaniladi.

Loyihaviy tahlilda sezgirlik tahlili loyihani muvaffaqiyatli amalga oshirishga ta’sir qiluvchi omillarni aniqlash va noaniqlikni hisobga olishda muhim ahamiyatga ega. Masalan, mahsulot narxi kritik omil hisoblansa, bunda marketing dasturini kuchaytirish yoki loyiha qiymatini kamaytirish kerak bo’ladi. Agar loyiha ishlab chiqarish hajmi o’zgarishiga sezgir bo’lsa, unda xodimlarni o’qitish dasturlariga, menejmentga hamda ishlab chiqarishni oshirishga ko’proq e’tibor berish kerak bo’ladi.

Sezgirlik tahlili loyihaning o’xshash parametrlaridan biri o’zgarganda, loyiha samaradorligi qay darajada o’zgarishiga miqdoriy baho berishda qo’llaniladi. Sezgirlik tahlilini investitsiya loyihalari natijalariga sezilarli darajada ta’sir etuvchi omillarni aniqlash va ularni taqqoslash tahlili uchun o’tkazish tavsiya etiladi.

“Zararsizlik nuqtasi”ni aniqlash usuli yordamida mahsulot sotishdan kelgan tushum uni ishlab chiqarish xarajatlariga teng bo’lgan holdagi sotish hajmi aniqlanadi. Agar sotish hajmi bu nuqtadan past bo’lsa, korxona zararlarni qoplashi mumkin, agar pul kirimi xarajatlarga teng bo’lsa, korxona ishini zararsiz olib borayotgan bo’ladi. “Zararsizlik” tahlili loyiha quvvati yoki ishlab chiqarish hajmi miqdorini topish maqsadida qo’llaniladi. Agar ishlab chiqarish hajmi past bo’lsa, korxona zararga ishlayotgan bo’ladi. Bu tahlil loyihani baholashda turli narx va qiymatni hisobga olishda muhim ahamiyatga ega.

9.3. Loyiha risklarining oldini olish chora-tadbirlari

Har qanday investitsiya loyihalari turli noaniqliklar va risklar bilan bog’liq. Har bir investitsiya ishtirokchisi risklar, risk turlarining vujudga kelish sabablari, ularning tasnifi hamda risk ehtimollarini oldini olish bo’yicha tadbirlar haqida aniq ma’lumotlarga ega bo’lishlari lozim. Shundagina ular investitsiya loyihasini muvaffaqiyatli amalga oshirishga o’z hissalarini qo’shishlari mumkin.

Investitsiya loyihalarini moliyalashtirishni rivojlantirishga iqtisodiy va siyosiy omillarining ta’siri yaqqol seziladi. Inflyatsiya darajasining yuqoriligi, korxonalarning to’lovga layoqatlilik darajasining pastligi, banklarning resurs bazasining zaifligi loyihalarni moliyalashtirishga salbiy ta’sir etuvchi umumiy sabablardir.

Investitsiya loyihasini amalga oshirish murakkab jarayon bo’lganligi sababli, uni muvaffaqiyatli amalga oshirishda hukumat tomonidan yaratilgan imkoniyatlar yetarli emas. Chunki, investitsiya loyihalari turli noaniqliklar, risklar bilan bog’liq. Loyihalarni moliyalashtirishda risk turlarini aniqlash, tahlil qilish, ularni loyiha

ishtirokchilari o’rtasida taqsimlash hamda risklarni kamaytirish bo’yicha tadbirlar ishlab chiqish loyiha samaradorligiga ijobiy ta’sir ko’rsatadi. Har bir muvaffaqiyatli amalga oshgan loyiha esa respublika iqtisodiyotiga ijobiy hissa qo’shadi.

Shuni hisobga olgan holda, investitsiya risklarini boshqarishning mazmuni, mohiyati, boshqarishdagi vazifalar, risklarni pasaytirish yo’larini hamda usullarini bilish har bir loyiha qatnashchilari va investorlar uchun juda muhim hisoblanadi.

Iqtisodiy adabiyotlarda risklarni boshqarish - bu risk va foyda miqdorini oqilona qo’shilmasini aniqlashga qaratilgan harakatlardir, deb ta’rif beriladi. Risklarni boshqarishning asosiy maqsadi - ularni pasaytirish hisoblanadi.

Quyida investitsiya loyihalarini ishlab chiqishda aniqlanuvchi, hisobga olinuvchi risklarni tahlil qilish va ularni loyihani ishlab chiqish va amalga oshirish jarayonlaridagi boshqarish tizimining bosqichlari keltirilgan:

- risklarni boshqarishni rejalashtirish;
- risklarni tasniflash;
- risklarni sifatli baholash;
- risklarni miqdoriy baholash;
- risklarni rejalashtirish (aniqlash) va ularni hal etish uslublarini tanlash;
- risklarning monitoringini olib borish.

Loyiha risklarini boshqarishning yuqoridagi barcha bosqichlari bir-biri bilan o’zaro bog’liqlikka ega. Har bir bosqich har bir loyihada bir marta bajariladi.

1. Risklarni boshqarishni rejalashtirish. Risklarni boshqarishni rejalashtirish deganda aniq loyiha bo’yicha boshqarishni rejalashtirish va qarorlarni qabul qilish jarayoni tushuniladi. Shuningdek mazkur jarayon o’z ichiga loyiha risklarini boshqarish jarayonini kadrlar bilan ta’minlashni tashkil etishni ham qamrab olishi lozim.

2. Risklarni tasniflash. Risklarni tasniflash jarayoni doirasida loyihaga haqiqatan ham ta’sir ko’rsatishi mumkin bo’lgan risklar aniqlanadi va bu risklarning tasnifi keltiriladi. Shuni ta’kidlash lozimki, investitsiya loyihalarini amalga oshirishda risklarni tasniflash ularni boshqarishning eng muhim jarayonlaridan hisoblanadi.

3. Risklarni sifatli baholash. Risklarni sifatli baholash - loyihada tasniflangan

risklarning sifatli tahlilini amalga oshirish va ulardan eng hatarlilarini ajratib olishdir. Risklarni sifatli baholash risklarning paydo bo'lish shart-sharoitlarini baholashni va ularning standart yoki nostandart usullar va vositalar bilan loyihaga ta'siri aniqlanadi. Bizning fikrimizcha, aksariyat hollarda tahlilning universal usullarini qo'llash olinadigan natijalarning ko'zlangan darajadagi ishonchligini ta'minlashga imkon bermaydi.

4. Risklarni miqdoriy baholash. Adabiyotlarda risklarni miqdoriy baholash sifatida risklarning paydo bo'lish ehtimolligini aniqlash va ularning loyihaga ta'siri tushuniladi. Fikrimizcha, miqdoriy tahlil, aksariyat hollarda, risklarni boshqarishning mustaqil bosqichi hisoblansada, u risklarni sifatli baholash bosqichi bilan uzviy bog'liqlikda qo'llanilishi lozim.

5. Risklarni rejalashtirish (aniqlash) va ularni hal etish uslublarini tanlash. Adabiyotlarda risklarni rejalashtirish (aniqlash) va ularni hal etish uslublarini tanlash sifatida loyihaga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi risklarni pasaytirish uslublari va texnologiyalarini ishlab chiqish tushuniladi.

6. Risklarning monitoringini olib borish. Risklarning monitoringini olib borish bosqichi doirasida aniqlangan risklar, bartaraf etilmagan risklar va risklardan himoyalanish rejasining bajarilishi ta'minlanganligi aniqlanadi hamda uning samaradorligini baholash ishlari olib boriladi.

Shuni e'tiborga olish lozimki, investitsiya loyihalari risklarini boshqarishda ularning tahlil qilinish natijalariga asoslanib, boshqarish usullari tanlanadi.

9.4. Loyiha risklarini pasaytirish chora-tadbirlari. Loyiha risklarini qoplash chora-tadbirlari

Investitsiya loyihalarini amalga oshirishdagi alohida risklar ta'sirini yo'qotish yoki yumshatish uchun bir qancha **usullar** qo'llaniladi.

1. Riskdan qochish. Qochish deganda risk bilan bog'liq tadbirlardan shunchaki og'ish tushuniladi. Riskni pasaytirishning bu usuli mukammal ko'rib chiqilmaydi.

2. Riskni loyiha ishtirokchilari o'rtasida taqsimlash (riskning bir qismini

hamkorlarga berish). Riskni taqsimlash loyihaning moliyaviy rejasini va aniq hujjatlarini ishlab chiqishda amalga oshiriladi.

3. Riskni sug'urtalash. Riskni sug'urtalash, mantiqan olganda, muayyan risklarni sug'urta kompaniyalariga berishni anglatadi. Uning mohiyati investorning riskdan qutilish maqsadida daromadning bir qismidan voz kechish orqali aks ettiriladi. Bunda investorning risk darajasini "nol" ga tushirish uchun to'lovni amalga oshirishga tayyor ekanligini tushunish mumkin. Ko'p hollarda, sug'urta kompaniyalari moliyaviy risklarni sug'urtalash bilan risk darajasini pasaytirishga to'liq erishishiga xizmat qiladilar.

4. Riskni pasaytirish (ko'zda tutilmagan xarajatlarni qoplash uchun zahira mablag'larini tashkil etish yo'li bilan yo'qotishlar hajmini qisqartirish). Ko'zda tutilmagan xarajatlarni qoplash uchun zahira mablag'larini tashkil etishdagi asosiy muammo risklarning jiddiy oqibatlarini baholash hisoblanadi. Buning uchun loyiha qiymatini boshlang'ich baholashni hisobga olish lozim. Bu esa zahira summasini aniqlashga katta yordam beradi.

Riskni pasaytirishning aniq vositasini tanlashda investor quyidagi **tamoyillar**ga asoslansa, maqsadga muvofiq bo'ladi:

- ortiqcha tavakkal qilish kerak emas;
- risk oqibatlari to'g'risida o'ylash lozim;
- kam narsa uchun risk qilish kerak emas.

Birinchi tamoyilga asosan, investor o'z kapitalidan ko'ra ko'proq risk qilishi mumkin emas, ya'ni investor investitsiya loyihasini amalga oshirish to'g'risida qaror qabul qilishidan avval quyidagilarga amal qilishi lozim:

- loyihaga ta'sir etuvchi risk bo'yicha mumkin bo'lgan zararning maksimal hajmini aniqlab olishi;
- uni qo'yilayotgan kapital va o'zining barcha moliyaviy mablag'lari bilan taqqoslashi lozim.
- ushbu kapitalning yo'qotilishi investorning bankrot bo'lishiga olib kelish-kelmasligini risk koeffitsientini hisoblash asosida aniqlashi lozim.

Investitsiya risklarini pasaytirish **usullari** quyidagilardan iborat:

1. Risklarni diversifikatsiyalash.
2. Risklarni sug’urtalash.
3. Risklarni loyiha qatnashchilari o’rtasida taqsimlash.
4. Risklar uchun moliyaviy zahiralar ajratish.
5. Qo’shimcha ma’lumotlar va axborotlarga ega bo’lish.

Risklarni diversifikatsiyalash bir-biriga bog’liq bo’lmagan turli xil faoliyatlar o’rtasida risklarni taqsimlash hisoblanadi. Diversifikatsiya turli xil faoliyatlar o’rtasida investitsiyalarni taqsimlash asosida riskning bir qismidan qutulish imkonini beradi (investitsiya portfelini shakllantirish).

Investitsiya portfelini shakllantirishda risklarni taqsimlashning quyidagi shakllari mavjud:

1. Tovar va xizmatlar, faoliyat turlari bo’yicha diversifikatsiyalash;
2. Iste’molchilarni diversifikatsiyalash;
3. Mol yetkazib beruvchilarni diversifikatsiyalash;
4. Loyiha qatnashchilarni diversifikatsiyalash.

Risklarni sug’urtalash bu risklardan og’ish hisoblanib, bunda mukofot evaziga risklarni sug’urta kompaniyalariga berish orqali risklarni pasaytirish hisoblanadi. Sug’urtalashda mulkni sug’urtalash hamda baxtsiz xodisalardan sug’urtalash amalga oshiriladi. Mulkiy sug’urtalashning quyidagi shakllari mavjud:

1. Moddiy yo’qotishlar va zararlardan himoya qilish maqsadida pudrat qurilishlarini sug’urta qilish;

2. Moddiy yo’qotishlar va zararlardan himoya qilish maqsadida dengiz yoki havo transportlari orqali tashilayotgan yuklarni sug’urta qilish;

3. Moddiy yo’qotishlar va zararlardan himoya qilish maqsadida pudrat va subpudrat tashkilotlariga tegishli bo’lgan asbob uskunalarni sug’urta qilish.

Baxtsiz hodisalardan sug’urta qilishning quyidagi shakllari mavjud:

1. Qurilish qatnashchilari tana jarohatlari, shaxsiy zarar yoki mulkiy zarar ko’rganlarida bosh pudrat tashkilotlari faoliyatini himoya qilish maqsadida umumiy fuqorolik javobgarligidan sug’urta qilish;

2. Loyihalashtirish jarayonida arxitektorlik va texnik nuqtai nazardan

xatolarga yo’l qo’yilganda loyihalarni boshqarishda kamchiliklar kelib chiqqanda bosh pudrat tashkilotini moddiy javobgarlikdan sug’urta qilish.

Risklarni loyiha qatnashchilari o’rtasida taqsimlash moliyaviy reja va shartnoma xujjatlarini ishlab chiqish davomida amalga oshiriladi. Risklarni sifat va miqdor jihatdan taqsimlash mumkin. Risklarni sifat jihatdan taqsimlashda loyiha qatnashchilari ularga tegishli bo’lgan u yoki bu risklarni ko’paytirib yoki kamaytirgan holda qaror qabul qiladilar. Lekin, bunda, masalan, investorlarga qanchalik yuqori risklar taqsimlanishi ko’zda tutilsa, shunchalik ularni loyihaga jalb qilish qiyinroq bo’ladi.

Risklarni miqdor jihatdan taqsimlashda yuqorida ko’rib o’tilgan risklarni tahlil qilish usullari qo’llaniladi. Masalan, “Qarorlar daraxti” usulida har bir bosqichda hech bo’lmaganda ikki tomon ishtirok etadi: sotuvchi va sotib oluvchi, buyurtmachi va buyurtmani amalga oshiruvchi. Buyurtmachi shartnomada ko’rsatilgan ishlarni o’z vaqtida hamda sifatli qilib bajarilgan holda shartnoma qiymatini kamaytirishga harakat qiladi; buyurtmani bajaruvchi esa, maksimal foyda olishga harakat qiladi. Bunda risk darajasi ikki tomon uchun ham mos kelishi kerak.

Riskni kompensatsiyalash moliyaviy zahiralarni tashkil etishni ko’zda tutadi. Ko’zda tutilmagan zararlarni qoplash uchun moliyaviy zahiralarni tashkil etish orqaligina loyihani amalga oshirishda vujudga keladigan uzilishlarni bartaraf etish mumkin.

Moliyaviy zahiralarni tashkil etishda quyidagilarni aniqlash lozim:

1. ko’zda tutilmagan harajatlarni qoplash uchun kerakli bo’lgan mablag’ miqdori;
2. ko’zda tutilmagan harajatlarni qoplash uchun kerakli bo’lgan zahiraning tarkibi;
3. belgilangan zahiralardan foydalanish maqsadlari.

Moddiy zahiralar maxsus zahiralar tashkil etishni, masalan, ma’lum bir davr mobaynida loyiha bo’yicha ishlab chiqarish uzulishlarsiz amalga oshirilishi uchun xom ashyo va materiallar zahiralarni tashkil etishni anglatadi.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Investitsiya loyihalarini boshqarishda risklarning ahamiyati nimada?

2. Investitsiya risklarini boshqarish usullarini bilasizmi?

3. Investitsiya loyihalarini risklarini pasaytirish tadbirlari nimalardan iborat?

4. Investitsiya loyihalarini risklarining oldini olish tadbirlari nimalardan iborat?

5. Risklarning iqtisodiy mohihiyati nima?

6. Risklarni baholashning qanday usullari mavjud?

7. Risk va noaniqlik nima?

10-BOB. LOYIHANING SIFAT MENEJMENTI

10.1. Sifat boshqarishning kompleks tizimi va xarajatlari. Sifatni boshqarishning zamonaviy konsepsiyasi

Loyiha samaradorligini aniqlashda asosiy omillardan biri bo'lib realizatsiya bo'yicha qilingan barcha ishlar sifati hisoblanadi.

Loyiha sifat boshqarilishini asosiy elementlari bo'lib quyidagilar hisoblanishi qabul qilingan:

- buyurtmachi qiziqishi va loyiha guruhlarini uyg'unlashtirish maqsadidagi – asosiy holati;

- chora-tadbirlarining kompleks boshqarilishi – sifat ta'minlanishi;

- texnik komleks va texnologik chora-tadbirar zaruriy aniq ta'sirini kiritish bo'yicha – sifat nazorati.

Loyiha menejer funksiyalari

Loyiha sifatini ta'minlash loyiha menejerining asosiy muammosi hisoblanadi. U ishni ma'lum bir bo'lagini yoki butunlay sifatni ta'minlash bo'yicha ixtisoslashgan firmalarga topshirishi mumkin va butun bir mas'uliyat uning zimmasida bo'ladi.

Boshqa bir shaxs va tashkilotlar majburiyati va vakolati xujjatlashtirilgan bo'lishi kerak. Bu loyiha sifatini ta'minlashning maxsus dastur doirasida ko'rib chiqiladi.

Loyiha sifatini ta'minlash dasturi

Bu dasturda loyiha sifatini ta'minlash strategiyasi joylashgan. Dastur loyiha bo'yicha bajariladigan ishlar, chora-tadbirlarini aniqlaydi, shuningdek, sifat nazorati chora-tadbirlarini ham.

Dastur quyidagilarni ko'rib chiqishi kerak:

- tashkiliy tuzilma;

- muammoni yechishda ishtirok etadigan barcha guruh va tashkilotlar majburiyatini hamda ta'sir darajasini taqsimlanishini.

Loyiha sifatini ta'minlashdagi loyiha qatnashchilarining faoliyati o'z ichiga

boshqarish funksiyalarini kiritishi kerak:

- loyiha sifatini ta’minlash dasturini bajaruvchi va uni bajaruvchi organlariga yetkazishni;

- dasturda ko’zlangan nazorat bo’yicha chora-tadbirlar bajarilishini tekshirish.

Quyidagilarni amalga oshirish uchun, sifatni ta’minlash bo’yicha javobgar shaxslar va tashkilotlar yetarli vakolatga ega bo’lishlari kerak:

- sifat muammosini ifodalash (qurish);

- yechimini tayyorlash va taklif etish;

- yechim o’zgarishini tekshirish;

- yetkazib berishni yoki jixozlar o’rnatilishini, konstruksiya va materiallar o’rnatilgan talabiga javob bermaydiganlarini ma’lum vaqtga to’xtatib qo’yish.

Bu vakolat va tashkiliy xuquq shaxsan loyiha boshqarmasi ko’rsatmasi tomonidan yetkazib berilishi kerak.

Loyiha raxbari tez-tez ish holatini dastur bajarilishi bilan birgalikda va unga aniq rioya qilishni tekshirishi shart.

Loyiha sifatini nazorat dasturi quyidagi chora-tadbirlarni ko’zda tutadi:

- loyihaviy xujjatlashtirishga ishlov berish nazorati;

- jixoz va materiallarni yetkazib berish nazorati;

- boshdagi nazorat;

- sinashga tayyorligini tekshirish;

- metrologik nazorat, nazorat-o’lchov apparaturalarini tekshiruv;

- saqlov va taxlanishni tekshiruv;

- foydalanib bo’lmaydigan jixozlarni, konstruksiyalar va materiallarni paydo bo’lishi;

- ta’sirini tuzatish;

- sifat ta’minlashining chora-tadbirlar ro’yxati;

- reviziya o’tkazish – tashqi mutaxassis kuchlari asosida.

Korxona ta’minotchisining texnik inspeksiyasi

Loyiha sifati nazoratining asosiy qismi bo’lib **texnik inspeksiya nazorati** hisoblanadi. U qanday korxonasi ta’minotiga qo’llansa, xuddi shunday bevosita

ishlab chiqarish ish joyida amalga oshiriladi.

Texnik inspeksiya rejasi korxonada ishlab chiqarishdagi buyurtmalarni va jixozlar ta’minlanishini inspeksiyalash uchun xizmat qiladi. Uy jixozlarni turi va xususiyatlarini sinashi va tekshirishini aniqlaydi. Bu rejada xizmat ko’rsatish sharoiti va nostandart materiallarni qo’llanishi kelishiladigan kritik jihat tuziladi.

Texnik inspeksiyani o’tqazishdan oldin jixozlar etkazilishining barcha buyurtmalar **kritik, muhim, kam ahamiyatli** turlarga tasniflanadi.

Kritik buyurtmalarga asosiy texnologik jihozlar kiradi.

Asosiy buyurtmalarga yordamchi texnologik jihozlar kiradi.

Kam ahamiyat asosan maxalliy ta’minotning buyumlar nomenklaturasini o’z ichiga oladi.

Rejani tuzish vaqtida tanlov hajmini, asbob uskunalarga ta’minlanganlikni, davriyligini va tekshiruv chuqur o’rnatiladi.

Bu parametrlar buyurtma hajmiga qarab aniqlanadi va tanlanadi.

Texnik inspeksiyaning rejasi tuzilgandan so’ng uning o’tkazilishi bo’yicha klassifitsion inspektorlar a’zosi tuziladi. Ularning klassifikatsiyasi test orqali aniqlanadi.

Inspektorlar buyurtmachi yoki pudratchi, ixtisoslashgan firmalar tomonidan yo’llanishi mumkin, ko’pgina loyihalar o’zining texnik nazorat bo’limining bosh inspektori yoki boshqaruvchisiga ega bo’ladi.

Inspektorlarning boshqa bir muhim faoliyat turiga quyidagilar kiradi:

- o’zaro texnik aloqa va texnik ta’rifining tahlili;
- pudratchining bahosi – uning xususiyati va shartnoma sharoitining to’liqligi;
- nazorat tipini va inspektorlarga instruktsiyalarni aniqlash;
- nuqson buyum va jihozlar tugallanishi;
- hisobotlar.

Shartnoma shartlari – ayniqsa sinashning o’tkazilishi bilan bog’liq, yetkazib berishning texnik sharoiti doirasida ifodalanishi kerak. Inspektor hamma tekshirishlar va hamma kelishilgan tekshirishlar va sinashlar amalga oshiriladi hamda ularning tushunarliligini tasdiqlaydi.

Korxonalarning texnik inspeksiyasi odatda quyidagilarni o’z ichiga oladi:

- ta’minotchilar tomonidan qabul qilingan nazorat metodi sifatini samaradorligini tekshiradi;
- ta’minotchi sifat standartini baholanishini;
- sinashni buzilishini va usiz o’tishni;
- ko’rinishini tekshirish;
- kattaligini tekshirish;

Mahsulot zaruriy sifatga erishishiga ta’minotchi javobgardir, ammo inspektorning ishi sharoit namoyon bo’lishiga yordam berishi kerak.

Texnik nazorat bosimiga qarab harajatlar umumiy loyihasidan 0,5-1% ni tashkil etishi mumkin.

Texnik nazoratga ketgan harajatlar kamayishi mumkin agarda nazoratchining o’zi va defekt mahsulotlar ishlab chiqarish jihozlari shu joyda aniqlansa.

Inspektor texnik inspeksiya tugagach mahsulotni yuklashga ruxsat etadi.

Ishlab chiqarish ish joylarida texnik inspeksiya

Ish o’tkazish joylarida texnik inspeksiya jami loyihaga oid omil hisoblanadi. Quruvchilar javobgarligi shundaki, qabul qilingan jixozlarni loyiha sifatiga ta’sir etuvchi defekt yo’qligini aniqlash. Quruvchilarning ishi sifat qoniqarsizlikni saqlash oxirgi zinasi (zveno) hisoblanadi. Agarda ish o’tkazish joylarida material yoki jixozlarda defektlar aniqlansa, unda inspektor defektlarni oldini olishi lozim. Yuk qabuli vaqtida ham markerovkasini tekshirishi kerak.

Materiallarni saqlash bo’yicha qurilish maydonida ishlovchi mutaxassislar javob berishadi.

Qurilish guruh tarkibiga malakali inspektorlar kirish kerak. Odatda ular svarka sifatini, sinashni buzilishsiz o’tkazilishini, shuningdek, elektrik va aylanuvchan jihozlar o’rnatilishini tekshirishadi.

Ma’lum bo’lishicha, ko’p tomonlama, masalan, tashkiliy-iqtisodiy va loyiha menejer masalasi bo’yicha talab darajadagi sifat ko’rsatkichini ta’minlaydi, bunday sharoitda loyiha boshqarilishini uslubiga ega bo’lgan holda tartibga solish mumkin.

Kerakli darajadagi sifat ta’minoti masalasi butun loyihani hayotiy davrini

tuzadi. Har bir o’zining bosqichida masalani maxsus yechimi o’z ifodasini topadi. Shuning uchun ham bu bo’limning masalasi bo’lib – loyihani bir nechta uslubiyat asosida boshaqarishda qancha uslub defektsiz amalaga oshirilishini aniqlash hisoblanadi.

Yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarish konsepsiyasi tamoyillari:

sifat - loyihaning ajralmas butun bir elementi;

sifat – ishlab chiqaruvchining emas, iste’molichining gapi;

sifat darajasiga kafolat manzili bo’lishi kerak;

sifat darajasini yuqoriligini yangi texnologiya ta’minlaydi;

sifat darajasini yuqoriligiga faqat ishchilar mehnati orqali erishishi mumkin;

faqat natijasini tekshirishdan ko’ra, jarayonni tekshirish samaralidir;

sifat siyosati korxona siyosatini butun bir ajralmas qismi bo’lib qolishi kerak.

Sifat boshqarishning tizimli uslubi

Bu tamoyilga asosan hozirda hammabop hisoblanmish sifatni tizimli boshqarishi uslubi mavjud. Chet el mamlakatlarida buni **Total Quality Management – TQM** deyiladi.

Bu uslubga muvofiq sxemaga yagona ishlov berish va joriy qilish o’rnatiladi. (Odatda bu ish bilan chet ellarda mutaxassislashgan firmalar korxona bilan shartnomaga asosan amalga oshiradilar):

Ishlab chiqarishni kuzatish va maxsus doklad tayyorlanadi;

kuzatish va ishlab chiqarishning xaqiqiy holati xaqida tahlil sifat boshqarishda va sifat dasturini tanlashda qatnashadi;

Sifat dasturida realizatsiya qilish bo’yicha rahbariyat tuziladi;

Dasturlar va rahbariyat chora-tadbirlari loyihaning umumiy rejasiga tegishli;

Sifat dasturi va rahbariyat ishlab chiqarishga kiritiladi; ixtisoslashgan firma hujjatlarni davriy tekshirib va unda ko’rsatilganidek zaruriy tafsilot kiritadi;

Dastur va boshqarish realizatsiyaga kiritilishda ixtisoslashgan firma tizimni qo’llab quvvatlaydi va korxonalarni qiziqtirishdan himoya qiladi.

Sarfning hisobi va tahlili

Loyiha-menejer ishining mohiyati hozirgi va rejalashtirilgan solishtirishdan

iborat. Solishtirishga ma’lumotni uchet va tahlil sarfi beradi. Bu sarflar quyidagicha tasniflanadi: **Ogohlantiruvchi sarflari** buyurtmachini boshlang’ich talabini qondirishga yo’naltirilgan mahsulotni nuqsonsiz ishlab chiqarish. Ularga quyidagi loyiha sifatga sarflangan sarflar kiritiladi: qayta o’qitish, loyiha buyum va boshqalar.

Ma’lumot sarflari buyurtmachini hohishini rivojlanishini kerakli yo’nalishga qaratish bilan bog’liq. Ularga labaratoriyali nazorat, inspeksiyali tekshirish, operatsiyali nazorat kiradi.

Ichki muammo bilan bog’liq bo’lgan nuqsonni to’g’irlashga sarf harajatlar jarayonga o’zgartirish kiritmoqni ishlab chiqish va omadsizlikka qaramasdan buyurtmachi uchun ishlab chiqarish. Bularga ishlov berish, nuqson mahsulotni qayta ishlash, remontlash sarf harajatlari kiradi;

Buyurtmachi talab qilgan kamchiliklarga qaratilgan sarf xarajatlar. Ularga mahsulotni qaytarish, iste’molchi shikoyati, zaruriy chora-tadbirlar sarfi kiradi.

Sifat jarayonini boshqarish ma’lum bir darajada kompyuterlashgan. Hisoblash texnikasi vositasi yordamida quyidagi savollar o’z yechimini topadi.

- mahsulotni sifatini ta’minlash bilan bog’liq bo’lgan sarf harajatlarni vaqti va turi bo’yicha taqsimlanishida;

- mahsulotni sifatini ko’tarishi bilan bog’liq bo’lgan turini va narxini aniqlashda;

- mahsulotni tannarx dinamikasini o’zgarishida;

- iste’molchilar talabini mahsulot loyihasi.

10.2. Loyihaning sifat menejmentining dasturi. Me’yorlar va standartlar. Litsenzion faoliyatni amalga oshirish tartibi

ISO standartlar tarmog’i (usuli, sistema). Barcha ishlar Xalqaro standartlashtirish tashkilotlari (ISO)ga sifat ta’minlanishi bo’yicha asoslangan. Sifat boshqarish sistemasida (ISO) 9000 va unga ekvivalent bo’lgan seriya standartini

qo’llashadi.

ISO 1947 yili Jenevada (Shvetsariya) shtab-kvartira bilan tashkil qilingan. Bu boshqarmaydigan tashkilot xalqaro standartlarga ishlov berish maqsadida va u orqali xalqaro operatsiyalarni yaxshilash va teng huquqli hamda balanslashgan xalqaro savdo tempini tezlashtirishdir. ISO tarkibiga 91 mamlakat kiradi, ular hisobiga sanoat ishlab chiqarishining 95% to’g’ri keladi. 1994 yil holatiga ko’ra ISO 9 ming standart ishlov berdi.

ISO ga sifat bo’yicha savollarni ISO 176 texnik qo’mita beradi. U standartlarni mahsulot sifati, uni yaxshilanishi va texnologiya bilan ta’minlanganlikni kiritilishini va qayta ishlashni koordinatlashtiradi.

ISO 176 texnik holatini kiritilishida ISO 9000 sifat sistemalari standartlar seriyasi joylashgan. ISO 9000-9004 standartlari dunyoda katta nufuzga ega, ular sifat sistemalarida eng muhim standartlar hisoblanadi. Bu standartlar dunyodagi rivojlangan mamlakatlar qabul qilgan va Yevropa iqtisodiy uyushmalarida muhim rol o’ynaydi.

EIU maqsadi bo’lib – dunyodagi yirik iste’mol bozoriga, ishlab chiqarish bilan shug’ullanayotgan firma va korxonalarga aylanishdir.

ISO 9001 va EN 29001 standartlar loyihalashtirish sifatini, ishlab chiqarish, qayta ishlash, xizmat ko’rsatish va quyidagi elementlardan tashkil topgan:

- Rahbarlar javobgarligi;
- Sifat tizimi;
- Tahlil nazorati;
- Loyihalashtirishni boshqarish;
- Ma’lumotlarni boshqarish;
- Sotib olinishlar (loyihani texnik material ta’minoti);
- Buyurtmachi tomonidan qo’yilgan buyumlar;
- Mahsulot yaratilish jarayonini boshqarish;
- Nazorat va sinash;
- Sinash, o’lchash va nazorat uchun jihoz;
- Sinash va nazorat statusi;

- Talabga muvofiq bo’lmagan bezash;

- O’zgartirishlar kiritish;

-Saqlanishi, urilishi va yetkazilishi;

- Sifat bo’yicha hujjatlashtirish;

- Qayta o’qitish;

- Xizmat ko’rsatish;

-Statistik metodlar.

ISO va EN29002 ishlab chiqarish jarayonida sifat va montaj ishlarini ta’minlovchi standartlar. ISO9003 va EN29003 oxirgi mahsulotni sifatini va sinashni ta’minlovchi standartlar. Ko’pgina rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar ISO va EN ekvivalent standartlariga ega.

Mahsulotlarni sertifikatsiyalash

Chet el sertifikat protsedurasi maqsadi ishlab chiqarish va tayyorlash korxonalariga mahsulotiga muvofiq ma’lum bir turdagi monogrammali foydalanish uchun beriladi.

Sertifikatlashtirish tartibini Amerika neft instituti (AOI) misolida ko’rib chiqamiz.

AOI kleymasida foydalanishga ruxsat etiladigan litsenziyaga ega bo’lish uchun quyidagi talablar bajarilishi shart:

Ishlab chiqaruvchi litsenziya bo’lmaganda API boshlang’ich ma’lumotini so’raydi texnik talablarni qamrovchi litsenziyani olish va API monogrammadan foydalanish uchun.

AOI litsenziyani olishda zaruriy talablarni yetkazib beradi;

Ishlab chiqaruvchi AOI ga rasmiylashtirilgan hujjat paketini jo’natadi va zaruriy to’lovni amalga oshiradi.

AOI hamkorlari ishlab chiqaruvchi rahbariyat jo’natgan sifat dasturi xaqidagi ma’lumotni o’rganadilar va qabul qiladilar yoki rad etadilar.

AOI inspeksiyaga xayat tayinlaydi. Har bir xayat a’zolari AOI tomonidan oldindan attestatsiya qilingan bo’ladi.

Ishlab chiqaruvchi shaxsan AOI inspeksiya haftasi va xayat a’zolarining

rahbarlarining familiyalari bilan xabarlantiriladi.

- AOI xay’at a’zolari rahbarlariga sifat dasturi bo’yicha tasdiqlangan boshqarilmani topshiradi. Keyinchalik xay’at a’zolarini rahbari korxona inspeksiyasining rejasini tuzadi.
- AOI xay’at a’zolari korxona xodimlari bilan grafik bo’yicha kelishilgan yoki API xatida belgilan bo’yicha muloqat o’tkazadilar.
- Ishlab chiqaruvchi korxona inspeksiyasining maqsadi: sifat dasturi ishlayotganligini, shuningdek, AOI tasdiqlagan sifat dasturiga muvofiqliligini oldindan API tekshirishga berganlikni aniqlash hisoblanadi.
- Tekshirish tugagandan so’ng xay’at ishlab chiqaruvchi xodimlar bilan o’zining oxirgi uchrashuvini o’tkazadi va ularga sifat tekshirishning hisobot nusxasini beradi.
- Xay’at a’zolari AOI ga ijobiy ko’rsatkichlar ishlari o’tkazilganligi haqida xabar beradi.
- AOI boshqarma sifat tekshiruv hisobotida ko’rsatilgan ijobiy ko’rsatkichlarga baho beradi.
- Agarda AOI ga ishlab chiqaruvchi sifati qoniqtirsa imzo chekadi va u monogrammadan foydalanishga 3 yilgacha litsenziya tasdiqlanadi. Litsenziyada AOI korxonasiga tegishli sertifikat raqami ko’rsatiladi. Bu raqam monogramma yoniga tasdiqlangan buyumlarga bosiladi.
- AOI tomonidan tekshiruv ogohlantirilmagan holda har yili o’tkaziladi, litsenziyaning kelishuvga asosan ikkinchi va uchinchi yilida o’tkaziladi.
- AOI qo’shimcha inspeksiya o’tqazishi mumkin, agarda unga oldindan litsenziya bo’yicha sifatsiz mahsulotlarni ishlab chiqarayotganligidan xabar berilsa;

3 yillik muddat tugagach litsenziya o’z kuchini yo’qotadi.

Sertifikatlashtirishning asosi bo’lib aholini xavfsizligi va atrof muhitning saqlanishlari qadimiy yoki chet el standartlari hisoblanadi.

Tizimdagi qabul qilingan eng asosiy sxemalar Sertifikatlashtirishda quyidagilar hisoblanadi:

A) mahsulot turi bo’yicha turli sinash o’tkazish va kelgusida uni

Sertifikatlashtirishgan sifatini nazorati;

B) oldindan ogohlantirilib tekshirish ishlab chiqarilayotgan mahsulotni yuqori sifatliligini va Sertifikatlashtirishgan mahsulotni sifatliligini ta’minlashdan iboratdir.

Sertifikatlashtirishni o’tkazish va tayyorlash ishlariga quyidagilar kiradi:

- normativ texnik hujjatlarni Sertifikatlashtiriladigan mahsulotga muvofiq tanlash;

- berilgan mahsulotni sertifikatlashtirish tartibi bo’yicha hujjatni o’rnatilishi, shuningdek, uni o’tkazish sxemasi tuziladi;

- sertifikatlashtiriladigan mahsulotni oldindan ogohlantirilgan holda ishlab chiqarishni tekshirish;

- sertifikatlashtirilayotgan mahsulotni tekshirish yoki sinash;

- chet el va xalqaro organlarida mahsulot sertifikatlashtirish kelishuvini tuzish;

- sertifikatlashtirilgan mahsulot sifatini va ishlab chiqarish holatini kuchaytirish;

- sertifikatlashtirish natijasi xaqida ma’lumot;

Bu barcha ishlarni o’tkazilishi RFning boshqarilayotgan hujjatlariga muvofiq o’tkaziladi.

Sertifikatlashtirishni o’tkazish tartibi

Sertifikatlashtirishni sinalishi sinash laboratoriya markazlarida, akkreditlangan RFning belgilangan joylarida o’tkaziladi.

Sertifikatlashtirishdagi ketgan barcha harajatlarni tayyorlovchilar yoki mol yetkazib beruvchilar (importda) o’z hohishiga ko’ra qoplaydilar.

To’lov o’rnatilgan tartibda tarif bo’yicha yoki kelishuvga asosan ularning yo’qligida o’tkaziladi.

10.3. Tugallangan qurilish ob’ektini ekspluatatsiyaga qabul qilish va uning sifatini baholash. Texnologiyalarga bo’lgan talab va uning sifatini tekshirish.

Qurilish ishlab chiqarish faoliyatining yakuniy natijasi, ya’ni qurilish tarmog’i mahsuloti bo’lib, mamlakat xalq xo’jaligi tarmoqlari asosiy fondlarini shakllantiruvchi korxonalar, binolar va inshootlarning ekspluatatsiyaga (foydalanishga) tayyorligi va tugallangan qurilish hisoblanadi.

Asosiy fondlarni barpo etishdan tashqari kapital qurilish funksiyasiga korxonalardagi mavjud asosiy fondlarni ta’mirlash va texnik qayta qurollantirish ham taalluqlidir.

Ishlab chiqarish faoliyatining turi sifatida kapital qurilish quyidagi kompleks ishlarni bajarish asosida korxonalar, bino va inshootlarni barpo etishni (yaratishni) tavsiflaydi: uskunalar montaji; loyiha-qidiruv ishlari; qurilish maydonini tayyorlash; sanitar-texnik qurilmalarni (kanalizatsiya, suv o’tkazgichlar va h.k.) barpo etish va boshq.

Qurilish mahsuloti hisoblangan binolar, inshootlar va boshqa ob’ektlar ko’p qirrali, konstruksiyasi murakkab bo’lgan ob’ektlar hisoblanadi. Bu esa qurilish ishlarini ishlab chiqarishning xususiyatlari bilan xarakterlanadi.

Qurilish ishlab chiqarishning asosiy xususiyatlari quyidagilar bilan belgilanadi. Birinchidan, sanoat ishlab chiqarishdan farqli holda qurilish mahsuloti ko’chmasligi va qayerda yaratilgan bo’lsa, o’sha yerda ishlatilishi bilan xususiyatlanadi. Faqat quruvchilar va mehnat qurollari (qurilish mashinalari va uskunalar) ko’chishi yoki joylashtirilishi mumkin. Mehnat resurslari va mehnat qurollari qurilish tugallangandan keyin bir ob’ektdan boshqa ob’ektga olib o’tiladi. Qurilishning bu xususiyati boshqaruvning o’ziga xos tashkiliy shakllarini, qurilish texnikalari va mehnat resurslarini bir qurilish maydonidan boshqa qurilish maydoniga ko’chirishda vaqtning yo’qotilishi va xarajatlarni minimumga keltirish uchun qurilish tashkilotlarini to’g’ri joylashtirishni talab qiladi.

Ikkinchidan, qurilish mahsulotini tayyorlash jarayoni uzoq muddatni ko’zda

tutadi va shuning uchun qurilish jarayoniga ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchi uzoq muddatga jalb qiliniadi.

Uchinchidan, qurilish ishlab chiqarish ko'plab tarmoqlar va korxonalar (firmalar,uyushmalar) bilan bog'liq bo'ladi. Ma'lum bir tarmoq korxonalaridan qurilish mahsulotini tayyorlash uchun xom ashyo, materiallar va uskunalar oladi. Boshqa tarmoq korxonalari bilan bog'liqligi shundaki, buyurtmachi-korxonalar topshirig'iga binoan buyurtma asosida tegishli ishlarni amalga oshiradi.

Kapital qurilishning alohida tarmoqlari, o'z navbatida, alohida xususiyatlarga ega bo'ladi. Masalan, qishloq xo'jaligi qurilishi sanoat qurilishidan, shaharsozlik qurilishi – qishloq qurilishdan farq qiladi.

Qurilishning asosiy xususiyati uning industrlashganligi bilan belgilanadi. Qurilishni industrlashtirish – qurilish tarmog'ida ilmiy-texnik taraqqiyotning asosiy yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Qurilish industriyasi deganda sanoat ishlab chiqarish bloklari va konstruksiyalar holatidan kelib chiqib, qurilish ishlab chiqarishini bino va inshootlarni montaj qilish va yig'ish jarayonini mexanizatsiyalashtirishga aylantirish tushuniladi.

Qurilishni industrlashtirish qurilish ishlarining texnologiyasi bo'yicha keng ko'lamdagi o'zgarishlarni olib kiradi. Qurilishni industrlashtirishning asosiy elementlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi: yig'ma qurilishni rivojlantirish; qurilish-montaj ishlarini mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish; qurilish ishlab chiqarishga zamonaviy texnologiyalarni joriy qilish.

Kapital qurilish ko'p aloqalarni xarakterlaydigan murakkab jarayondir. Uning asosiy xususiyati: ob'ektlarni qurishning texnik va tashkiliy jihatdan murakkabligi; moddiy, mehnat va pul resurslari xarajatlarining ko'pligi hamda ishlab chiqarish siklining davomiyligidir.

Kapital qurilishning asosiy vazifasi ijtimoiy-madaniy ahamiyatga doir ob'ektlar, uy-joy, bino va inshootlarni zamonaviy texnik asosda qurish, mamlakatning ishlab chiqarish salohiyatini oshirishdan iboratdir.

Aholi farovonligining oshishi, moddiy ishlab chiqarish barcha tarmoqlarining yanada rivojlanishi kapital qurilishning hajmi va samaradorligiga bog'liq bo'ladi.

Kapital qurilish o’z vazifasini bajara turib, investitsion jarayonlarda muhim rol o’ynaydi. Investitsion jarayonlarda kapital qurilishning o’rni va ahamiyatini aniqlash uchun kapital qo’yilmalarning texnologik tarkibiga murojaat qilish zarur bo’ladi.

10.1-jadvalda keltirilgan ma’lumotlaridan ko’rinadiki, 2007-2017 yillarda respublikamizda asosiy kapitalga qilingan investitsiyalarning texnologik tarkibida qurilish-montaj ishlarining salmog’i 9,9 foizli punktga oshgan. Ushbu shchsish uskunalar, instrumentlar, inventarlarga qilingan xarajatlar salmog’ining kamayishi hisobiga yuz bergan. Mazkur holat iqtisodiyotning real sektori korxonalarini modernizatsiyalash, texnik va texnologik qayta jihozlashda asosiy fondlarning ko’chmas mulk shakli yaratalishi ulushi ortishi nuqtai nazaridan ijobiy holat hisoblanadi. Chunki, bu holat so’ngi illarda respublikamizning barcha hududlarda aholi farovonligini oshirish uchun amalga oshirilayotgan uy-joylar qurilishi jarayonining faollashuvi bilan bevosita bog’liqdir.

10.1-jadval.

O’zbekiston iqtisodiyotiga qilingan investitsiyalarning texnologik tarkibi[11]

(foiz hisobida)

Iqtisodiyot tarmoqlari	**Yillar**					**2017 yilda 2007 yilga nisbatan o’zgarishi, f.p.**
	2007	**2010**	**2013**	**2016**	**2017**	
Investitsiyalar jami	100	100	100	100	100	x
Shu jumladan:						
Qurilish-montaj ishlari	49,6	52,1	52,8	56	59,5	9,9
Uskunalar, instrumentlar, inventarlarga qilingan xarajatlar	38,1	39	37,4	34	31,6	-6,5
Boshqa ishlar va xarajatlar	12,3	8,9	9,8	10	8,9	-3,4

Ma’lumki, yangi korxonalarni barpo etish, mavjud ishlab chiqarish va noishlab chiqarish ob’ektlarini texnik jihatdan qayta qurollantirish bilan bog’liq bo’lgan moliyaviy, iqtisodiy, moddiy va mehnat xarajatlari yig’indisi kapital qo’yilmalarni anglatadi. O’z navbatida, kapital qo’yilmalar iqtisodiy jihatdan kapital

[11] Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари.

investitsiyalarni anglatadi, ular deyarli bir mazmunni bildiradi. Ular mahsulot ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish sohasida kiritiladigan investitsiyalarni – qo'yilmalarni – xarajatlar majmuasini anglatadi. Iqtisodiy adabiyotlarda kapital qo'yilmalarning mohiyatiga quyidagicha ta'riflar berilgan: «kapital qo'yilmalar - bu asosiy kapitalga yo'naltirilgan real investitsiyalarni (qo'yilmalarni), shu jumladan, yangi qurilish, faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarni texnik qayta qurollantirish, ta'mirlash, kengaytirish, mashina va uskunalar sotib olish, loyiha-qidiruv ishlari, shuningdek, uy-joy hamda madaniy-maishiy qurilishlarni amalga oshirishga yo'naltirilgan xarajatlardir»[12]. Statistik hisobotlarda va iqtisodiy tahlil jarayonlarida bunday investitsiyalarni kapital hosil qiluvchi investitsiyalar deb ham nomlanadi. Iqtisodiy mazmuniga ko'ra kapital qo'yilmalar asosiy fondlarni takror ishlab chiqarishga yo'naltirilgan qo'yilmalarni anglatadi. Umuman olganda, kapital qo'yilmalar aholining ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish va iqtisodiyot tarmoqlarini rivojlantirish uchun mo'ljallangan hamda asosiy fondlarni barpo etish va yangilash bilan bog'liq bo'lgan jami xarajatlarni aks ettiradi.

Asosiy vositalar va boshqa uzoq muddat foydalaniladigan aktivlarni sotib olish, qurish bilan bog'liq xarajatlar kapital sarflar yoki kapital qo'yilmalar deyiladi. Kapital qo'yilmalar bilan xarajatlarni bir-biridan farqlay bilish kerak. Xarajat albatta shu davrda daromad keltirishi kerak. Kapital qo'yilma esa bir necha yillardan keyin daromad keltira boshlaydi.

Kapital qo'yilmalar tarkibiga asosiy vositalar, tabiiy resurslar va nomoddiy aktivlarni sotib olishdan tashqari asosiy vositalarni o'stirish va ularni yaxshilanishiga sarflanadigan xarajatlar ham kiradi. Asosiy vositani o'sishi (additions) deganda ishlab chiqarish quvvatini fizik jihatdan kengaytirish tushuniladi.

Kapital qo'yilmalar bu korxonaning asosiy vositalari va nomoddiy aktivlarini qayta ishlab chiqarish va ular sifat tarkibini yaxshilash borasida qiladigan sarf xarajatlaridir.

«Kapital qo'yilma» tushunchasi «kapital qurilish» tushunchasiga nisbatan kengroq ma'noga ega. Kapital qo'yilmalarning bir qismi qurilishni amalga

[12] Нешитой А.С. Инвестиции: Учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: «Дашков и К⁰», 2006. – С. 13.

oshirishga, shu jumladan, transport vositalari, qishloq xo'jaligi texnikalari, texnologik uskunalar sotib olishga safarbar qilinadi.

Kapital qo'yilmalar quyidagi belgilariga ko'ra tasniflanadi:

1. ishlab chiqarish (mo'ljallangan) ob'ektlari qurilishi;
2. qishloq xo'jaligi (mo'ljallangan) ob'ektlari qurilishi;
3. transport va aloqa ob'ektlari qurilishi;
4. uy-joy qurilishi;
5. ijtimoiy soha ob'ektlari qurilishi.

Asosiy fondlarni takror ishlab chiqarish shakli bo'yicha kapital qo'yilmalar quyidagilarga ajratladi:

6. yangi qurilishga;
7. faoliyat yuritayotgan korxonalarni kengaytirishga;
8. korxonalarni ta'mirlash va texnik qayta qurollantirishga.

Texnologik belgilariga ko'ra kapital qo'yilmalar quyidagi turlarga ajratiladi:

9. qurilish-montaj ishlari;
10. mashina va uskunalarni sotib olish;
11. va boshqa kapital ishlar va xarajatlar.

Kapital qo'yilmalar tarkibi takror ishlab chiqarish strukturasining yo'nalishlari, texnologik struktura, mo'ljallanishi, xalq xo'jalik tarmoqlari, ishlarni bajarish usuli, mablag' bilan ta'minlash manbalariga ko'ra guruhlanadi.

Kapital qo'yilmalar maqsadga ko'ra: a) ishlab chiqarish maqsadlaridagi ob'ektlar qurilishiga (qurilishi tuganlangandan so'ng moddiy ishlab chiqarish sohasi: sanoat, qishloq xo'jaligi, transport aloqa va shu kabilarda ishlaydigan ob'ektlar); b) noishlab chiqarish maqsadlaridagi (turar joy va kommunal xojalik sog'liqni saqlash muassasalari, ijtimoiy ta'minot, xalq ta'limi va boshqa) ob'ektlarga ajratiladi.

Xalq xo'jaligi tarmoqlari bo'yicha kapital qo'yilmalar sanoat, qishloq xo'jaligi, qurilish, transport, sog'liqni saqlash, xalq ta'limi va boshqa tarmoqlardagi kapital qo'yilmalarga ajratiladi.

Kapital qo’yilmalar tarkibi takror ishlab chiqarish strukturasining yo’nalishlari, texnologik struktura, mo’ljallanishi, xalq xo’jalik tarmoqlari, ishlarni bajarish usuli, mablag’ bilan ta’minlash manbalariga ko’ra guruhlanadi.

Takror ishlab chiqarish strukturasining yo’nalishlari bo’yicha kapital qo’yilmalar yangi qurilish, kengaytirish, ta’mirlash, texnik qayta jihozlash va ishlab turgan korxonalar quvvatlarini saqlashga ajratiladi.

Texnologik strukturasiga ko’ra kapital qo’yilmalar quyidagi ish va xarajat turlari qiymatidan tarkib topadi: qurilish ishlarining barcha turlari; uskunalar natijasi bo’yicha ishlar; qurilish smetalarida nazarda tutilgan uskunalar xarajatlari (montaj talab qiladigan va qilmaydigan); qurilish smetasiga kiritiladigan asbob va inventarlar xarajatlari; boshqa kapital ish va xarajatlar.

Yangi qurilish deganda yangi tashkil etilayotgan korxona va tashkilotlarga xizmat ko’rsatuvchi asosiy va yordamchi ob’ektlar majmuining qurilishi tushuniladi, shuningdek, tasdiqlangan loyihalar bo’yicha yangi qurilish maydonida tashkil etilgan ishlab chiqarish bo’limlari tushuniladi. Shuningdek, yangi qurilishga yangitdan tashkil etilayotgan korxonalar, binolar va inshootlar, ishga tushirilgandan so’ng mustaqil balansda bo’ladigan, yangi maydonchada yangi ishlab chiqarish quvvatlarini yaratish maqsadlarida filial va ayrim ishlab chiqarishlarda amalga oshiriladigan asosiy, yordamchi va xizmat ko’rsatish maqsadlaridagi ob’ektlar kompleksining qurilishi kiritiladi.

Kengaytirish deganda faoliyat yurituvchi korxonalar va tashkilotlarda alohida sexlar, qo’shimcha ishlab chiqarish ob’ektlarining qurilishi tushuniladi. Kengaytirishdan maqsad – ishlab chiqarish quvvatini oshirishdir. Ishlab turgan korxonalarni kengaytirish deganda ishlab turgan korxona (inshoot) larda qo’shimcha ishlab chiqarishlarni qurish, shuningdek, ishlab turgan korxona hududi yoki unga qo’shni maydonchada qo’shimcha yoki yangi ishlab chiqarish quvvatlarini yaratish maqsadlarida ayrim sexlar yoki asosiy, yordamchi va xizmat ko’rsatishga mo’ljallangan ob’ektlarni qurish va ishlab turganlarni kengaytirish tushuniladi. Ishlab turgan korxonani kengaytirish, uning ishlab chiqarish quvvatini (unumdorligi) ko’paytirish ishlari yangi qurilish yo’li bilan shunday quvvatlar yaratishdan ko’ra

qisqaroq muddat va kam xarajatlarda amalga oshirilishi lozim.

Ta’mirlash deganda faoliyat ko’rsatayotgan korxona va tashkilotlarda mavjud ishlab chiqarishni, sexlarni va boshqa ob’ektlarni to’liq yoki qisman qaytadan qurish (bunda, qoida tarzida, birinchi darajali ahamiyatga ega bo’lgan mavjud bino va inshootlarni kengaytirmasdan turib, ishlab chiqarish quvvatlarini oshirish maqsadida ularning texnik-iqtisodiy darajasini ko’tarish va ishlab chiqarishni takomillashtirish) tushuniladi. Ishlab turgan korxonalarni ta’mirlash asosiy va yordamchi va xizmat ko’rsatishga mo’ljallangan, ishlab turgan sex va ob’ektlarni ishlab chiqarshni takomillashtirish va ularni texnik-iqtisodiy darajasini oshirish maqsadlarida qayta qurish tushuniladi. Bu, odatda, asosiy maqsaddagi bino hamda inshootlarni kengaytirmay amalga oshiriladi.

Faoliyat yuritayotgan korxona va tashkilotlarni texnik qayta qurollantirish - alohida ishlab chiqarishlarni, sexlarni, uchastkalarni zamonaviy texnika-texnologiyalarni joriy etish, ishlab chiqarishni mexanizatsiyalash va avtomatlashtirish, kompyuterlashtirish, modernizatsiyalash, jismoniy va ma’naviy eskirgan uskunalarni yangisiga almashtirish, ularni intensivlashtirish asosida texnik darajasini oshirish bo’yicha chora-tadbirlar majmuini anglatadi.

Ta’mirlash va texnik qayta qurollantirishning asosiy maqsadi ishlab chiqarishni texnik qayta qurollantirish orqali uning samaradorligini oshirishga qaratiladi va bu, o’z navbatida, mahsulot ishlab chiqarishni ko’paytirish, uning sifatini oshirish va ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish hisobiga amalga oshiriladi.

Yuqoridagilardan ko’rinib turibdiki, kapital qo’yilmalarni amalga oshirishda va investitsion jarayonlarda asosiy rolni kapital qurilish o’ynaydi. Kapital qurilishning investitsion jarayondagi o’rni va ahamiyati quyidagilar bilan izohlanadi:

1. kapital qurilish kapital qo’yilmalarni o’zlashtirishda (amalga oshirishda) qatnashadi. Jami kapital qo’yilmalar summasining 2/3 qismi qurilish-montaj va qurilish tashkilotlari tomonidan bajariladigan qurilish-montaj ishlariga, loyiha-qidiruv va boshqa qurilish ishlariga to’g’ri keladi;

2. kapital qurilish korxonalar ishlab chiqarish quvvatining oshishi va asosiy fondlari o’sishini ta’minlaydi, bu esa, o’z navbatida, aholining turmush farovonligini

oshirish, ishlab chiqarishni rivojlantirish hamda xalq xo’jaligi tarmoqlarini rivojlantirish imkonini beradi;

3. kapital qurilish korxonalarda zamonaviy texnika va texnologiyalarni qo’llanilishi asosida ishlab chiqarishda ilmiy-texnik taraqqiyotni ta’minlaydi;

4. ishlab chiqarish korxonalarini barpo etish jarayonida qurilishning o’ziga xos o’rni shundaki, bir vaqtning o’zida bino va inshootlarni texnologik, energetik va boshqa uskunalar montaj qilish ishlarini amalga oshiraturib, zavod, fabrika, kombinatlarni ishga tushirish uchun sharoitni yaratadi (ta’minlaydi) va shu bilan ularni barpo etishning umumiy jarayonini yakunlaydi (tugallaydi);

5. qurilish tarmog’ida qurilishga qaratilgan investitsion loyihalarni ishlab chiqish bilan bog’liq bo’lgan loyihaviy tashkilotlar (loyiha-qidiruv ishlari bilan shug’ullanuvchi tashkilotlar) faoliyat ko’rsatadi.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Investitsiya loyihalari sifatini boshqarish nima?
2. Investitsiya loyihalari sifatini boshqarishning qanday usullari mavjud?
3. Investitsiya loyihalari sifatini boshqarishni tizimini aytib bering.
4. Texnologiyalarga bo’lgan talab va uning sifatini tekshirish qanday amalga oshiriladi?
5. Ishlab chiqarishga joriy etiladigan xom ashyo, materiallar va yarim tayyor mahsulotlar sifatini baholash va nazorat qilish nima uchun zarur?
6. Loyihaning sifat menejmentining dasturida nimalar aks ettiriladi?

11-BOB. LOYIHA KOMANDASINI BOSHQARISH

11.1. Komandani shakllantirish va rivojlantirish

Inson-loyihaning asosiy omilidir. Har bir moddiy va moliyaviy taminlangan istalgan loyiha. Uni amalga oshiruvchi insonlarsiz mo’rt hisoblanadi.

Loyiha-menejeri, ish faoliyatining turiga qarab, maxsus sohalardan keng ko’lamdagi bilimga ega bo’lishi kerak. Effektiv loyiha boshqaruvchisi, loyihaning hamma hayotiy davrlarini mufassal tushunishi lozim. Lekin,, uning ish faoliyatidagi muhimroq va ko’p qirrali sohalardan – bu ko’pchilik bilan natija beruvchi hamkorlik qilishdir: guruh azolari, firma ishchilari, loyiha ishtirokchilari, to’g’ri va bevosita tasir etadigan atrof- muhitdir.

Bu faoliyat sohasining ustunligini, ko’pchilik mutaxassis - menejerlar orasida o’tkazilgan so’roq natijalari tasdiqlaydi

So’roqdan o’tganlarning 82 foizi loyiha muvaffaqiyatli amalga oshishida tasir etuvchi omillardan – insonlararo munosabatni birinchi o’ringa qo’yishdir.

Loyiha-menejmentining insoniy jihatlari loyihaning hamma davrlarida o’z aksini topadi, chunki muzokaralar, majlislar, qaror qabul qilinganda, kelishmovchiliklar hal qilinayotganda va aloqaning boshqa turlari loyihani amalga oshirishda asosiy omildir.

Loyiha - menejeri insonlarni ajrata bilishi, ulardan qanday vaziyatda nima kutish mumkinligini avvaldan taxmin qila olishi kerak. Bu ma’lumotlar unga guruh azolari, firma ishchilari, buyurtmachilar va boshqa loyiha ishtirokchilari bilan til topishida yordam beradi.

Inson psixologiyasini tushunish, unga muzokaralarda, majlislarda, kelishmovchiliklarda to’g’ri o’rin egallashda ko’maklashadi.

Ijtimoiy hayotning turli xil sohalarida muvaffaqiyatga erishgan, ko’pchilik odamlar, jamiyatda o’z hulq-atvorlarini va munosabatlarini to’g’ri «programmalashtirishni»bilganlar, shuningdek, aloqada bo’lish va odamlarga tasir qilishni psixologik jihatlari haqida ma’lumotga ega bo’lganlar va bu bilimlardan

amaliyotda muvaffaqiyatli foydalanganlar. 2 ta sabab mavjudligi: yo’naltirilmagan aloqa vaziyatida ishlash va vaqtning yetishmovchiligi–doimiy stress sharoitida ishlaydigan loyiha–menejerlarni tayyorlashda psixologiyani kiritishga yetarlicha asos yaratdi.

Bugungi kunga kelib, psixologik dadillikka va mustahkamlikka erishish uchun, atrofdagilarga tasir etish usullari va o’z taqdirlarini shakllantirish uchun yordam beruvchi turli xil metodika va retseptlar mavjud.

Loyiha-menejerlarini psixologik tayyorlashda, bir vaqtda o’qitish maqsadi hamda psixologik bilimga ega bo’lish vositasini o’taydigan testlardan foydalanish zarur.

O’zini bilib olish hamma uchun foydali, ayniqsa, ishning muvaffaqiyatliligi, ularning to’g’ri yoki noto’g’ri xarakatlariga bog’liq bo’lgan boshqaruvchilarga, o’zini bilib, hulq-atvorni ham to’g’irlash mumkin: kamchiliklarni, agar ularni umuman yo’qotish mumkin bo’lmasa, kamaytirish, yaxshi fazilatlarni esa rivojlantirish kerakdir. O’zining kuchli va kuchsiz taraflarini yaqqol tasavvur qilgan holda, turli xil qiyin, murakkab vaziyatlarda avvaldan to’g’ri yo’l va fel-atvor shaklini tanlash mumkin.

Turli xil odamlarning muloqot qilishi va ularning turli xil vaziyatdagi xarakatlarining ahloqiy asosini shaxslarining psixologik tavsiflari tashkil qiladi. Shuning uchun, asosiy bo’limdagi bu mavzu insonning psixologik xislatlari va tavsiflarini o’rganish va aniqlashga bag’ishlanadi. Buni aniqlash uchun esa amaliy psixologiyada ko’pgina turli xil testlar mavjud.

Loyiha–menejeri va uning komandasi bir yoqadan bosh chiqargan holda ish yuritishlari lozim-bu loyiha muvaffaqiyatligining belgidir.

Yangi loyiha uchun professional komanda tuzish-bu loyiha–menejerning ishidagi birinchi bosqichida bajariladigan asosiy vazifalaridandir.

Bu jarayon turli xil bo’lim va tashkilotlardan ishbilarmonlarni aniqlash, tanlash va bir guruhga birlashtirish jarayonida boshqaruvining turli yo’nalishlarini bilishni talab qiladi.

Qo’sh bo’ysunish mavjud bo’lgan matritsa tuzilmalarida tanlov, funksional bo’lim boshliqlari bilan kelishilgan holda, loyiha-menejer orqali suhbat bilan amalga oshirilishi kerak. Tanlov jarayonida loyihaning maqsadi va vazifalari, kutilayotgan natijalar, imkoniyatlar sarflanishi, komanda azolarining masuliyatlari, hisobot, mukofotlanish va firma uchun loyihaning muhimligi haqida suhbat boradi.

Agar nomzod yetarli darajada lavozimga qo’yilgan professional shartlarga javob bersa, loyiha muvaffaqiyatligida manfaatdorligi yaqqol ko’rinib tursa, u komandaga qabul qilinishi mumkin.

Loyiha-menejeri turli xil usullar bilan mutaxassislar guruhini komandaga aylantirish jarayoniga o’z hissasini qo’shish lozim.

Avvalambor, loyihada ishtirokchilar tez orada o’zlashib borishi uchun qulay psixologik iqlim yaratib berishlari kerak. Loyiha-menejeri quyida ifodalangan asosiy tashkiliy muammolarni hal qilinishi lozim.

- professional–rag’batlantiruvchi muhit yaratish;
- savodli rahbarlikni amalga oshirish;
- malakali texnik ishchilar bilan taminlash;
- doimiy qulay atrof-muhit va rahbar yordami bilan taminlash.

Loyiha rahbari shunday muhit yaratishi kerakki, unda yangi loyiha bajaruvchi komanda ishtirokchilari professional jihatidan qondirilishi, umumiy ishga biriktirilishi, javobgarlik meyorini va o’z vazifalarini aniq bilishi zarur.

Guruh tuyg’usi qanchalik chuqur bo’lsa, shunchalik ma’lumotlar, fikrlar va qarorlar almashinuv sifati yuqoriroq bo’ladi, loyiha muvaffaqiyatliligidagi manfaatdorlik ancha baland bo’ladi.

2. Komanda – bu vaqtinchalik guruhligiga va firma ichida tashkil qilinishiga qaramay, o’z tuzilishiga ega. Komandaning tashkiliy qismi, loyihaning maqsadi, vazifasi va boshqa ko’rsatkichlariga bog’liq.

Loyiha-menejment amaliyotida loyiha bajaruvchilar komandasining asosiy 2 xil qismidan foydalanadi.

Komanda tuzilmasining matritsa shakli.

Matritsa shaklining mohiyati shundaki, loyiha bajaruvchilar komandasiga, vaqtinchalik shartnoma asosida, firmaning funksional bo'limlardan mutaxassislarni tanlab olishdir. Matritsaviy shakl, loyiha boshqaruvining insoniy jihatlari nuqtai nazaridan imtiyoz va kamchiliklari mavjud.

Imtiyozlar:

- komandani tashkil qilish va rivojlantirishda ixchamlik;
- firmaning funksional bo'limlarining vakolatlari;
- komanda azolarida ertangi kunga ishonch tuyg'usi borligi.

Loyiha-menejeri, berilgan davr mobaynida ish miqdorini (hajm, sig'im) bajarish uchun funksional bo'limlardan yetarli darajada mutaxassislar tanlash imkoniyatiga ega.

Miqdorning ko'payishi yoki kamayishida, yoki ishning yangi turlari yuzaga kelganda, u firma bo'limlari hisobiga komanda tarkibini sifat va miqdor jihatidan o'zgartirishi mumkin. Bu komanda rivojining tabiiy jarayoni.

Loyiha bajaruvchilar komanda ichida o'z funksional bo'limlar yaratilmaydi, shuning uchun alohida mutaxassislarning vazifalari va vakolatlari aynan loyihaga bevosita aloqador bo'lganlar, firma funksional bo'limlari vakolatlari bilan kesishmaydi.

Loyiha tugagach, komanda ishtirokchilari o'z funksional bo'limlariga qaytib, firmada ishlashni davom ettirishadi. Loyiha bo'yicha ishlar yakunlanishi, ularda xavotirlanish, ishonchsizlik tuyg'usi, ish qidirish zaruratlari bilan bog'liq emas. Bu matritsa tuzilmasining muhim ijobiy omillaridandir.

Kamchiliklar:

- yakkahokimlik asosi yo'qligi;
- kollektivning vaqtinchaligi;
- firma «chegaralarida» imkoniyatlarini taqsimlash muammosi;
- firma ichida o'zaro munosabatning qiyinchiligi.

Komandaning matritsa tuzilmasining asosiy kamchiligi bu yakka hokimlik asosining buzilishi. Vertikal va gorizontal aloqalarning kesishishi, komandani tashkil qilish va boshqarishda qiyinchiliklar yaratadi.

Doimiy dilemma: nima muhimroq funksional bo’limga sodiqligini yoki loyiha bajaruvchilar komandasiga mansubligi.

Yakkaxonlik yo’qligi, shu bilan birga, loyiha-menejer uchun muhim muammolar tug’diradi. Boshqa boshqaruvchiga, qisman bo’yicha ham, bo’ysungan odamlarga rahbarlik qilish qiyin, albatta.

Loyiha vaqtinchaligi tuyg’usi rahbar, hamda butun guruhini qiynaydi. Komanda ishtirokchilari bir-birilarini tushunishlari, til bildirishlari, do’stona munosabatlar o’rnatishlari vaqt zarur. Kichik loyihalarda, ko’pincha, bu jarayon tugallanmay qolishi mumkin. Ajratilish juda tez sodir bo’ladi, o’zaro munosabatlar uziladi.

Ishtirokchilar mavqeining vaqtinchaliligi, ikki taraflamaligi firma ichida ham kelishmovchiliklarini yuzaga keltiradi. Kelishmovchiliklar, mutaxassislarni ajratib olish va firma ichida imkoniyatlarning taqsimlanishi kabi muhim masalalar bo’yicha yuzaga keladi. Loyiha-menejerning firma boshlig’i bilan, funksional bo’lim rahbarlari bilan o’rnatgan munosabatlari ham ko’pchilik narsaga ta’sir qiladi.

Komanda tuzimining loyihaviy shakli.

Katta hajmdagi loyihani boshqarish uchun, ko’pchilik firmalar maxsus loyihaviy shakldan foydalanadigan bo’lishdi. Yangi shaklning funksional bo’limlari esa loyiha bajaruvchilar komandasini tashkil qiladi.

Bu tashkiliy shakl ham, afzallik va kamchiliklarga ega.

Imtiyozlar:

- yakkaxonlik asosi;

- firma ichida mavqening tayinligi;

- imkoniyatlar to’planib loyiha natijasida, butun komandaning diqqat-e’tibori to’planishi.

Komanda uzoq muddatga tuzilayotgani sababli, u to’liq loyiha va uning rahbariga yo’naltirilgan. Loyihaviy shaklning muhim afzalligi shundaki, ishtirokchilarning diqqat-e’tiborini faqat loyihaning asosiy maqsadiga yo’naltiriladi.

Komandaning doimiy guruhi, uzoq muddatga yig’ilgan holda, o’zlarining tarkib topishlarning vaqtinchaligini anglab yetishmaydi va firmada ma’lum bir

mavqeni egallashadi. Qoidaga muvofiq, yirik miqyosdagi loyihalar, kichik loyihalar bo'lsa ham, firmada martabali hisoblanadi, bu esa mutahassislar tanlab olishda va imkoniyatlarni taqsimlashda juda muhim. Shu bois, loyiha-menejer bu kabi muhim masalalardagi qiyinchiliklarga duch kelishi vaziyatlari kamayadi.

Kamchiliklar:

- firma ichidagi funksiyalarning;
- komandani qayta tuzish va rivojlantirishda ixchamlik yo'qligi;
- loyiha tugagach, komanda a'zolaridagi ishsiz qolish xavfi.

Loyiha bajaruvchilar komandasidagi firma funksional bo'limlari filiallari mavjudligi, funksiyalarning olib keladi.

Bu, firmaning qo'shimcha harajatlari bilan bog'liq. Komandaning funksiya va vakolatlari, firmaning asosiy funksional bo'limlari bilan kelishuvi kelishmovchiliklarni yuzaga keltiradi. Loyiha-menejer komandaning qaytadan tuzilishi yoki rivojlantirish jarayonida, ortiqcha mutaxassislarni ish bilan ta'minlash va firmaning asosiy bo'limlaridan yangilarini ajratib olish kabi kamchiliklarga duch keladi.

Yirik loyiha tugashi bilan, ko'pchilik ishtirokchilar avvalgi ish joylariga qaytib borish imkoniyatiga ega emaslar. Bu 2 xil usul bilan yuzaga keladi:

Birinchidan, xuddi shu loyiha-menejeriga topshiriladigan yirik loyihalarga yangi buyurtma ko'tarilmoqda.

Komanda a'zolari, loyiha yakunlanishining oxirgi bosqichlarida ishlab chiqarishni ko'tarishga harakat qilishadi, shu bilan, yangi loyihada bajaruvchilar komandasidagilar o'zlarining zarurliklarini ko'rsatadi.

Ikkinchidan, yangi loyiha kutilayapti. Loyiha yakunlanish bosqichida ishlab chiqarish ancha va tez pasayib ketdi, chunki hamma ishtirokchilar yangi ish joyi topish tashvishidalar.

Ikkinchi holatda, proyekt-menejer vazifasi komanda ish faoliyatini jadallik bilan ko'tarish uchun yangi, undaydigan sabablar topish va loyiha tugagach, qo'lidan kelgancha, o'z hamkasblarini ish bilan ta'minlashidir.

Uchinchidan, loyiha bajaruvchilar komandasi, asosan, 5 ta bosqichni boshidan o’tqazadi. Ulardan asosiysi «shakllanish» hisoblanadi.

Shakllanishi.

Komanda a’zolari majburiylik va ehtiyotkorlik tuyg’ulari bilan birga yig’ilishadi. Komanda natijaviyligi bu bosqichda past bo’ladi, chunki uning a’zolari tanish emaslar va bir birligida ishonch hosil qilmaganlar.

Komanda shakllantirishdagi asosiy qiyinchiliklarni quyidagicha ifodalash mumkin:

Shaxsiy his-tuyg’ular:

Men o’zimni komanda a’zosi deb bilamanmi?

Komandada ishlashga loyiqmanmi?

Kim menga yaxshi va kim yomon munosabatda?

Komandadagi o’zaro munosabatlar:

Kim ko’proq obro’-e’tiborga ega?

Faqatgina ish yuzasidan munosabatlar emas, balki do’stona munosabatlar yuzaga kela oladimi?

Kim bilan o’zaro aloqador?

Firmada vaqtinchalik komandaning o’rnini aniqlash:

Nima muhimroq – komandaga tegishlilikmi yoki bo’limgami?

Vaqtinchalik vazifalar va doimiy ish joyi o’rtasidagi kelishmovchilik.

Loyiha rahbariyat tomonidan quvvatlanadimi?

Bu bosqichda loyiha-menejeri qo’lidan keladigan, yuqoridagi qiyinchiliklarni cheklashtirib komandani loyihaning asosiy bosh maqsadi sari birlashtirish lozim.

Quyidagi masalalarni ko’rib chiqish yuzasidan umumiy yig’ilish va majlislar o’tkazish tavsiya qilinadi.

Biz bir guruh bo’lib ishlayapmizmi?

Bizning qudratimiz nimada va qanday kamchiliklarimiz bor?

O’zaro munosabatlarimiz qanday shakllanmoqda?

Nimani va qanday usullar bilan yaxshilashimiz mumkin?

Istalgan o’zgarishlarga erishish uchun, qanday yo’l tutish lozim?

Yaqin kelajakda qanday masala va qiyinchiliklarga duch kelish ehtimoli mavjud?

Bu bosqichda asosiy maqsad muhitida umumiy qonun qoidalar va qadr-qiymatlar shakllanadi.

11.2. Komandaning samarali faoliyatini tashkil qilish

Boshliqlar har doim, kishilarni ishlashga undash kerakligini anglab yetishgan. Lekin, ular, buning uchun faqat moddiy mukofotlashning o'zi kifoya deb hisoblashardi. Bunday yondashuv kamdan-kam muvaffaqiyatsiz bo'ladi. Asosi noto'g'ri bo'lsa ham, pul har doim kishini tirishqoqlik bilan ishlashga undaydi, degan noto'g'ri fikr mavjud.

Oxirgi 30 yil davomida ishlab chiqilgan motivatsiya nazariyalari shuni ko'rsatadiki, kishini jadallik bilan ishlashga undaydigan haqiqiy istakni aniqlash mushkul va ular juda murakkab. Ammo, motivatsiyaning, zamonaviy turlarini egallab olib, rahbar loyiha va tashkilot maqsadlariga erishish yo'lidagi barcha masalalarni yechishda yordam beruvchi ma'lumotli ishchi yollash imkoniga ega bo'ladi.

Rahbarlar o'z qarorlarini ishlarida aks ettirishadi, amaliyotda esa motivatsiyaning asosiy asoslaridan foydalanadilar. Boshqaruvga nisbatan, motivga quyidagicha tarif berish mumkin.

Motivatsiya – bu tashkilot maqsadlariga erishishga yo'naltirilgan faoliyatga kimnidir rag'batlantirish jarayoni.

Ijtimoiy-iqtisodiy sharoit roli ustunligi natijasida, turli xil metodlar effektiv bo'lishi mumkin. Masalan, Adam Smitning «Omma boyligining sabablari va tabiati bo'yicha tadqiqotlar» kitobidagi «iqtisodiy kishi» konsepsiyasi, u yerda, kishiga imkoniyat borishi bilanoq, o'z iqtisodiy holatini yaxshilashga xarakat qiladi, deb ta'kidlanadi. A.Smit qilgan xulosasi, o'sha davrga, ko'pchilik ishchilar yashash uchun qiyinchilik bilan kurashayotganda, juda to'g'ri keladi.

Motivatsiyaning zamonaviy nazariyasi psixologik tadqiqotlar natijasiga asoslangan bo’lib, ularni tarkibiy va xarakat nazariyalariga ajratish mumkin.

Motivatsiyaning tarkibiy nazariyasi, kishini aynan shunday, o’zgacha emas, xarakat qilishga undaydigan ichki istaklarga o’xshash ehtiyojlarga asoslangan.

Birmuncha zamonaviy xarakat nazariyalari esa, kishilarning, hayotni qanday sezishi va anglashini hisobga olingan holda, xarakatlarida asoslanadi.

Bu nazariyalar turli xil bo’lgani bilan, ular bir biridan istisno emas. Yana shuni aytib o’tish kerakki, bu faqatgina nazariya bo’lmay, balki menejment amaliyotida uchraydigan muammolarni yechishda keng qo’llaniladigan usuldir.

Bu nazariyaning ma’nosini anglab yetish uchun , avval asosiy tushunchalarga tarif berish kerak: ehtiyojlar va mukofot.

Psixologlar shuni takidlashadiki, kishi nimanidir fiziologik yoki psixologik yetishmovchilik sezganda, ehtiyojni sezadi. Lekin,, aniq bir kishi ma’lum bir vaziyatda ehtiyoj sezmasligi mumkin, lekin, shunday ehtiyojlar borki, uni har bir odam sezadi. Ehtiyojlarni kuzatish yoki o’lchash mumkin emas. Ularning mavjudligidan kishi harakati dalolat beradi. Psixologlar, kishilarni kuzatgan holda, ehtiyojlar xarakat motivi ekanligini aniqlashdi. Motivatsiyaning tarkibiy nazariyasi, bu umumiy insoniyat ehtiyojlarini ma’lum bir darajada guruhlashni taqdim etishdi. Shu kungacha hamma qabul qiladigan aniq ehtiyojlarga o’xshagani yo’q. Ammo, ko’pchilik psixologlar ehtiyojlarni birinchi va ikkinchi darajalilarga bo’linishini qabul qilishadi.

Birinchi darajali ehtiyojlar, tabiatan fiziologik va tug’ma hisoblanadi. Masalan, ovqatda, suvda ehtiyoj, nafas olish, uxlashda ehtiyoj.

Ikkinchi darajali ehtiyojlar esa psixologik. Masalan, muvaffaqiyatda, hurmatda, bog’lanishda ehtiyoj.

Birinchi darajali ehtiyojlar genetik solib qo’yilgan, ikkinchi darajali ehtiyojlar esa, tajriba orqali orttiriladi. Kishilar orttirgan tajribalari turli xil bo’lgani sababli, kishilarning ikkinchi darajali ehtiyojlari farq qiladi, birinchi darajali ehtiyojlarga nisbatan.

Motivatsiya muammolarini tahlil qilish jarayonida, kishilarni ko'proq ishlashga undirish uchun mukofot qo'llanilishiga duch kelsa bo'ladi. Motivatsiya haqida gapirilayotganda mukofot so'zi, pul yoki huzur–halovatga nisbatan, keng ma'noga ega.

Mukofot-bu kishi o'zi uchun qadrli deb bilgan barcha narsalar. Lekin, qadr-qiymatlar tushunchasi har xil tushuniladi , shu sababli mukofotga va qadr-qiymatga baho turlicha. Masalan, yuz dollarlik pul to'la bo'lgan chemodan, madaniy millat ko'pchiligi bilan juda ham qadrli mukofot deb qabul qilinadi, vaholanki, oddiy «qabila» uchun chemodan qadrliroq, u yerda bo'lgan pulga ko'ra. Shunga o'xshash vaziyat, o'ziga to'q kishi, unga katta miqdorda bo'lmagan puldan ko'ra, bir necha soatli samimiy do'stona munosabatni afzal ko'radi.

Rahbar mukofotning eng katta turlari bilan ish olib boradi: ichki va tashqi. Ichki mukofotni ish o'zi beradi. Masalan, bu natijaga erishishganlik, bajarilgan ishning ma'nodorligi va ahamiyatliligi, o'zlikni hurmat qilish hissi. Ish jarayonida yuzaga keladigan do'stlik va muomalaga ham ichki mukofot sifatida qaraladi. Ichki mukofotga erishining eng oson yo'li - bu ishga xos shart-sharoit yaratish va masalani aniq ko'rsata bilishi.

Tashqi mukofot –bu mukofotning shunday turiki, asosan, mukofot so'zini eshitgan zahoti yuzaga keladigan turidir. Tashqi mukofot ishdan emas, balki tashkilotdan beriladi. Masalan, oylik pul lavozimda ko'tarilishi va boshqalar. Rahbar ishchilarining ehtiyojlarini hisobga olsagina, ichki va tashqi mukofotlarni qanday va qaysi miqdorda qo'llash kerakligini biladi. Motivatsiyaning tarkibiy nazariyasining maqsadi ham shundan iborat.

11.3. Komanda personalini boshqarish

Komanda personalini boshqarish loyiha boshqaruvida alohida va asosiy o'rinni egallaydi. Shunga ko'ra, loyiha boshqaruvida komanda personalini boshqarishni tashkil etishda quyidagilar e'tiborga olinadi.

1. Personalni boshqarish tizimi

❖ Mehnat bozori. Xodimlarni kategoriyalar bo’yicha tasniflash

❖ Xodimlarni boshqarish tizimi

2. Kadr siyosati

➢ Kollektivning shakllanishi

➢ Kadr siyosati

3. Boshqaruvni tarkibiy reglamentlash va xodimlarni qabul qilish

➢ Boshqaruvni tarkibiy reglamentlash

➢ Xodimlarni qabul qilish

4. Xodimlarni saralash

➢ Xodimlarni saralash

➢ Xodimlarni saralashda suxbat va sinov o’tqazish

Personalni boshqarish tizimi

❑ **Mehnat bozori. Mehnat resurslari:**

❑ tashkilot tushunchasi. Umumiy maqsadlarga erishish uchun odamlar guruhi faoliyati ongli ravishda muvofiqlashtiriladi.

❑ Tashkilot ta’riflari, turlari

❑ Boshqarish zaruriyati. Resurslar, tashki muhitga bog’liqligi, mehnat taqsimoti, tashkilot bo’linmalari (tuzilmalari)

❑ Mehnat bozori va mehnat resurslar tushunchasi

❑ **Xodimlarni kategoriyalar bo’yicha tasniflash:**

❑ tashkiliy tuzilishi tushunchasi

❑ Mehnatni gorizontal taqsimoti

❑ Mehnatni vertikal taqsimoti

Xodimlarni boshqarish tizimi:

➢ Resurslarni (mehnat resurslarni) rejalashtirish

➢ Personalni qabul qilish

➢ Personalni tanlab olish, saralash

➢ Ish xaqi va imtiyozli aniqlash

➢ Proforientatsiya va adaptatsiya

- O’qitish
- Mehnat faoliyatini baholash
- Martabani oshirish, pasaytirish, boshqa lavozimga o’tkazish va ishdan bo’shatish
- Rahbar-xodimlarni tayyorlash, xizmat lavozimini oshishini boshqarish

Kadr siyosati

- **Kollektivning shakllanishi**
- **Kadr siyosati:**

- yuqori malakali xodimlar bilan tashkil etilishini ta’minlash, shu jumladan rejalashtirish, saralash va ishga qabul qilish, xodimlarni ketishini taxlil qilish;

- Xodimlarga bo’lgan mavjud va kelajakdagi ehtiyojlarni hisobga olgan xolda personalni son va sifat jixatdan optimallashtirish, xodimlarning potensialini samarali ishlatish;

- Xodimlar malakasini oshirish, proforientatsiya va qayta tayyorlash, attestatsiyalarni o’tkazish va malaka darajalarini baholash, lavozim bo’yicha martabani oshirishni tashkil etish;

- Mehnat samaradorligini oshirish, rag’batlantiruvchi usullarni takomilashtirish, mehnat muxofazasini ta’minlash, ijtimoiy to’lovlar

- Mehnat qonunchiligi bilan ko’zda tutilgan xuquq va majburiyatlarni ijro etilishiga sharoitlarni ta’minlash

Xodimlarni saralash:

- Xodimlarni saralash
- Xodimlarni saralashda suxbat va sinov o’tqazish

Personalni boshqarish (personal menejmenti) — korxona darajasida ishchi kuchi potensialining normal rivojlanishi, amal qilishi va undan samarali foydalanish yuzasidan o’zaro bog’langan tashkiliy-iqtisodiy va ijtimoiy chora-tadbirlar tizimidir.

Inson resurslarini boshqarish tajribasining eng o’ziga xos elementlari quyidagilardir:

- band bo’lgan xodimlarni tanlash, yollash va trenning sifatiga e’tibor qaratish;

❑ hamkorlik va qabul qilingan qarorlarni amalga oshirishda qulay muhit yaratish uchun guruhiy mehnat usullarini tadbiq etish;

Kadrlarni boshqarish

❑ Inson resurslarini boshqarish

❑ Xodimlarni vertikal boshqarish, "kadrlar" - alohida vazifadir

Kadrlar bo'limida markazlashgan kadrlar vazifasi; mutaxassislar rejalashtiradi, asoslab beradi va h.k., muntazam rahbarlar mehnatni boshqaradilar.

Kadrlarni rejalashtirish - ishlab chiqarishni rejalashtirish oqibati va unga javob, tomonlama aloqa.

Maqsad – kerakli o'rinlarda va kerakli vaqtda kerakli kishilar borligini ta'minlash va ortiqcha kishilarni ozod qilish.

Kadrlar siyosati iqtisodiy va ijtimoiy hamkorlik o'rtasida murosa-madora o'rnatishga qaratilgan Gorizontal boshqarish va barcha resurslar to'g'risida g'amxo'rlik qilish, buyruqni avj oldirishga e'tibor berish.

Muntazam boshqarishda markazlashmagan kadrlar vazifasi. Boshqaruv bo'linmalarining barcha resurslarini boshqarishga va maqsadga erishishga javob beradi. Personal bo'yicha mutaxassislar muntazam menejerni qo'llab-quvvatlaydi.

Inson resurslarini rejalashtirish korporativ rejalashtirishga to'liq qo'shilib ketgan, aloqa ikki tomonlamadir.

Maqsad – mavjud inson resurslarini, malaka va potensiallarini kompaniyaning strategiyasi va maqsadlariga muvofiqlashtirish. Bandlar korporatsiya strategiyasining mavzu raqobatining ustunligi, «komanda o'yinchilari», korxona investitsiyasining bir qismi.

Inson resurslarini boshqarish yaxlit korporativ madaniyatini rivojlantirishga va tashkilotning joriy ehtiyojlarini atrofdagi ish muhiti bilan muvofiqlashtirishga qaratilgan.

Inson resurslarini boshqarish tajribasidan bir qator ustuvor yo'nalishlarni ajratib ko'rsatish mumkin:

- inson resurslarini boshqarish (IRB) vazifalarini kompaniya prezidentiga yoki uning birinchi o'rinbosariga bo'ysundirish.

❖ o’z kompaniyasining odamlariga birinchi navbatda lavozimlarga ko’tarish;

❖ erishilgan natijalarni rivojlantirishdan faxrlanishga katta e’tibor berish;

❖ rahbarlar bilan xodimlar o’rtasida vazifa jihatidan bo’lgan farqlanishni kamaytirish (ular foydalanadigan alohida restoranlarni, ustunlik va imtiyozlarni tugatish);

❖ qulay mehnat va atrof-muhit sharoitini yaratish;

❖ oshkora kommunikatsiyalarni rag’batlantirish;

❖ xodimlarni boshqa ish topishga urinmasdan turib, ularni ishdan bo’shatishning mumkin emasligi;

❖ har bir xodimda «komanda» madaniyatini shakllantirish;

❖ personalning korxona va tashkilot foydasida ishtirok etishi;

❖ xodimlar malakasini oshirish;

❖ xodimlarning o’zi ishlaydigan kompaniyadan tashqari ishlarda ham ishtirok etishini rag’batlantirish.

Personalni boshqarishdan inson resurslarini boshqarish sari ro’y beradigan siljish kelgusidagi tarkibiy qayta ko’rishlar asosda yotgan sabablar, boshqaruvning barcha bosqichlarida inson rolining ortishi o’z ta’sirini o’tkazadi, deb tasavvur qilish mumkin. Bir tomondan, personalni boshqarish vazifasining roli ortadi, menejmentning o’zi ancha murakkab bo’lib qoladi. Ayni vaqtda kadrlar sohasidagi mutaxassislar korxonaning strategiyasiga muvofiq perspektiv boshqarishdan ko’ra «qizg’in» ishlar bilan ko’proq shug’ullanadilar. Muntazam rahbarlar personalni boshqarish sohasidagi mutaxassislardan ajralib qolganlar. Muntazam menejmentdan asos bo’ladigan eng muhim vositalar (ish haqi, yollash, ishdan bo’shatish va shu kabilar) olib qo’yilgan. Malakani oshirish endi birinchi darajali vazifa sifatida qarab chiqilmaydi.

Ikkinchi tomondan, raqobat keskin tarzda ortadi, xarajatlarning kamayishiga nisbatan tazyiq o’tkaziladi, tashkiliy tuzilmalar o’zgaradi, biznesni tashkil etish mahsulotlar va iste’molchilar atrofida «quriladi». Shu bilan birga, faqatgina detsentralizatsiya ortib qolmasdan gorizontal integratsiyaning zarurligi ham ortadi. Ayni bir vaqtda xodimlar bilim va malaka darajasining roli keskin ravishda

kuchayadi va bu bilan mutaxassislarning iste’dodi uchun raqobat darajasi ham kuchayadi.

Barcha sanab o’tilgan jarayonlar va tendensiyalar muqarrar ravishda iqtisodiyot sohasida yangi vazifa – inson resurslarini boshqarishning paydo bo’lishiga olib keladi. Bunday holat pirovard natijada, jahon tajribasining guvohlik berishicha, kelajakda personalni boshqarish konsepsiyasi va amaliyotini siqib chiqaradi. Mazkur jarayonlar quyidagicha yo’l bilan ro’y beradi.

1. Personalni baholash tizimi

❑ Personalni baholash tizimini maqsadi va ahamiyati, nazariy va amaliy asoslari

❑ Xodimning potensialini va individual xissasini baholash

❑ Xodimlarning attestatsiyasi

2. Xodimlarni o’qitish tizimi

✓ Xodimlarning ko’p darajali o’qitish tizimi

✓ Professional tayyorlovi

✓ Malakani oshirish

3. Xodimlarni lavozimlar bo’yicha butlash va ularning zaxirasini shakllantirish

✓ Xodimlarning lavozimlar bo’yicha butlash prinsiplari va uslublari

✓ Martabani tipik (toifali) modellari

4. Xodimlar ish joyini shakllantirish

Xodimlar ish joyini shakllantirish bo’yicha asosiy yo’nalishlari

Xodimlarni baholash tizimi:

❑ **Personalni baholash tizimini maqsadi va ahamiyati, nazariy va amaliy asoslari**

❖ rejalashtirish bosqichida, xodimlarga ehtiyojni aniqlashda baholash;

❖ jalb qilish bosqichida, xodimlarni tanlashda baholash;

❖ xodimlarni malakasani oshirishning ehtiyojni aniqlashda baholash;

❖ xodimlarni attestatsiya o’tkazishda baholash;

❖ rag’batlantirishda baholash;

❖ xodimlar zaxirasini rejalashtirishda baholash

Baholash asoslari:

✓ har bir ish joyining standartlari;

✓ baholash siyosati;

✓ bahoni muxokama qilish, qaror qabul qilish;

✓ baholarni xujjatlashtirish.

Xodimning potensialini va individual hissasini baholash

Baholash ko'rsatichlari:

- ✓ ishning samaradorligi;
- ✓ professional ishtiroki;
- ✓ shaxsiy ko'rsatkichlari

Faoliyat natijalarga erishishdagi xodimni individual hissasini baholash:

- faoliyatni rejalashtirishda;
- faoliyatni tashkillashtirish va boshqarishda;
- faoliyatni nazorati va hisobi.

Shu qatorda:

- ishdagi o'zaro hamkorligi va jamoatchiligi;
- vazifalarni yechishda mustaqilligi;
- qo'shimcha ma'suliyatga tayyorligi

Xodimlarning attestatsiyasi

✓ xodimni bilimi, malakasi va qobiliyati bo'yicha;

✓ xodimni kuchli va kuchsiz tomonlari aniqlashda;

✓ xodimni o'qishga va boshqa ehtiyojlar aniqlashda;

✓ xodimlarning joriy holati attestatsiyasi.

Xodimlarni o'qitish tizimi:

✓ Xodimlarning ko'p darajali o'qitish tizimi

✓ ish joyi talablari, malakasi va kategoriya bo'yicha talablar, texnik va qo'shimcha talablar kelib chiqqan xolda o'qitish;

✓ raqobat ta'siri, mijozlar, hamkorlar talablari kelib chiqqan xolda o'qitish;

✓ xodimlar professional tayyorgarligi va malaka oshirishga bo'lgan talablar.

Xodimlarni o’qitishga va malakasini oshirishga bo’lgan tashkilot imkoniyatlari.

- ✓ Professional tayyorlovi
- ✓ Malakani oshirish.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Investitsiya loyihasi komandasini boshqarishning zarurligi nimada?
2. Investitsiya loyihasi komandasini boshqarishni joriy qilishning ahamiyatini tushuntirib bering.
3. Investitsiya loyihasi komandasi faoliyatini nazorat nima uchun zarur?
4. Investitsiya loyihasi komandasi xodimlarini boshqarishning asosiy vazifalari nimalardan iborat?
5. Investitsiya loyihasi komandasida personalning ahamiyati nimada?
6. Investitsiya loyihasi komandasini boshqarish tizimi nimalarni o’z ichiga oladi?
7. Loyihada kadrlar siyosati nimalarga qaratiladi?

12-BOB. LOYIHANI YAKUNLASH

12.1. Loyihani ishga tushirishga tayyorlash. Uskunalarni ishga tushirish, dastlabki sinovdan o’tkazish va uning ish sifatini nazorat qilish

Loyihani ishga tushirish ishlariga texnologiyalarni individual sinovdan o’tkazish va kompleks tekshirishga tayyorlash hamda ularni amalga oshirish jarayonida bajariladigan chora-tadbirlarni keltirish mumkin. Bunda texnologiya sifatida barcha texnologik tizim, ya’ni: loyihada ko’zda tutilgan mahsulotning birinchi partiyasini ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko’rsatishni ta’minlovchi texnologiyalarning barcha turlari kompleksi, truba o’tkazgichlari, bino-inshootlar va qurilmalar ko’zda tutiladi.

Individual sinov davri o’z ichiga kompleks sinovdan o’tkazish uchun ishchi komissiyasi tomonidan qabul qilib olishga mashina, qurilma, agregat va inshootlarning alohida qismlarini tayyorlash maqsadida montaj va ishga tushirish ishlarini olib borishni qamrab oladi.

Individual sinovlar amalga oshirilishiga qadar elektrotexnik qurilmalar, avtomatlashtirilgan va tizimli boshqarish, sanitar-texnik va yuqori quvvatli uskunalar bo’yicha ishga tushirish-qabul qilish ishlari bajariladi.

Ishga qabul qilish ishlari tugallangan qurilish ob’ektlarini ekspluatatsiyaga qabul qilishni bajarish hajmi va shartlari tarmoq qoida va me’yorlari bilan belgilanadi.

Ekspluatatsiyali sinashni o’tkazishdan maqsad – aniq ma’lumotlarni ifodalovchi natijaviy daraja qilingan ishlarni loyiha bo’yicha olish hisoblanadi.

Ekspluatatsiyali sinashni o’tkazish jarayonida texnologiyalarning to’g’ri yoki noto’g’ri tanlanganligi, jihozlar ishlash to’g’risida tavsiyanoma yoki yo’riqnoma beriladi.

Ekspluatatsiyali sinash o’z ichiga quyidagilarni oladi:

- Haqiqiy va rejalashtirilgan ko’rsatkichlarni yo’llarini oshirilishi yoki farqlanishi;

- Ekspluatatsiyali sinash loyiha to’g’risida tavsiya bilan rejalashtirilgan ko’rsatkichlarni qiyoslash;

- Farqlanish sabablarini aniqlash;

- Yarim tayyor farqlanish aniqlanganda tadbir o’tkazish;

-Yarim tayyorni to’liq tayyorlash ishlarini tashkil etish.

12.2. Daromadlar hisobiga investitsiyalar qoplanishi monitoringini olib borish. Loyiha samaradorligini baholash

O’zbekistonda kapital qurilishdagi shartnomaviy narxlar yagona uslubiyati barcha mulk shakllari uchun qabul qilinib keladi. **Shartnomaviy narxlar** – bozordagi mavjud sharoitlarni hisobga olgan, material qiymatning kon’yunkturasi, ishlatiladigan mashina va mexanizmlar qiymati hamda pudrat tashkilotlarini foydasini anglatadi. Buyurtmachi va pudratchi tashkilotlarning kelishuviga asosan qurilishda quyidagi ikki narx turi qo’llanilishi mumkin:

- qat’iy va yakuniy shartnomaviy narx. Bunda qurilishning butun muddatiga qabul qilingan shartnomaviy baho o’zgarmaydi. Bunday baholar asosan muddati bir yildan oshmaydigan qurilish ob’ektlari uchun tavsiya etiladi. Ushbu narxlar tarkibida prognoz o’zgartirishlar kiritishni inobatga oluvchi pudratchi tashkilotlarning riski ham hisobga olinadi;

- ochiq shartnomaviy narxlar. Bunday narxlar qurilish shartnomasi shartlari asosida qurilish materiallari, ish xaqi to’lovlari shartlari va boshqa xarajatlarning vujudga kelishi hisobiga aniqlashtiriladigan narxlarga aytiladi.

Qurilish mahsulotlarida shartnomaviy baholarning qo’llash butun qurilish ob’ektiga alohida ob’ektlarning shartnomaviy bahosi asosida qo’llash maqsadga muvofiqdir. Ayrim xollarda maxsus kapital qurilish ob’ektlarida shartnomaviy narxlar ish hajmiga mos xolda lokal smeta asosida ham shakllanishi mumkin.

Shartnomaviy narxlar qurilish buyurtmachisi va pudratchisining o’zaro kelishuvchi asosida belgilanadi.

Amaliyotda, ba’zi hollarda qurilishda narxlarni aniqlashda tarmoqdagi ishchilar o’rtacha oylik ish xaqi fondidan kelib chiqib aniqlanadi.

Loyiha tugallanishining ikkinchi bosqichi bo’lib kontraktni tugallanishi hisoblanadi. Kontrakt tugallanishining asosiy bosqichlari bo’lib:

- moliyaviy hisobot berilishini tekshirish;
- pasport joriy qilish;
- bajarilmagan majburiyatlarni aniqlash;
- bajarilmagan ishlarni tugallanishi;
- kafolatli xizmat va oxirgi hisoblash;

Moliyaviy hisobot berilishini tekshirish buyurtmachi va pudratchining hisobotiga tegishli.

Buyurtmachining moliyaviy hisobotini tekshirish quyidagilarni o’z ichiga oladi:

- tugallangan ishlarning hajmini to’liq fakturaga yozilishini tekshirishni;
- mavjud hujjatlarni o’zgartirilishi bo’yicha tekshirish;
- buyurtmachi orqali ushlab qolinishlar summasi nazorati.

Pudratchining moliyaviy hisobotini tekshirish quyidagilarni o’z ichiga oladi:

- yetkazib beruvchi va subpudratchilarni soliq to’lovlarini tekshirish;
- yetkazib beruvchining soliq to’lovlarini muddatini uzaytirilishini izlash;
- ushlab qolinishga muvofiq tasdiqlash.

Bunday tekshirishlar loyiha bo’yicha oxirgi moliyaviy hisobotlarni olish imqoniyatini beradi.

Pasport joriy qilish kontraktni tugallanishini asosiy elementlarni biri bo’lib hisoblanadi. Uni joriy qilishda bir nechta hujjatlarni joriy qilish kerak. Masalan, xom ashyo va materiallarini texnik sharoitini ifodalovchi hujjatlar.

Bajarilmagan majburiyatlar kontrakt tugallanish jarayonida to’liq bajarilishi shart. Ish olib boruvchi hamma savollarga muzokara orqali javob topishi kerak.

Tekshirish jarayonida quyidagilar o’rnatiladi:

- ortiqcha kuchayishni va yopilishni talab qilmaydi ishlar hajmini;
- kelishilgan ishlarni tugallanishini talab qiluvchi ish xajmlarini.

Xuddi shu vaqtni o’zida loyiha ish boshqaruvchisi buyurtmachidan ishga qabul qilinishigacha bo’lgan kamchiliklarni va uzilishlarni ro’yxatini so’raydi. Bu ro’yxat shartnoma majburiyatlari asosida amalga oshiriladi.

Bajarilmagan majburiyatlarni tugallash bosqichida brak va tartibsizliklarni tuzatilishi ustidan kuchlanish amalga oshiriladi. Bu kuchayishlar juda qimmat va uzoq muddatli bo’lishi mumkin. Bunday vaziyatlarda loyiha rahbari buyurtmachi bilan muammolarni ayrim talablarga ko’ra unga yon bosish yoki jarima to’lash yo’li bilan hal etadi.

Shartnomada jarima ayrim majburiyatlarni bajarmaganda qo’llaniladi.

Agarda ish o’z vaqtida bajarilmasa, u holda shartnomaga o’zgartirish kiritilish xaqida savol qo’yiladi. Shartnoma shartlarini o’zgartirilishi xaqidagi muzokaralar shartnoma tugallanishidan oldin olib borilishi kerak. Barcha o’zgartirishlar shartnomada buyurtmachi tomonidan amalga oshiriladi. U tomonidan tasdiqlanmagunicha hech bir ish bajarilmaydi. Shartnoma bo’yicha barcha qilinadigan ishlar haqida ma’lumotni loyiha rahbari ob’ektni qabul qiluvchi a’zolariga topshiradi.

Shartnoma tugallanishi hisoblashdagi yangilanish bilan birgalikda kuzatilish kerak, ya’ni oxirgi to’lovlarni to’lash.

Qurilishni boshlashdan oldin pudratchi kafolatlangan rezervni ko’rsatishi mumkin, ya’ni sifatliligini tasdiqlash maqsadida. Agarda ob’ektni ekspluatatsiyaga topshirilish jarayonida nuqson aniqlansa, u holda kafolatlangan rezervdan qilinadigan ishlarga to’lov amalga oshiriladi. Bu rezerv pudratchiga kamchilik topilmagandagina qaytarib beriladi.

Ma’lumotlarga qaraganda qurilish ishlarini bajarilishini sifatsizligi rahbarning xatolari, sifat darajasiga (35-45% vaziyat), reja bu loyihada xatolarning natijasida, sifatsiz materiallar va konstruksiyalar hisobiga yo’l qo’yiladi.

Bulardan tashqari, ekspluatatsiya jarayonida shartnomada kafolatlangan dalil bo’yicha defekt yoki oxiriga yetmagan ishlar aniqlansa, buyurtmachi pudratchidan qirqish, ya’ni maoshidan ushlab qolish yoki pudratchi o’zining kamchiligini to’g’irlashi shart.

Loyiha tugallangandan so’ng, unga ketgan pul mablag’larini ortiqchaligini yoki iqtisod qilinganligi xaqida yakuniy hisobot tuziladi. Agarda qurilish jarayonida pudratchi ma’lum bir miqdorda iqtisod qilsa, u holda u taqdirlanadi.

Loyiha tugallanishida asosiy qism bo’lib, idora xodimlarining loyiha rahbari bahosi hisoblanadi.

Kafolatli xizmat ko’rsatish loyiha bo’yicha guruhiy holda emas, balki funksional guruhlar, javobgar va kafolatli xizmat ko’rsatilgandan keyin shartnoma tugallanganda amalga oshiriladi.

Bu guruhga quyidagilar kiradi:

- texnik ma’lumot;
- jihoz;
- asbob-uskunalar;
- ekspluatatsiya bo’yicha rahbariyat;
- chizmalar;
- firma ta’minotchilarining har xil materiallari.

Kafolatli xizmat ko’rsatish sharoiti shartnomada kelishiladi. Qurilgan ob’ekt o’rnatilgan shakllar asosida o’zlashtiriladi.

Mustaqil o’zlashtirish va nazorat uchun savollar:

1. Investitsiya loyihalarini yakunlash masalalarida nimalar o’rganiladi?
2. Investitsiya loyihasini yakunlash va uni nazorat qilish qanday ta’minlanadi?
3. Daromadlar hisobiga investitsiyalar qoplanishi monitoringini qanday olib boriladi?

TESTLAR SAVOLLARI

1-MAVZU. LOYIHANI BOSHQARISH ASOSLARI VA KONTSEPTSIYASI

1. Bir xil tarmoqqa oid analogik loyihalar bilan bir xil ko'rsatkichlarga ega loyihalar – bu:

A. Import o'rnini bosuvchi loyihalar.

B. Eksportga mo'ljallangan loyihalar.

C. Tarmoqlararo loyihalar.

D. Muqobil loyihalar.

2. Loyihalarning asosiy xususiyatlari quyidagilardir:

A. Maqsadga yo'naltirilganligi. Daromad keltirishligi. Riskka moyilligi. Vaqt bo'yicha cheklanganligi – loyihani ishlab chiqish hamda amalga oshirish muddatlarining cheklanganligi. Resurslarning cheklanganligi.

B. O'lchamchilik – loyiha bo'yicha faoliyat va kutilayotgan natijalarni miqdoriy ifodalash imkoniyatlarining mavjudligi. Vaqt bo'yicha cheklanganligi – loyihani ishlab chiqish hamda amalga oshirish muddatlarining cheklanganligi. Alohida faoliyat turlari bilan bog'liq hodisalarning aniq belgilangan ketma-ketligi. Maqsadga yo'naltirilganligi.

C. Natijaviyligi. Samaradorlikka asoslanganligi. Alohida faoliyat turlari bilan bog'liq hodisalarning aniq belgilangan ketma-ketligi. Maqsadga yo'naltirilganligi.

D. To'g'ri va to'liq javob keltirilmagan.

3. Investitsiya loyihalarini boshqarish – bu ...

A. Loyihalarni boshqarish orqali qo'yilgan maqsadga erishish tizimi va mexanizmi.

B. Loyiha bo'yicha kapital qiymatini saqlash va uni ko'paytirishga qaratilgan samarali tadbirlar tizimi.

C. Loyihaning rejadan og’ib ketmasligini ta’minlash tizimi.

D. Loyiha egalari tomonidan o’z vakolati doirasida uning aktivlarini boshqarish va tasarruf qilish.

4. Investitsiya loyihalarini boshqarishda, eng avvalo, nimaga e’tibor qaratiladi?

A. Loyiha maqsadiga.

B. Loyiha sifatiga.

C. Loyiha ko’lamiga.

D. Loyiha strategiyasiga.

5. Loyihaning murakkabligi bo’yicha turlarini ko’rsating.

A. Oddiy va murakkab.

B. Oddiy va sodda.

C. Murakkkab va o’ta murakkab.

D. Oddiy va murakkab va o’ta murakkab.

6. Boshqaruv funktsiyasi deganda

A. U yoki bu ob’ektni boshqarishga oid aniq vazifalarni hal etishga qaratilgan faoliyat tushuniladi.

B. Korxonaning moddiy-texnika bazasini yaratishga qaratilgan faoliyat tushuniladi.

C. Xodimlarni korxonaning rejasini bajarishga safarbar qilishga qaratilgan faoliyat tushuniladi.

D. Loyihani boshqarishga jalb etilgan komanda faoliyati tushuniladi.

7. Investitsiya risklarini boshqarishning asosiy bosqichlarini sanab o’ting.

A. Riskni aniqlash; riskni tahlil qilish; riskni oldini olish; riskni nazorat qilish.

B. Riskni tasniflash; riskni sifat tahlili; riskni miqdor tahlili; riskni pasaytirish yo’llarini tanlash.

C. Riskni aniqlash; riskni baholash; riskni boshqarish choralari va usullarini tanlash; riskni oldini olish va nazorat qilish; riskni moliyalash; natijalarni baholash.

D. Riskni tasniflash; riskni baholash; riskni tahlil qilish; Riskni oldini olish; Riskni pasaytirish yo'llarini tanlash; natijalarni baholash.

8. Investitsiya menejmentining maqsadi – bu ...

A. Investitsiyalashni amalga oshirish va boshqarish.

B. Investitsiyalarni boshqarish tizimini yaratish va uni amalga oshirish.

C. Ko'proq foyda (daromad) keltiruvchi va kamroq riskka ega bo'lgan investitsiyalarni, investitsiya loyihalarini tanlashdan iborat.

D. Investitsiyalarning ob'ektga to'g'ri yo'naltirilishini ta'minlash.

9. Boshqaruv tizimi tarkibi nimalardan iborat?

A. Boshqaruvchi va boshqariluvchi tizimlar.

B. Menejerlar, rahbarlar va xodimlar.

C. Iqtisodiy, ma'muriy va ijtimoiy usullar.

D. Oliy, quyi va o'rta boshqaruv bo'g'inlari.

10. Investitsiya loyihasini boshqarishning darajasi bo'yicha tartibini ko'rsating.

A. Korxona-hudud-tarmoq-iqtisodiyot.

B. Korxona-tarmoq-hudud-iqtisodiyot.

C. Iqtisodiyot-hudud-tarmoq-korxona.

D. Iqtisodiyot-tarmoq-hudud-korxona.

2-MAVZU. LOYIHA BO'YICHA INVESTITSIYA STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH

1. Loyiha menejeri kim?

A. Loyihaga ta'sir ko'rsatuvchi va uni boshqarib boruvchi sub'ekt.

B. Muayyan uslublar va vositalar orqali loyiha rejasining bajarilishini amalga oshiruvchi sub’ekt.

C. Loyiha tashabbuskori, ta’sischisi yoki ishtirokchisi sifatida asosiy qarorlarni qabul qiluvchi sub’ekt.

D. Loyihaga yo’naltirilgan kapital harakati, pul oqimi, foyda, jamg’arma va reinvestitsiyalash, daramad va xarajatlar balansini uzluksiz tahlil qilib va o’rganib boruvchi hamda ularga ta’sir ko’rsatuvchi sub’ekt.

2. Investitsiya loyihasini texnik-iqtisodiy asoslash qachon amalga oshiriladi?

A. G’oyani shakllantirish va investitsiya loyihasiga aylantirish jarayonida.

B. Loyihani amalga oshirishning turli variantlari ishlab chiqilishi jarayonida.

C. Muqobil loyihalar tanlovida aniqlangan optimal variant uchun.

D. Investorlar talabiga ko’ra.

3. Strategik rejalashtirishning uchta asosiy bosqichini ko’rsating?

A. Raqobatbardoshligini aniqlash; ichki muhit tahlili; strategiya ishlab chiqish.

B. Tashqi va ichki muhit tahlili; maqsad va vazifaning aniqlanishi; strategiya ishlab chiqish.

C. Natijaviylik tahlili; raqobatbardoshligini aniqlash; firmaning iqtisodiy imkoniyatlarini aniqlash.

D. Strategiyani boshqarish; raqobatbardoshligini aniqlash; ichki muhit tahlili.

4. Strategiya nima?

A. Tanlangan yo’l, ya’ni korxona o’z faoliyatini, kelajagini o’ylab, kelajakdagi daromadini sarhisob qilib, korxonada qanday risklar borligini aniqlab, ularning oldini olish yo’llarini ishlab chiqish.

B. Turli davrlardagi korxona faoliyatini taktik rejalashtirishlar yig’indisi.

C. Bozorning tez-tez o’zgarib turishi va boshqa bir qancha omillar ta’sirida korxona faoliyatini rejalashtirish.

D. Strategiya – bu rejalashtirish.

5. Investitsiya loyihasi strategiyasini ishlab chiqishning zarurligi nimada?

A. Korxonaning bozor sharoitida faoliyat yuritishi sabab unga moslashib turish maqsadida.

B. Korxona imidji va qabul qilingan umumiy tamoyillarga ko'ra.

C. Xorijlik yoki nufuzli investorlar xohishiga ko'ra.

D. Loyiha maqsadiga erishish hamda uning ta'minlanish yo'llari, vositalari va usullarini oldindan belgilab olish maqsadida.

6. Strategiya nimaga asoslanadi?

A. Korxona faoliyatini qisqa va o'rta muddatga rejalashtirish.

B. Uzoq muddatli rejalashtirish va uni amalga oshirish yo'llarini ishlab chiqish va tanlash.

C. Korxona rahbarlarining faoliyatlar istiqbolini ko'ra bilishini, korxona tomonidan tanlangan qarorlar aniqligini, korxona faoliyati yo'nalishini aniq tanlashni, kelajakdagi risklarni ko'ra bilish.

D. Korxona, investitsiya loyihasini rivojlantirish yo'li va tamoyili.

7. "Boshqaruv"ning mohiyati nima?

A. Inson yoki u tomonidan ishlab chiqilgan tizim orqali olib boriladigan tizimli jarayon.

B. Ma'lum bir ijobiy natijaga erishish uchun, uslublar va tamoyillar yig'indisi orqali biror ob'ektga maqsadga muvofiq ta'sir etish.

C. Aniq maqsadda asoslangan holda muayyan muddat davomida ob'ekt yoki faoliyatni boshqarish jarayoni.

D. Hodisa va jarayonlarni kuzatib va tartibga solib borish.

8. Diversifikatsiya strategiyasi nima?

A. Yangi turdagi mahsulotlar bilan boshqa bozorlarda yutuqqa erishish uchun

korxona xarakati

B. Korxona mahsulotining bozorlarda taqsimoti

C. Korxona faoliyatini yo'nalishlarga bo'lib boshqarish harakati

D. Investitsiya loyihasini moliyalashtirishni bosqichlarga bo'lib va ularga bog'liq risklarni taqsimlagan holda amalga oshirish

9. Loyiha strategiyasi nima?

A. Investitsiya loyihasini amalga oshirish bilan bog'liq tadbirlar.

B. Loyihaning maqsadga muvofiqligini ta'minlash.

C. Loyihani kelajakda amalga oshirishni belgilash.

D. Korxonani barpo etish, uning faoliyati tashkil etilishini rejalashtirish.

10. Loyihaning tashqi sharoitlar o'zgarishiga yuqori ta'sirchanligi – bu:

A. Ijobiy omil.

B. Salbiy omil.

C. Loyihani keyingi amalga oshirilishiga ta'sir etmaydi.

D. Ishlab chiqarish quvvatini oshirishni talab etadi.

3-MAVZU. INVESTITSIYA LOYIHASINI TAYYORLASHNI TASHKIL QILISH (INVESTITSIYA OLDI FAZASI)

1. Investitsiya loyihasi hayotiylik tsikli necha bosqichdan iborat?

A. 6

B. 5

C. 4

D. 3

2. Loyiha ishtirokchilari kimlar?

A. Loyihani moliyalashtiruvchi sub'ektlar.

B. Loyihaning amalga oshirilishiga aloqador yuridik shaxslar.

C. Loyiha bo’yicha mas’ul rahbarlar.

D. Loyihaning muvaffaqiyatli amalga oshirilish jarayoniga ta’sir ko’rsatuvchi va o’z qiziqish va manffatlari doirasida aloqadorlik saqlovchi yuridik va jismonif shaxslar.

3. Investitsiya loyihasining investitsiya oldi fazasiga nimalar kirmaydi?

A. Investitsiya imkoniyatlarini izlash.

B. Texnik-iqtisodiy asosnoma.

C. Loyihaning dastlabki tayyorlanishi.

D. Tajriba-sanoat ekspluatatsiyasi.

4. Turli vaqtlardagi pul oqimlarini yagona vaqt birligiga keltirish uchun iqtisodiy tahlilda qanday tamoyildan foydalaniladi:

A. Indekslash.

B. Modellashtirish.

C. Agregatlashtirish.

D. Diskontlash.

5. Investitsiya loyihasini texnik-iqtisodiy asoslashning mohiyati nima?

A. Loyihani turli jihatlari bo’yicha baholash va amalga oshirishning maqsadga muvofiqligini asoslash.

B. Loyihani amalga oshirishga ta’sir qiluvchi ichki va tashqi omillarni tahlil qilish asosida loyihaning maqsadiga erishishning samarali yo’llarini aniqlovchi moliyaviy, iqtisodiy, texnik va unga oid hujjatlar to’plami.

C. Investitsiya loyihasining investorlar manfaatlarini hisobga olgan holda texnik va iqtisodiy baholash.

D. Investitsiya loyihasini qonun hujjatlari talablariga mos ravishda baholash.

6. Muqobil investitsiya loyihalari nima uchun ishlab chiqiladi?

A. Yangi turdagi mahsulotlar ishlab chiqarish bilan bog’liq faoliyatni tashkil

etish maqsadida.

B. Korxona faoliyatini rivojlantirishning turli yo'nalishlari ishlab chiqilishi asosida optimalini tanlash imkoniyatini berishi sababli.

C. Moliyalashtirish, amalga oshirishda eng samarali, tejamkor, tez qoplanuvchan loyihani tanlab olishning muhimligi sababli.

D. Loyihalarning turli risklarga moyilligini baholash asosida kam riskli loyihani tanlash uchun.

7. Biznes-g'oyaning dahldorligi bo'yicha ketma-ketligini ko'rsating.

A. Shaxsiy-xususiy-jamoaviy-milliy.

B. Xususiy-shaxsiy-jamoaviy-milliy.

C. Milliy-jamoaviy-xususiy-shaxsiy.

D. Shaxsiy-jamoaviy-xususiy-milliy.

8. Loyihaning hayotiylik davri nima?

A. Loyihaning ishga tushgan vaqtidan to uning yakunlanishigacha bo'lgan davr.

B. Loyihaning foyda berishdan boshlab to zarar ko'rishga yuz tutgangacha bo'lgan davr.

C. Loyiha yuzaga kelgan vaqtdan toki u tugatilgunga qadar o'tgan vaqt oralig'i.

D. Loyihaning kreidt bo'yicha qarzdorliklari yopilishigacha bo'lgan vaqt oralig'i.

9. Loyihaning ob'ektni ishga tushirgandan keyingi hayotiylik tsikli fazasi qanday nomlanadi?

A. Investitsiya oldi.

B. Investitsiyalash.

C. Ekspluatatsion.

D. Sotish.

10. Loyiha fazasi nima?

A. Loyihaning ishga tushgan vaqtidan to uning yakunlanishigacha bo'lgan davrlar.

B. Loyihaning foyda berishdan boshlab to zarar ko'rishga yuz tutgangacha bo'lgan davrlar.

C. Loyiha bo'yicha turli davrlarda amalga oshiriladigan ishlar.

D. Loyiha bosib o'tishi lozim bo'lgan bosqichlar.

4-MAVZU. LOYIHANING BIZNES-REJASI VA UNI TARKIBIY TUZILISHI

1. Biznes-reja qanday hujjat?

A. Iqtisodiy.

B. Moliyaviy.

C. Huquqiy.

D. Texnik.

2. Biznes-reja nima maqsadda tuziladi?

A. Qarz olish uchun.

B. O'z biznesini moliyalashtirish manbalarini aniqlash uchun.

C. Risklarni aniqlash va foydani oshirish uchun.

D. Korxonaning strategik istiqbolini belgilash uchun.

3. Marketingning maqsadi nima?

A. Raqobatchilar haqida doimiy axborot yig'ib borish.

B. Kopxona muvaffaqiyat qozonishi mumkin bo'lgan ma'lum bir bozor haqida doimiy axborot yig'ib borish.

C. Ishlab chiqarilgan tovar uchun potentsial xaridorni aniqlash.

D. Ishlab chiqarilgan tovar uchun mavjud xaridorni aniqlashdir.

4. Marketing kompleksining eng muhim elementi nima?

A. Narx.

B. Tovar yoki xizmat.

C. Reklama.

D. Raqobatchi.

5. Marketing qanday tizimni ifodalaydi?

A. Ishlab chiqarish.

B. Sotish.

C. Ishlab chiqarish-sotish.

D. Ayirboshlash.

6. Rag'batlantiruvchi marketing-ning vazifasi nimadan iborat?

A. Talabni yaratish.

B. To'liq talabni o'rganish.

C. Salbiy talabni o'rganish.

D. Nosog'lom (irratsional) talabni o'rganish.

7. Biznes-rejani tuzishdagi asosiy muammo?

A. Marketing tadqiqotlarining qoniqarsiz olib borilishi.

B. Bozor, tovar va xaridor, raqobat va narx to'g'risidagi axborotlarning to'liq emasligi yoki ishonchsizligi.

C. Malakali va maxsus mutaxassislarning etishmasligi.

D. Mablag'larni jalb etish manbalarining noaniqligi.

8. Biznes-rejaning muvaffaqiyatli amalga oshirilishining bosh garovi nimada?

A. Mahsulotning xaridorgirligi va yuqori foyda bilan sotilishi.

B. Risklarni bartaraf etishning turli imkoniyatlari mavjudligi.

C. Moliyaviy mablag’lar etishmovchiligining bartaraf etilganligi.

D. Menejmentning sifatli tashkil etilganligi.

9. Biznes rejada ko’zda tutilgan foyda summasi qanday aniqlanadi?

A. Mahsulot hajmi = yalpi xarajat + foyda

B. Marjinal foyda = mahsulot hajmi - o’zgaruvchan xarajatlar

C. Foyda = mahsulot hajmi – sotish hajmiga solingan soliqlar - o’zgaruvchan xarajatlar

D. Foyda = mahsulot hajmi – doimiy xarajatlar - o’zgaruvchan xarajatlar

10. Bozor kon’yunkturasi nima?

A. Talab va taklif o’rtasidagi munosabat

B. Bahoning darajasi

C. Tovarning harakati

D. Zaxiradagi tovarlar

5-MAVZU. INVESTITSIYA LOYIHALARI MARKETINGI

1. Tovar mahsuloti nima?

A. Barcha ishlab chiqarish bosqichlaridan o’tgan, to’la butlangan, texnik nazorat bo’limidan o’tgan va omborga topshirilib, sotishga mo’ljallangan mahsulot hajmi tushuniladi.

B. Sotish uchun bozorga olib chiqilgan mahsulot hajmi.

C. Talabga ega tayyor mahsulot.

D. Bozorda sotilgan mahsulot qismi.

2. “Marketing” nimani anglatadi?

A. U muhtojlik va ehtiyojni ayrboshlash yordamida qondirishga qaratilgan inson faoliyatidir.

B. U iste’molchilar hamda raqobatchilar to’g’risida axborotlar to’plashdir.

C. U bozorda mahsulotni sotishdir.

D. U talabni qondirishga qaratilgan inson faoliyatidir.

3. Bozor segmentatsiyasi nima?

A. Bu bozorni tovar guruhlariga bo'lishdir.

B. Bozorni talabga ega bo'lgan tovarlar guruhiga bo'lish.

C. Bu bozorni aniq xaridorlar guruhiga bo'lishidir.

D. U bozorda raqobatchi-larning turli guruhlarga bo'linishidir.

4. Marketing strategiyasi nima?

A. Korxonaning bozordagi harakatlarini yaqin muddatlar bo'yicha rejalashtnrish usuli.

B. Korxonaning istiq-boli uchun bozordagi harakatlarini aniq maqsadlar bo'yicha rejalashtirish usuli.

C. Korxonaning bozordagi harakatlarini o'rta muddatlar bo'yicha rejalashtirish usuli.

D. Korxonaning bozordagi harakatlarini bir yilga bo'lgan rejalari.

5. Remarketing qachon kullaniladi?

A. Talab pasayganda.

B. Taklif pasayganda.

C. Talab kuchayganda.

D. Taklif kuchayganda.

6. Agar nominal daromad 8% ga oshsa, narxlar darajasi esa 10%ga oshsa, unda real daromad:

A. 2% oshadi.

B. 18% oshadi.

C. 2% pasayadi.

D. 18% pasayadi.

7. Iste’mol tovarlari bozori – bu ...

A. Kundalik iste’mol qilinadigan tovarlar bozori.

B. Iste’molga moyil sub’ektlar taklifi bildiriluvchi bozor.

C. Iste’mol uchun tovarlar ishlab chiqaruvchi bozor.

D. Kishilarning tirikchiligi uchun zarur bo’lgan tovarlar va xizmatlar bozorlari.

8. Raqobat – bu ...

A. Taraqqiyot yo’lidagi o’zaro kurash.

B. Ijtimoiy jarayon qatnashchilari o’rtasida yaxshiroq yashash uchun bo’ladigan kurash.

C. Ishlab chiqaruvchi va iste’molchilar monopol mavqega ega bo’lmagan kurash.

D. Tadbirkorlarning bozorda o’z ustunligini o’rnatish uchun olib boradigan kurashi.

9. Narx turlari qaysi banda to’g’ri ko’rsatilgan?

A. Bozor (aniq), absolyut narx.

B. Bozor (aniq), xufyona, absolyut, joriy, kelgusi narxlar.

C. Bozor (aniq), xufyona, absolyut, nisbiy, joriy, doimiy narxlar.

D. Joriy, doimiy narxlar.

10. Marketing – bu ...

A. Menejmentning ijodiy funktsiyasi.

B. Menejmentning ijodiy funktsiyasi, iste’molchining tovar yoki xizmatni taklif qilish san’ati.

C. Iste’molchining tovar yoki xizmatni taklif qilish san’ati.

D. Iste’mol mahsulotlarining turli xillarini yaratish jarayoni.

6-MAVZU. LOYIHANING KAPITAL BYUDJETINI ISHLAB CHIQISH VA MOLIYALASHTIRISH MANBALARINI SHAKLLANTIRISH

1. Investitsiya faoliyati va investitsiya jarayoni tushunchalari farqini ko’rsating.

A. Investitsiya jarayoni va investitsiya faoliyati bir xil ma’noga ega.

B. Investitsiya jarayoni va investitsiya faoliyatidan keng ma’noga ega.

C. Investitsiya faoliyati investitsiya jarayonidan keng ma’noga ega.

D. Mikrodarajada investitsiya jarayoni va investitsiya faoliyatidan keng ma’noga, makrodarajada aksincha ma’noga ega.

2. Quyidagilardan qaysi biri Investitsion dastur tarkibiga kirmaydi?

A. Qurilishlarning adresli dasturi.

B. Ustivor investitsion takliflar ro’yxati.

C. Kapital qo’yilmalar prognozi.

D. Investitsion loyixalar adresli dasturi.

3. Qimmatli qog’ozlarni chiqarish uchun ketgan xarajatlar qanday xarajatlar?

A. Ishlab chiqarish xarajatlari.

B. Ishlab chiqarish oldi xarajatlari.

C. Marketing xarajatlar.

D. Eksplatatsion xarajatlar.

4. Yalpi mahsulot nima?

A. Jami ishlab chiqarilgan, jumladan, ombordagi tayyor mahsulot hajmi.

B. Korxonaning bir yillik ishlab chiqarilgan mahsuloti hajmi.

C. Tovar mahsuloti hajmiga tugallanmagan ishlab chiqarish xarajatlari qo’shilgan qiymatdagi mahsulot hajmi.

D. Jami sotilgan mahsulot hajmi.

5. Investitsiya jarayoni – bu ...

A. Resurslar (jamg'arish) – investitsiya qo'yish (xarajatlar) – foyda (daromad) olish yoki ijtimoiy samaraga erishi ketma-ketligi.

B. Resurslar (jamg'arish) – investitsiya qo'yish ketma-ketligi.

C. Jamg'arish (resurslar) – investitsiya qo'yish (xarajatlar) – mol-mulk kapitallashuvi – iqtisodiy yoki ijtimoiy samara ketma-ketligi.

D. Biznes-g'oyani ishlab chiqish va asoslash – jamg'arish (resurslar) – investitsiya qo'yish (xarajatlar) – mol-mulk kapitallashuvi – iqtisodiy yoki ijtimoiy samara – jamg'arish (resurslar) ketma-ketligi.

6. Loyiha bo'yicha moliyalashtirish ochilib, asosiy qarzni dastlabki qaytarishgacha bo'lgan davr qanday ataladi?

A. Foizsiz.

B. Imtiyozli.

C. Afzalllik.

D. Investitsion.

7. Investitsiya faoliyatini davlat tomonidan tartibga solishning qanday usullari mavjud?

A. Iqtisodiy va ma'muriy usullar.

B. Iqtisodiy va egri usullar.

C. Ma'muriy va to'g'ri usullar.

D. Iqtisodiy va ijtimoiy usullar.

8. Investitsiya faoliyati – bu ...

A. Resurslar (jamg'arish) – investitsiya qo'yish (xarajatlar) – foyda (daromad) olish yoki ijtimoiy samaraga erishi ketma-ketligi.

B. Resurslar (jamg'arish) – investitsiya qo'yish ketma-ketligi.

C. Jamg'arish (resurslar) – investitsiya qo'yish (xarajatlar) – mol-mulk

kapitallashuvi – iqtisodiy yoki ijtimoiy samara ketma-ketligi.

D. Biznes-g'oyani ishlab chiqish va asoslash – jamg'arish (resurslar) – investitsiya qo'yish (xarajatlar) – mol-mulk kapitallashuvi – iqtisodiy yoki ijtimoiy samara – jamg'arish (resurslar) ketma-ketligi.

9. Kim investitsiya faoliyatining ishtirokchisi hisoblanmaydi?

A. Investorlar, buyurtmachilar, pudratchilar, mol etkazib beruvchilar

B. Ijtimoiy rivojlantirish bo'limlari

C. Notijorat tashkilotlari

D. Aholi

10. Boshlang'ich investitsiya xarajatlarining tarkibini ko'rsating.

A. Asosiy kapital va aylanma kapital summasi

B. Asosiy kapital va sof aylanma kapital summasi

C. Sof aylanma kapital summasi

D. Aylanma kapital va ishlab chiqarish oldi harajatlari

7-MAVZU. LOYIHANING ISHLAB CHIQARISH REJASI

1. Kapital qurilish jarayonida necha bosqich ajratiladi?

A. Ikki bosqich, ya'ni qurilish maydonini tanlash va ob'ektni loyihalashtirish.

B. Ikki bosqich, ya'ni qurilishni amalga oshirish va texnik-iqtisodiy tadqiqotlar o'tkazish.

C. Uch bosqich, ya'ni qurilish maydonini tanlash va ob'ektni loyihalashtirish; qurilish; ob'ektni foydalanishga topshirish.

D. To'rt bosqich, ya'ni ob'ektni loyihalashtirish; qurilish maydonini tanlash va qo'yilmadarning iqtisodiy samaradorligini baholash.

2. Akademik litseylar, kasb-hunar kollejlari qurilishi qaysi xarajatlar tarkibida moliyalashtiriladi?

A. Ijtimoiy-madaniy.

B. Maorif.

C. Fan.

D. Madaniyat, ommaviy axborot vositalari.

3. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kapital qurilishda iqtisodiy islohotlarni yanada chuqurlashtirishni asosiy yo’nalishlari to’g’risida”gi Farmoni qachon qabul qilingan?

A. 2003 yil 6 mayda, PF-3240 sonli.

B. 2003 yil 6 mayda, PF-3241 sonli.

C. 2005 yil 22 fevralda, PF-3320 sonli.

D. 2005 yil 11 noyabrda, PF-1230 sonli.

4. Quyidagilardan qaysi biri bozor iqtisodiyotining tartibga soluvchi mexanizmining tarkibiy qismini xarakterlaydi?

A. Narx, talab va taklif.

B. Raqobat, talab va taklif.

C. Narx, raqobat, talab va taklif.

D. Narx, soliq, raqobat, davlat ijtimoiy dasturlari.

5. Mahsulot hajmiga qanday mehnat omillari ta’sir etadi?

A. Xodimlar soni, mehnat unumdorligi, ish vaqti fondi, ish kuni davomiyligi.

B. Ishchilar soni, 1 ishchini ishlagan kunlari, ish kuni davomiyligi, ishchining bir soatlik ish unumi.

C. Mehnat unumdorligi, ish vaqti fondi, ish kuni davomiyligi, 1 ishchining ishlagan kunlari.

D. Xodimlar soni, jami ishlagan kishi-kunlar, kishi-soatlar, ishchining bir soatlik ish unumi.

6. Qanday sharoitda amalga oshiriluvchi loyihalarni ishlab chiqish eng

murakkab hisoblanadi?

A. Yangi tarmoq yuzaga kelishi bilan bog'liq holdagi loyihalar.

B. Kuchli raqobatga ega bozorda o'z o'rnini topishga qaratilgan loyihalar.

C. Kamyob yoki qiymati yuqori bo'lgan resurslardan foydalanishga asoslangan loyihalar.

D. Turli imtiyoz va preferentsiyalardan holi bo'lgan loyihalar.

7. Bozorda tovar narxi qanday bo'lishi kerak?

A. Yuqori.

B. Past.

C. Iqtisodiy asoslangan.

D. O'rtacha.

8. Quyidagilarning qaysi biri haqiqatga yaqinroq hisoblanadi?

A. Yaxshi tadbirkor yaxshi marketolog bo'la oladi.

B. Yaxshi marketolog yaxshi tadbirkor bo'la oladi.

C. Yaxshi tadbirkor yaxshi marketolog bo'la olmaydi.

D. Yaxshi marketolog yaxshi tadbirkor bo'la olmaydi.

9. Intellektual tovarlar bozori – bu ...

A. Intellektual salohiyat va tajribalarning tovar qiymatliklariga ega bo'lgan bozori.

B. Aqliy mehnat mahsuli bo'lgan tovarlar va xizmatlar bozori.

C. Ish kuchi muayyan qismining intellektual talab darajasiga erishgandagi bilim va qobiliyati sotib olinuvchi bozor.

D. Yuqori ilmtalab sohalarda qo'lga kiritilgan ilmiy yangiliklar bozori.

10. Marketingga yo'naltirilgan korxonani aniqlash?

A. Bozor uchun tovar ishlab chiqaradigan korxona.

B. Sota oladigan tovarini ishlab chiqaradigan korxona.

C. Ishlab chiqaradigan tovarini bozorda sotadigan korxona.

D. Iste’molchi uchun tovar ishlab chiqaradigan korxona.

8-MAVZU. INVESTITSIYA LOYIHASINI BOSHQARISHNI REJALASHTIRISH VA TASHKIL ETISH

1. O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Tender savdolarini tashkil etishni takomillashtirish chora-tadbirlari to’g’risida”gi Qarori qachon qabul qilingan?

A. 2003 yil 3 iyul, №302.

B. 2003 yil 1 aprel, №101.

C. 2000 yil 8 yanvar, №404.

D. 2000 yil 21 noyabr, №456.

2. Asosiy fondlarning texnik holatini tahlil qilishda hisoblanadigan ko’rsatkichlarni ko’rsating.

A. Yaroqlilik va eskirish darajasi.

B. Yaroqlilik darajasi.

C. Eskirish va yangilanish darajasi.

D. Yaroklilik va yangilanish darajasi.

3. O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Kapital qurilishda tanlov savdolari tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to’g’risida”gi Qarori qachon qabul qilingan?

A. 2003 yil 3 iyul, №302.

B. 2003 yil 1 aprel, №101.

C. 2000 yil 8 yanvar, №404.

D. 2000 yil 21 noyabr, №456.

4. Korxonaning daromad va xarajatlari qaysi moliyaviy hujjatda o’z

aksini topgan?

A. Moliyaviy natijalar to’g’risidagi hisobot.

B. Buxgalteriya balansida.

C. Xususiy kapital.

D. Loyihaning pul oqimi to’g’risidagi ma’lumotlarda.

5. Kapital qurilishda iqtisodiy islohotlarning borishini aks ettiruvchi ko’rsatkichlar tizimini ishlab chiqish va joriy etish kim tomonidan amalga oshiriladi?

A. Davlat arxitektura va qurilish qo’mitasi tomonidan.

B. Joylardagi hokimiyat organlari va qurilish tashkiloti tomonidan.

C. Vazirlar Mahkamasi tomonidan tasdiqlanib, Davlat arxitektura qurilish qo’mitasi tomonidan.

D. Qurilish tashkiloti va buyurtmachi tomonidan.

6. Davlat investitsiya dasturi tarkibiga kiritilgan loyihalarning davlat monitoringi kim tomonidan olib boriladi?

A. Moliya vazirligi.

B. Vazirlar Mahkamasi.

C. Iqtisodiyot vazirligi.

D. Hokimliklar.

7. Vaqt mobaynidagi pul qiymati kontseptsiyasi asosida nima yotadi?

A. Bugungi 1 so’mning qiymati kelgusida olinadigan 1 so’mning qiymatidan yuqori turishi

B. Hozirgi vaqtdagi pulning qiymati kelgusidagi pulning qiymatiga teng

C. Kelgusidagi pulning qiymati hozirgi vaqtdagi pulning qiymatidan yuqori

D. Kelgusi qiymat inflyatsiyani hisobga olganda joriy qiymatga teng

8. Qaysi shart diskontlash tamoyilining kelib chiqishiga turtki bo’lgan?

A. Iqtisodiyotni liberallashtirish

B. Valyutalarni konvertatsiyalash

C. Foizsiz kreditlar olish imkoniyati

D. Pul mablag'larini foiz asosida safarbar etish imkoniyati

9. Narx funktsiyalarini ko'rsating?

A. Bozor muvozanatini ta'minlash; hisob-kitob, o'lchov; iqtisodiy regulyator; raqobat vositasi; ijtimoiy himoya; to'lov; qiymat.

B. Bozor muvozanatini ta'minlash; hisob-kitob, o'lchov; iqtisodiy regulyator; raqobat vositasi; ijtimoiy himoya; to'lov.

C. Bozor muvozanatini ta'minlash; hisob-kitob, o'lchov; iqtisodiy regulyator; raqobat vositasi; ijtimoiy himoya.

D. Bozor muvozanatini ta'minlash; hisob-kitob, o'lchov; iqtisodiy regulyator; raqobat vositasi; ijtimoiy himoya; qiymat.

10. Investitsiya bozorida marketing tadqiqotlari qanday maqsadlarda olib boriladi?

A. Investitsiya muhitini o'rganish

B. Eng yuqori samara keltiruvchi investitsiyalash sohlari va ob'ektlarini tadqiq etish va aniqlash

C. Investitsiya bozorida potentsial investorlarni aniqlash

D. Investitsiyalar mahsulotlarini joylashtirish ob'ektlarini tadqiq etish

9-MAVZU. LOYIHA RISKLARINI BOSHQARISH

1. Korxona tomonidan risklarni sug'urtalashda qaysi usul afzalroq hisoblanadi?

A. Sug'urta kompaniyasi tomonidan sug'urtalash.

B. O'zini-o'zi sug'urtalash.

C. Ikkalasi ham birdek.

D. To’g’ri javob yo’q.

2. Qaysi investitsiya loyihalari eng katta riskga ega?

A. Yangi uskunalar hisobiga ishlab chiqarishni kengaytirishga qaratilgan.

B. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish bilan bog’liq.

C. Yangi tovar va xizmatlarni yaratish bilan bog’liq.

D. Davlat organlari ehtiyojlarini qondirish bilan bog’liq.

3. Pulning real qiymati ko’rsatkichi inflyatsiya indeksiga, ya’ni:

A. Baholar o’sishining o’rtacha yillik indekisga teskari proportsionallikda bo’ladi.

B. Baholar o’sishining o’rtacha yillik indekisga to’g’ri proportsionallikda bo’ladi.

C. Baholar o’sishining o’rtacha yillik indekisga bog’liq bo’ladi.

D. Baholar o’sishining o’rtacha yillik indekisga bog’liq bo’lmaydi.

4. Quyidagilarning qaysi biri spekulyativ risklarga taalluqli?

A. Savdo risklari.

B. Ishlab chiqarish risklari.

C. Moliyaviy risklar.

D. Mulkiy risklar.

5. Risklarni boshqarish tizimidagi tashqi omillarni aytib bering.

A. Riskni tartibga solish sohasidagi me’yoriy baza, tashkiliy tuzilma.

B. Makroiqtisodiy omillar, tashkiliy tuzilma.

C. Riskni tartibga solish sohasidagi me’yoriy baza, makroiqtisodiy omillar.

D. Riskni tartibga solish sohasidagi me’yoriy baza, tashkiliy tuzilma, makroiqtisodiy omillar.

6. Inflyatsiya bog’liq bo’lishi mumkin:

A. Faqat YaIMning o’sishi bilan

B. Uning rivojlanishi mansabiga bog’liq ravishda YaIMning o’sishi yoki pasayishi bilan

C. Faqat YaIMning pasayishi bilan

D. YaIMning o’sishi bilan, agar iqtisodiyot to’la bandlik sharoitida rivojlanayotgan bo’lsa

7. Nisbiy narxlar nima?

A. Bir mahsulot qiymatini absolyut pul miqdorida ko’rsatib beradi

B. Bir mahsulot qiymatining davlat tomonidan aniqlanishi

C. Bozordagi narx

D. Bir mahsulot qiymati orqali boshqa mahsulot qiymati ko’rsatib beriladi

8. Bazisli baholar indeksini hisoblash uchun

A. Har bir davr uchun olingan ko’rsatkichni baza sifatida qabul qilingan davr ko’rsatkichiga bo’lish lozim bo’ladi

B. Har bir davr uchun olingan ko’rsatkichni baza sifatida qabul qilingan davr ko’rsatkichiga ko’paytirish lozim bo’ladi

C. Har bir davr uchun olingan ko’rsatkichni baza sifatida qabul qilingan davr ko’rsatkichiga qo’shish bo’ladi

D. Har bir davr uchun olingan ko’rsatkichni baza sifatida qabul qilingan davr ko’rsatkichidan ayirish lozim bo’ladi

9. Absolyut narxlar – bu:

A. Bir mahsulot qiymatini absolyut pul miqdorida ko’rsatib beradi.

B. Bir mahsulot qiymatining davlat tomonidan aniqlanishi.

C. Talab va taklif yuzaga chiqargan narx.

D. Bozordagi narx.

10. Joriy va doimiy narxlar. Bular qanday narxlar?

A. Bozorda yuzaga chiqqan narxlar.

B. Mahsulot qiymatini absolyut pul miqdorida ko’rsatib beradi.

C. Inflyatsiya natijasida vaqt mobaynida o’zgaradigan narxlar.

D. O’zgarmaydigan narxlar.

10-MAVZU. LOYIHANING SIFAT MENEJMENTI

1. Bazisli baholar indeksini hisoblash uchun

A. Har bir davr uchun olingan ko’rsatkichni baza sifatida qabul qilingan davr ko’rsatkichiga bo’lish lozim bo’ladi.

B. Har bir davr uchun olingan ko’rsatkichni baza sifatida qabul qilingan davr ko’rsatkichiga ko’paytirish lozim bo’ladi.

C. Har bir davr uchun olingan ko’rsatkichni baza sifatida qabul qilingan davr ko’rsatkichiga qo’shish bo’ladi.

D. Har bir davr uchun olingan ko’rsatkichni baza sifatida qabul qilingan davr ko’rsatkichidan ayirish lozim bo’ladi.

2. Pulning real qiymati ko’rsatkichi inflyatsiya indeksiga, ya’ni:

A. Baholar o’sishining o’rtacha yillik indekisga teskari proportsionallikda bo’ladi.

B. Baholar o’sishining o’rtacha yillik indekisga to’g’ri proportsionallikda bo’ladi.

C. Baholar o’sishining o’rtacha yillik indekisga bog’liq bo’ladi.

D. Baholar o’sishining o’rtacha yillik indekisga bog’liq bo’lmaydi.

3. Investitsiya muhitiga qanday omillar ta’sir ko’rsatadi?

A. Ijtimoiy, siyosiy omillar.

B. Ijtimoiy, iqtisodiy omillar.

C. Siyosiy, iqtisodiy omillar.

D. Iqtisodiy, siyosiy va ijtimoiy omillar.

4. Tashkiliy tuzilmalarni hosil qiladigan boshqarish organlari

A. Boshqaruv tizimi shaklida bo'ladi.

B. Boshqaruv bo'g'inlari shaklida bo'ladi.

C. Boshqaruv bosqichlari shaklida bo'ladi.

D. Boshqaruv tizimi va bo'g'inlari shaklida bo'ladi.

5. Inflyatsiyani hisoblashda necha xil baho indeksidan foydalaniladi?

A. Bazisli va zanjirli baho indekslari.

B. Oddiy va murakkab.

C. Bazisli va oddiy.

D. Zanjirli va murakkab.

6. Menejment – bu ...

A. Maqsad va dasturlarni bozor holatiga bog'liq holda doimo to'g'rilab turish.

B. Korxonani boshqarish.

C. Korxonaning muvaffaqiyatga erishishga yo'naltirilgan faoliyatini professional amalga oshirishning mustaqil turi.

D. Ishlab chiqilgan qarorlarga dastur-maqsadli kompleks yondashuv.

7. Mahsulot sifatiga bahoni kim beradi?

A. Iste'molchi.

B. Reklama beruvchi.

C. Ekspertlar.

D. Iste'molchi, reklama beruvchi.

8. Texnologiya – bu ...

A. Texnika, asosiy ishlab chiqarish vositalari yig'indisi.

B. Sifatli va arzon tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishda qo'llaniladigan mehnat predmetlari va vositalari yig'indisi.

C. Xom ashyo, materiallar va axborotni qayta ishlash usullari yig'indisi.

D. Barcha javob to'g'ri.

9. Asosiy vositalar ishlab chiqarishda ishtirok etishiga qarab kanday guruhlarga bo'linadi?

A. Aktiv va passiv asosiy vositalarga.

B. Noishlab chiqarish va ishlab chiqarish asosiy vositalariga.

C. Sanoat ishlab chiqarish va boshqa ishlab chiqarish asosiy vositalariga.

D. Korxona ixtiyoridagi va ijaraga berilgan asosiy vositalarga.

10. Loyiha muhitiga ta'sir qiluvchi omillar darajasini baholash chegarasini ko'rsating.

A. "0"dan "3"gacha bahoda.

B. "0"dan "4"gacha bahoda.

C. "0"dan "2"gacha bahoda.

D. "0"dan "5"gacha bahoda.

11-MAVZU. LOYIHA KOMANDASINI BOSHQARISH

1. Loyiha jamoasi nima?

A. Loyihani moliyalashtiruvchi sub'ektlar.

B. Loyihaning amalga oshirilishiga aloqador yuridik shaxslar.

C. Loyihaning jami asosiy ishtirokchilari.

D. Maxsus tashkiliy tuzilma bo'lib, loyiha rahbari tomonidan boshqariladi va loyihani amalga oshirish davrida shakllantiriladi.

2. Ishchi kuchi yoki mehnat bozori – bu ...

A. Ishchi kuchiga talab bildiriluvchi bozor.

B. Ishchi kuchi yoki mehnatning tovar shaklida taklif etiluvchi bozori.

C. Ish kuchi oldi-sotdi kilinadigan bozor.

D. Mehnatga yollanish uchun mavjud ortiqcha ishchi kuchi bozori.

3. Tavakkalchilikka qarshi bo'lgan inson deganda qanday insonni tushunasiz?

A. Tavakkalchilikka borishga moyilligi yo'q insonlar tushuniladi

B. Tavakkalchilik ular uchun og'ir sinovdek hisoblanadigan insonlar

C. Kutiladigan daromad berilganda, tavakkalchilik bilan bog'liq natijalarga nisbatan kafolatlangan natijani ustun ko'radigan va har qanday sharoitda ham mahsulotni ishlab chiqarishni to'xtatmaydigan insonlar

D. Ma'lum kompensatsiya bo'lgandagina tavakkalchilikka borishi mumkin bo'lgan insonlar

4. Notiqlik san'ati ijtimoiy mavqe jihatdan qaysi guruhlarga bo'linadi?

A. Siyosiy notiqlik, akademik notiqlik, so'z notiqligi, rahbarlik notiqligi

B. Rahbarning notiqlik san'ati bo'yicha notiqligi, oratorlik, barchani o'ziga karatish sa'nati

C. Ijtimoiy-siyosiy notiqlik, ilmiy (akademik) notiqlik, so'z notiqligi, ijtimoiy-maishiy notiqlik, diniy notiqlik

D. Ijtimoiy-ilmiy notiqlik, ijtimoiy-maishiy notiqlik, boshqaruv notiqligi

5. Tadbirkorning asosiy xususiyatlari nimada?

A. Ish yuzasidan o'z majburiyatlarini boshqalarga yuklash

B. Aniq maqsad belgilaydi, qaror qabul qilishni o'z zimmasiga oladi, tavakkalchi

C. Rejalashtirilgan va yuqori tashkilotlar buyruqlarini so'zsiz bajaradi

D. Raqobatchilar va ular holatini inobatsiz qoldiradi

6. Tadbirkorning o'z imidjini yaratish xususiyatlari qaysilar ?

A. Mas'uliyatli bo'lish, o'z xatolarini tan olish, boshqalarni hurmat qilish, vaqtida o'z ishini bajarish, atrofdagilarga sabr toqatli bo'lish

B. Ortiqcha o’ziga ishonish, xodimlarni so’zsiz bo’ysinishlarini talab qilish, o’z fikrini majburan o’tkazish

C. Bemaslahat, mustaqil qaror qabul qilish va o’z shartlarini bajarishni talab qilish

D. Hamma ishga aralashish va xodimlarning erkinligini cheklash

7. Boshqarish san’ati nima?

A. Qo’l ostidagi xizmatchilar bilan juda yaxshi munosabat o’rnatish va ishlab chiqarishning eng samarali natijalarini beradigan muhitni yaratish

B. Uzluksiz mukofatlash va nisbatan jazolash

C. Kadrlarning malakasini oshirish va qayta tayyorlash

D. Qo’l ostidagi xizmatchilarni rejimli o’qitish

8. Rahbar faoliyatining psixologik xususiyatlari:

A. Tarbiyaviy-uslubiy, moddiy rag’batlantirish

B. Moddiy rag’batlantirish

C. Ma’muriy tashkiliy

D. Ma’muriy-tashkiliy, tarbiyaviy-uslubiy, moddiy rag’batlantirish

9. Taktika bu – ...

A. Uzoq muddatli maqsadlarni o’z ichiga oladi va maqsadga muvofiq yechimlarning eng yaxshilariga diqqat-e’tiborni qaratishga imkon beradi

B. Ushbu faoliyat bilan bog’liq bo’lgan va biror-bir turdagi qaror qabul qilishda nazarga olinishi mumkin bo’lgan ma’lumot turlari kiradi

C. Mavjud sharoitlarda qo’yilgan maqsadga erishish uchun qo’llaniladigan usullarni va yondashuvlarni o’z ichiga oladi hamda qisqa muddatli gorizontda amal qiladi

D. Qisqa muddatni o’z ichiga oluvchi yechimlarning eng maqbul variant

10. Yangi tuzilgan korxona kapitali oz bo’lgan holda qanday yo’l tutishi

mumkin?

A. Biznesning aniq tarmog’ini tanlashi va investitsiyalarni jalb etish

B. Uzoq muddatli qarz olish

C. Investitsiya tavakkalchiligi maksimal darajada bo’lishi

D. Homiylarni izlash

12-MAVZU. LOYIHANI YAKUNLASH

1. Marketingda bozorni o’rganish tushunchasi o’ziga nimalarni qamrab oladi?

A. Xaridorlarning tovarlarga bo’lgan talablari, “bozor sig’imi” va raqobatchi firmalar tovarlarining tahlili.

B. Bozordagi milliy valyuta va xalkaro valyutani sotib olish imkoniyatlari.

C. Raqobatchilar va ishlab chiqarish imkoniyatlari tahlili.

D. Narx-navo, talab-taklif.

2. Jadallashayotgan inflyatsiya davrida foiz stavkasi

A. Pasayadi, chunki pul narxi pasayadi.

B. Pasayadi, chunki bandlik darajasi pasayadi.

C. Ko’tariladi, chunki pul narxi pasayadi.

D. Ko’tariladi, chunki bandlik darajasi pasayadi.

3. Qaysi nazariya inflyatsiya va ishsizlikning bir vaqtda o’sa olmasligini isbotlaydi?

A. Hozirgi zamon miqdoriy pul nazariyasi

B. Keynscha nazariya

C. Oqilona umidlar nazariyasi

D. Taklif iqtisodi nazariyasi

4. Integratsiyalangan to’g’ridan-to’g’ri marketing nima?

A. Maksimarketing.

B. Marketing majmuasi.

C. Reklama strategiyasi.

D. Iste’molchilar bilan o’zaro aloqani rivojlantirish.

5. Pulning qaysi vazifasi narxning shakllanishi bilan bog’liq?

A. Muomala vositasi.

B. To’lov vositasi.

C. Qiymat o’lchovi.

D. Jamg’arma vositasi.

6. Monitoringni mazmuni qanday ma’no anglatadi?

A. Korxonada taftish o’tkazish.

B. Korxonani faoliyatini nazorat qilish va kuzatish.

C. Ko’zgu.

D. Kuzatuv.

7. Monitoringni o’tkazish zaruriyati nimada?

A. Korxona faoliyatini tekshirish.

B. Loyihani foydaliligini ta’minlash.

C. Kreditni o’z vaqtida qaytarilishini ta’minlash.

D. Investitsiya loyihalarini amalga oshirishda samaradorligini ta’minlash.

8. Monitoring kimlar tomonidan va qachon olib boriladi?

A. Investitsiya loyihasini ta’sischilari g.

B. Qarz olgan bank mijozlari.

C. Auditorlik kompaniyalari.

D. Mablag’ ajratgan bank.

9. Monitoringni yuritishda qanday tadbirlar ko’zda tutiladi?

A. Ishlab chiqarish jarayonini bilishlik, loyihada nima ishlab chiqarish ko’zda tutilganligi.

B. Loyihada nima ishlab chiqarish ko’zda tutilganligi, ishlab chiqarishning asoslanishi.

C. Loyihani moliyalashtirish manbalarini aniqlash va uni moliyalashtirishni amalga oshirish, ishlab chiqarishning asoslanishi.

D. Loyihani moliyalashtirish manbalarini aniqlash va uni moliyalashtirishni amalga oshirish, ishlab chiqarishning asoslanishi, ishlab chiqarish jarayonini bilishlik, loyihada nima ishlab chiqarish ko’zda tutilganligi.

10. Pul mablag’lari oqimining tarkibi nimalardan iborat?

A. Pul kirimlaridan iborat.

B. Pul chiqimlaridan iborat.

C. Sof pul oqimidan iborat.

D. Pul kirimi va chiqimidan iborat.

GLOSSARIY

Aylanma vositalar (mablag'lar) – korxona (xo'jalik)ning faoliyatini moliyalash uchun foydalanadigan pul mablag'lari. Aylanma vositalar aylanma ishlab chiqarish fondlari va muomala fondlaridan tashkil topadi. Aylanma ishlab chiqarish fondlari ishlab chiqarish jarayonida bir marta ishtirok etadi, har bir ishlab chiqarish davrida butunlay iste'mol qilinadi, o'z natural shaklini o'zgartiradi, uning qiymati etishtirilayotgan mahsulotga to'liq o'tadi va mahsulot sotilishi bilan pulga aylanadi (xom ashyo, materiallar, kelgusi davr xarajatlari, arzon baho anjomlar va b.). Muomala fondlari – mahsulotning korxonadan chiqib, to sotilishiga qadar muomala jarayonida band bo'lgan vositalar (sotuvga chiqariladigan tayyor mahsulot qiymati, kassadagi naqd pul mablag'lari va bankdagi hisobvaraqda turgan mablag'lar). Aylanma fondlarning muomala fondlari bilan birikishi iqtisodiy jihatdan asosli bo'lib, mablag'larning muomala va ishlab chiqarish sohalarida taqsimlanishini nazorat etishga imkon beradi.

Aktiv – (lot. activus – faol, ta'sirchan, ishchan) – 1) buxgalteriya balansining chap qismi, korxonaning muayyan sanada va pul ifodasida barcha vositalarini, ularning tarkibi va joylashuvini (asosiy fondlar, aylanma vositalar, pul vositalari, kapital sarflar, qarzdorlik talabnomalari va b.) aks ettiradi; 2) korxona yoki tashkilotning mulki yoki resurslari (bino, mashina, naqd pul, qimmatli qog'ozlar va b.). Pulga tez sotilishi (aylanishi) mumkin bo'lgan, bozori chaqqon aktivlar (veksellar, qimmatli qog'ozlar, oltin, naqd pul va b.) likvid aktivlar deyiladi.

Aktsiya – (frants. action – farmoyish; ruxsatnoma, faoliyat) – aktsiyador jamiyat chiqargan qimmatli qog'oz. O'z egasining aktsiyadorlar jamiyati kapitalida hissasi borligini va shunga muvofiq topilgan foydaning bir qismini dividend shaklida olishini, uni boshqarishda ishtirok etish huquqini tasdiqlaydi.

Aktsiya kursi – aktsiyaning bozor narxi. Aktsiya kursi aktsiya keltiradigan dividend miqdoriga to'g'ri mutanosib va bank foizi darajasiga teskari mutanosiblikda o'zgaradi. Aktsiya kursi aktsiya nominalidan (aktsiyada ko'rsatilgan summadan) yuqori yoki past bo'lib, bu talab va taklifga bog'liq. Aktsiya kursini emitent emas,

bozor belgilaydi. Aktsiya narxining birjada belgilanishi *birja kotirovkasi* deyiladi.

Aktsiyador – aktsiyaning egasi, undan naf ko'ruvchi yuridik va jismoniy shaxs.

Aktsiyadorlik jamiyati – daromad topish maqsadida hissadorlik tamoyiliga binoan uyushgan sherikchilik jamiyati.

Aktsiyadorlik kapitali – aktsiyadorlik jamiyatining kapitali, sherikchilik asosida tashkil topgan korporativ mulk hisoblanadi.

Aktsiyalarning nazorat paketi – aktsiya egasiga aktsiyadorlik jamiyatida amaldagi hukmronlikni ta'minlaydigan aktsiyalar miqdori; chiqarilgan aktsiyalarning umumiy summasida bir shaxs, kompaniya yoki davlatning yirik hissasi. Aktsiyador jamiyatning yig'ilishida hal qiluvchi ovozga ega bo'lish huquqini beradi.

Amortizatsiya (lot. amortisatio – qoplash) – asosiy kapital (fondlar) amortizatsiyasi – asosiy kapital (mashina, mexanizmlar, jihozlar, binolar, inshootlar)ning ekspluatatsiya jarayonida eskirishi va ayni paytda ular qiymatining muayyan davr davomida ishlab chiqarilayotgan tayyor mahsulotlarga o'tib borishi.

Amortizatsiya ajratmalari – mahsulot tannarxiga kiritiladigan asosiy fondlar amortizatsiyasi summasi; asosiy fondlarni qisman tiklash (kapital ta'mirlash va yangilash) va to'liq tiklash fondlarini yaratishga xizmat qiladi.

Amortizatsiya fondi – 1) amortizatsiya ajratmalari hisobiga shakllanadigan maxsus fond; 2) mahsulotning tannarxi tarkibiga kiritiladigan amortizatsiya ajratmalari hisobidan korxonada shakllantiriladigan pul mablag'lari fondi.

Annuitet – (frants. annuite – yillik badal) – 1) kreditorlarga qarzni uzish hisobiga foizi bilan birga har yili to'lanadigan pul; 2) mijozga shartnomada ko'rsatilgan muayyan muddatlarda muntazam pul summasi keltiradigan investitsiyalar; 3) muddatli davlat qarzi, qarzlarning muayyan qismi har yili foizi to'langan holda uzib boriladi.

Asosiy kapital – kapitalning asosiy ishlab chiqarish vositalari (mashina, asbob-uskuna, ishlab chiqarish binolari va uskunalari)ni o'z ichiga oluvchi, iqtisodiy jihatdan o'z qiymatini ishlab chiqarilgan tovarlarga asta-sekin va uzoq muddatda o'tkazib boruvchi qismi.

Asosiy materiallar – tayyorlanadigan mahsulot tarkibiga kiradigan va uning

asosini tashkil etadigan materiallar.

Asosiy fondlar – ishlab chiqarishga uzoq muddat xizmat qiladigan, o'z natural buyum shaklini uzoq vaqt o'zgartirmagan holda ishlab chiqarish jarayonida bir necha bor qatnashadigan mehnat qurolari va vositalari.

Bankdlik – aholini ish bilan ta'minlash, mehnatga layoqatli aholining ijtimoiy foydali mehnat bilan mashg'ul bo'lishi.

Bank kapitali – 1) banklarning muomalaga tushirgan pul kapitallari majmui (o'ziniki bo'lgan va jalb etilgan vositalar); 2) banklarning o'z faoliyatlarini amalga oshirish uchun mo'ljalangan moliyaviy resurslari bo'lib, u banklar tomonidan turli manbalar orqali jalb etilgan pul kapitalidan iborat. Banklarning umumiy kapitali xususiy kapital bilan bir qatorda undan bir necha barobar ko'proq bo'lgan jalb etilgan kapitalni ham o'z ichiga oladi.

Bank kafolati – kafil banklarning mijozlari majburiyatlarini o'z zimmasiga olishi. Mijozlar qarzlarini o'z hisobidan va o'z muddatida to'lay olmagan hollarda banklar ularning topshirig'iga ko'ra va ularning hisobidan majburiyatlarni zimmasiga oladi. Qarz tegishli ta'minot (garov) asosida bank tomonidan to'lanadi.

Bank krediti – banklarning mijozlarga vaqtinchalik foydalanish uchun ma'lum shartlar va tamoyillarga asoslanib, kapital berishi.

Bank operatsiyalari – banklar amalga oshiradigan operatsiyalar: joriy yoki boshqa hisobvaraqqa pul qabul qilish, foizi bilan yoki foizsiz kreditlar berish, birja topshiriqlarini bajarish, qimmatli qog'ozlar, aktsiyalar sotib olish, mijozlarning topshiriqlarini bajarish, tovarlar yoki tovar hujjatlari garovi hisobiga ssudalar berish, shuningdek, boshqa har qanday pulli va naqd pulsiz hisob-kitoblar bo'yicha operatsiyalar kiradi. Asosan, *passiv* (kreditlash uchun resurslar hosil qilish) va *aktiv* (foyda olish maqsadlarida bu resurslarni ishlatish) turlarga bo'linadi.

Bank aktivlari – banklarning asosiy faoliyatini amalga oshirishda foydalanuvchi turli moddiy va moliyaviy resurslar majmui. Ular, asosan, bank kreditlari, asosiy vositalari, sotib olingan qimmatli qog'ozlari, investitsiyalari, valyuta ko'rinishida bo'ladi.

Bankning aktiv operatsiyalari – bank resurslarini joylashtirish bo'yicha operatsiyalar: mijozlarga uzoq muddatli va qisqa muddatli kreditlar berish, shu

jumladan, veksellarni hisobga olish, ko’chmas mulk va qimmatli qog’ozlarni garovga olish yo’li bilan, bank resurslarini davlat obligatsiya zayomlarini va korxona aktsiyalarini sotib olish yo’li bilan investitsiyaga qo’yish.

Bankning passiv operatsiyalari – resurslarni bank schetiga tushirish: jamg’armalarni qamrab olish, qimmatli qog’ozlarni chiqarish va joylashtirish, Markaziy bank pul emissiyasi, banklarning xususiy jamg’armalarining tashkil etilishi va h.k.

Bank ssudasi – bankning foiz to’lovi sharti bilan kreditga berilgan pul mablag’i. Qisqa va uzoq muddatli turlarga bo’linadi.

Bank foiz stavkasi – bank ssudasidan foydalanganlik uchun belgilangan haq miqdori. Qarz summasiga nisbatan foiz hisobida undiriladi. Uning miqdori kreditning turi, muddati va qarzning vaqtida qaytarilishiga bog’liq.

Bank depozitlari – jismoniy va yuridik shaxslarning bank muassasalariga ma’lum muddatga va muddatsiz omonat shaklida qo’yilgan bo’sh pul mablag’lari.

Bank tizimining likvidligi – banklarning o’z majburiyatlarini o’z vaqtida va to’liq hajmda bajara olish imkoniyati.

Banklar likvidligi – banklar aktivlarining qisqa muddat ichida pulga aylanish qobiliyati. Likvidlik bank majburiyatlarini bajarish va aktivlar o’sishini moliyalash bilan birgalikda depozitlar va qarz mablag’lari darajasining pasayishini samarali boshqarish.

Bank nazorati bo’yicha Bazel qo’mitasi talablari – bank tizimining barqaror amal qilishi hamda o’z majburiyatlarini bajara olishini ta’minlash uchun o’rnatilgan xalqaro me’yorlar majmui bo’lib, u kapitalning etarlilik darajasini, banklarni nazorat qilish jarayoniga hamda bozor intizomiga qo’yilgan talablarni ifodalaydi.

Bankrot – 1) qarzdorlik, nochorlik, tadbirkorning o’z qarz majburiyatlari bo’yicha mablag’i bo’lmaganligi uchun to’lashdan bosh tortishi; 2) xo’jalik sudi tomonidan e’tirof etilgan, qarzdorning pul majburiyatlari bo’yicha kreditorlar talablarini to’la hajmda qondirishga yoki majburiy to’lovlar bo’yicha o’z majburiyatini bajarishga qodir emasligi.

Bankrotlik riski – tadbirkor tomonidan xususiy kapitalini butkul yo’qotish xavfi bilan bog’liq risklar.

Balans foyda – mahsulot tannarxiga kiritiladigan barcha xarajatlar va chiqimlar hamda majburiy to'lovlar chegirilganidan so'nggi korxona yalpi daromadining qismi. Balans foyda soliqqa tortilgunga qadar bo'lgan yalpi foydadir.

Birja – qimmatli qog'ozlar, valyuta, tovar, ish kuchi va xom ashyo sotiladigan va xarid qilinadigan muassasa.

Birjaviy risklar – birjaviy bitimlardan ko'riladigan zararlar xavfi mavjud bo'lgan risklar.

Biznes – (ingl. business) – daromad keltiradigan yoki boshqa naf beradigan xo'jalik faoliyati; foyda olish maqsadlari ko'zlangan va qonunlarga xilof bo'lmagan har qanday tashkiliy faoliyat.

Biznes-reja – aniq tanlangan tadbirkorlik ishining barcha bosqichlari tavsiflangan va taxminan hisob-kitob qilingan loyiha. Unda aniq tanlangan tadbirkorlik ishining hamma tomonlari o'z aksini topadi.

Boshlang'ich kapital – investitsiya qilish uchun to'plangan dastlabki summa yoki ish boshlash uchun kerak bo'ladigan sarmoya.

Bojxona to'lovlari – mamlakat chegarasi orqali o'tkaziladigan (olib kiriladigan va chiqariladigan) tovar-moddiy boyliklar uchun to'lanadigan haq.

Bozor infratuzilmasi – bozorda tovarlar va xizmatlarning erkin harakatini ta'minlaydigan muassasalar, tashkilotlar majmui.

Bozor kon'yunkturasi – muayyan davrdagi bozor holati; bozorda muvozanatning mavjudligi yoki buzilganligi bilan tavsiflanadi.

Byudjet – (ingl. budget – hamyon, mablag') – belgilangan muddat uchun ishlab chiqilgan, me'yorlashtirilgan hamda qonuniy ravishda tasdiqlangan daromadlar va xarajatlar yig'indisi.

Byudjetdan moliyalash – davlat byudjetdan davlat buyurtmalarini amalga oshirish, davlat dasturlarini bajarish, davlat tashkilotlarini saqlash (ta'minlash) bilan bog'liq xarajatlarga pul mablag'lari ajratish.

Byudjetdan tashqari jamg'armalar – davlatning davlat byudjetiga kiritmaydigan va aniq maqsadlarga mo'ljallangan pul mablag'lari.

Byudjet dotatsiyasi – o'z daromadlari va byudjetni tartibga soluvchi boshqa

mablag’lar etishmagan taqdirda quyi byudjetning xarajatlari bilan daromadlari o’rtasidagi farqni qoplash uchun yuqori byudjetdan quyi byudjetga qaytarmaslik sharti bilan ajratiladigan pul mablag’lari.

Byudjet subventsiyasi – qonun hujjatlarida nazarta tutilgan tartibda muayyan maqsadlarga sarflash sharti bilan yuqori byudjetdan quyi byudjetga qaytarmaslik sharti bilan ajratiladigan pul mablag’lari.

Byudjet defitsiti – muayyan davrda byudjet xarajatlarining byudjet daromadlaridan ortiq bo’lgan summasi.

Byudjet profitsiti – muayyan davrda byudjet daromadlarining byudjet xarajatlaridan ortiq bo’lgan summasi.

Byudjet ssudasi – yuqori byudjetdan quyi byudjetga yohud respublika byudjetidan rezident-yuridik shaxsga yoki chet el davlatiga qaytarish sharti bilan ajratiladigan mablag’.

Bojxona bojlari - ma’lum bir mamlakatning hududiga mahsulotlarni kiritish, undan chiqarish va olib o’tishda undiriladigan iste’mol soliqlaridan biri. Ularning asosiy maqsadi daromad olish bo’lmasdan, balki ichki bozorni, milliy sanoatni va qishloq xo’jaligini himoya qilishdir. Davlat iqtisodiy (moliya-soliq) siyosatining instrumenti sifatida maydonga chiqadi. Import qilinadigan mahsulotlarning bahosi bilan ichki bozordagi xuddi shunga o’xshash mahsulotlarning bahosini tenglashtirishi lozim. Odatda, mahsulotlar bahosidan olinadi. Buning uchun, ayrim hollarda, maxsus me’zonlar (masalan, og’irlik, maydon) ham qo’llanilishi mumkin.

Valyuta konvertatsiyasi (lot. conversio – almashtirish) – valyuta almashinuvi – mamlakat milliy valyutasining xorijiy valyutalarga yoki xalqaro to’lov vositasi sifatida amal qiluvchi valyutaga erkin almashtirilishi.

Valyuta kursi – bir mamlakat pul birligining boshqa mamlakat pul birligida ifodalangan narxi.

Valyuta siyosati – 1) davlatning mamlakat ichida va undan tashqarida valyutaga, valyuta kursiga, valyuta operatsiyalariga ta’sir ko’rsatish chora-tadbirlari; davlat iqtisodiy siyosatining va tashqi iqtisodiy faoliyatining tarkibiy qismi; 2) mamlakatning joriy strategik maqsadlarga muvofiq halqaro valyuta va boshqa iqtisodiy munosabatlar sohasida amalga

oshiriladigan chora-tadbirlari majmuasidir. U iqtisodiy siyosatning asosiy maqsadlariga erishishga qaratilgan.

Valyuta riski – bir valyutaning boshqasiga nisbati bo'yicha kursning o'zgarishi bilan bog'liq valyuta yo'qotilishi xavfi sifatida namoyon bo'ladi.

Veksel – (nem. wechsel – ayirboshlash) – ko'rsatilgan muddatda muayyan miqdordagi pulni to'lash majburiyati qayd etilgan qarzdorlik haqidagi rasmiy hujjat; qimmatli qog'oz. U universal to'lov, kredit va hisob vositasi bo'lib, xalqaro savdoda to'lov majburiyati; qisqa muddatli tijorat-kredit vositasi; banklararo uzoq muddatli munosabatlarni shakllantiruvchi vosita; banklardan ssuda olish uchun garov tarzida keng qo'llaniladi.

Garov huquqi (fuqarolik huquqida) – bir shaxsning majburiyatlarni ta'minlash uchun boshqa shaxsga mol-mulkka oid huquqni berishi (garov)ni tartibga soluvchi va mustahkamlovchi huquqiy me'yorlar majmui.

Global moliyaviy-iqtisodiy inqiroz – jahonning deyarli barcha mamlakatlarida moliyaviy, ijtimoiy va iqtisodiy sohalardagi mutanosiblik va nisbatlarning keskin izdan chiqishi natijasidagi beqarorlik va chuqur tanglik holatlarining vujudga kelishi.

Davlat byudjeti – davlatning muayyan vaqt (odatda, bir yil) uchun mo'ljallangan pul daromadlari va xarajatlari majmui. Davlat byudjeti davlat ixtiyoridagi pul fondlarining taqsimlanishini bildirib, u davlat moliyasining bosh bo'g'ini hisoblanadi. Davlat byudjeti tarkiban umumdavlat byudjeti va mahalliy byudjetga bo'linadi.

Davlat zayomlari – byudjetga pul to'plash maqsadida davlat nomidan sotish uchun chiqariladigan, davlatning qarzdorligini tasdiqlovchi qimmatli qog'oz.

Davlat moliyasi – davlat ixtiyorida pul jamg'armalarining tashkil etilishi, taqsimlanishi va sarflanishi sohasidagi moliyaviy munosabatlar.

Davlat mulki – mulkchilik shakllaridan biri, davlatga qarashli va uning o'z vazifalarini bajarishi uchun zarur barcha mol-mulklar va mulkiy huquqlar.

Davlat mulkini xususiylashtirish – davlatning o'z ixtiyoridagi ishlab chiqarish vositalari, mol-mulk ob'ektlarini, korxonalar, uy-joy, transport vositalari, tabiat resurslari va boshqalarni davlat tasarrufidan chiqarishi va fuqarolar, jamoalar,

shuningdek, davlatga tegishli bo’lmagan yuridik shaxslarga berishi yoki sotishi.

Davlat qimmatli qog’ozlari – byudjet kamomadlarini qoplash maqsadlarida hukumat yoki mahalliy hokimiyat idoralari nomidan chiqarilgan va albatta, hukumat tomonidan kafolatlangan qimmatli qog’ozlar.

Davlat krediti – kredit munosabatlarida bevosita davlatning ishtiroki bilan xususiyatlanadi. Davlat krediti davlat byudjetidan ustuvor investitsiya loyihalarini amalga oshirish bo’yicha tasdiqlangan dasturlar asosida beriladi.

Daromad solig’i – moliya yilida soliq solinadigan daromadga ega bo’lgan jismoniy shaxslarning soliq solinadigan jami daromadlaridan, yuridik shaxslarning soliq solinadigan jami daromadi (foydasi)dan undiriladigan to’g’ri, umumdavlat solig’i.

Daromadlilik indeksi (profitobility index, PI**)** – investitsiya loyihasining diskontlangan daromadlarining diskontlangan investitsiya xarajatlariga nisbati tushuniladi, bu ko’rsatkich investorning 1 so’m sarf qilgan investitsiyalariga necha so’m daromad kelishini aniqlab beradi.

Davlat tashqi qarzi – davlat tomonidan xorijdan mablag’ jalb qilish natijasida vujudga kelgan O’zbekiston Respublikasi majburiyatlarining yig’indisi.

Devalvatsiya (de va lot. valeo – qiymat) – milliy pul birligi kursining xorij valyutalariga nisbatan pasaytirilishi.

Depozit (lot. depositum – omonat, asrab qo’yilgan) – bankka qo’yilgan omonatlar. Bunday depozitlarning muddatli va talab qilib olinadigan turlari bor.

Diversifikatsiya – (lot. diversificatio – o’zgarish, xilma-xil taraqqiyot) – korxonalarning faoliyati sohalari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turining kengayishi, yangilanib turishi. Disversifikatsiya ishlab chiqarishda yuqori samaradorlikka erishish, iqtisodiy foyda olish, bankrotlikka barham berish va boshqa maqsadlarda amalga oshiriladi.

Dividend – (lot. dividendum – taqsimlanadigan narsa) – aktsiyadorlar jamiyati foydasidan aktsiya egasiga har yili beriladigan va uning daromadiga aylangan qismi. Dividendning miqdori aktsiyadorlar jamiyatining sof foydasi, aktsiyalar soni va qiymatiga bog’liq.

Diskont (ingl. discount – chegirma, lot. computare – hisobga olmoq) – qimmatli qog'ozning fond birjasida ayni paytda sotilayotgan narxi bilan nominali yoki uni qaytarib sotib olishdagi narxi o'rtasidagi farq.

Dotatsiya – davlat byudjetidan qaytarilmaydigan tartibda beriladigan pul mablag'lari, zararlarni qoplash uchun korxona va tashkilotlarga beriladigan davlat nafaqalari.

Evropa tiklanish va taraqqiyot banki – Markaziy va Sharqiy Evropa mamlakatlari, shuningdek, MDHga a'zo mamlakatlarni iqtisodiy va ijtimoiy rivojlantirishga yordam ko'rsatuvchi xalqaro bank. 1990 yilda 42 a'zo hukumat mamlakatlari tomonidan 10 mlrd. ekyu mablag' bilan tashkil etilgan. 1991 yildan faoliyat olib boradi. Shtab-kvartirasi Londonda joylashgan.

Er uchun ijara haqi – uning hajmi, shartlari va o'tkazish muddatlari shartnomaga muvofiq o'rnatiladi. Qishloq xo'jaligi maqsadlariga mo'ljallangan erlar ijaraga olinganda uning miqdori ijaralangan uchastkalardan olinadigan er solig'ining summasidan oshmasligi kerak.

Yopiq aktsiyadorlik jamiyati – aktsiyalari faqat o'zining ta'sischilari yoki oldindan belgilab qo'yilgan boshqa shaxslar o'rtasida taqsimlanadigan jamiyat.

Jamg'arish – joriy davrdagi qayta ishlashning moddiy asosini kengaytirish orqali kelajakda aholi iste'molini oshirishga yo'naltirilgan jarayon. Jamg'arishning asosiy funktsiyasi takror ishlab chiqarish jarayonining pirovard maqsadiga erishishga ko'maklashishdir. Takror ishlab chiqarish jarayonining maqsadi aholining o'sib va o'zgarib borayotgan ijtimoiy-iqtisodiy ehtiyojlarini qondirishdan iborat.

Jamg'arma – aholi, korxona va davlat joriy daromadlarining kelajakdagi ehtiyojlarini qondirish va daromad olish maqsadlarida to'planib borishi.

Jahon banki – xalqaro moliya muassasasi. Tarkibiga BMTning ixtisoslashgan muassasa maqomiga ega bo'lgan 3 ta mustaqil xalqaro moliya instituti (Xalqaro tiklanish va taraqqiyot banki, Xalqaro moliya korporatsiyasi hamda Xalqaro taraqqiyot uyushmasi) kiradi. Ba'zi adabiyotlarda Xalqaro tiklanish va taraqqiyot banki norasmiy holda Jahon banki deb ham ataladi.

Jahon bozori – xalqaro mehnat taqsimotida ishtirok etish bilan o'zaro

bog’langan mamlakatlar o’rtasidagi barqaror tovar pul munosabatlari tizimi.

Jahon bozori kon’yunkturasi – jahon tovar bozorlaridagi sotish sharti, ushbu bozorlardagi talab, taklif, narxlar darajasi, ularning o’zgarish tendentsiyalari.

Zararlar – fuqarolik huquqida qonunga xilof harakatlar tufayli bir shaxs tomonidan ikkinchi shaxsga etkazilgan ziyonning pulda ifodalangan shakli.

Zararsizlik nuqtasi – mahsulotni sotishdan tushgan tushumning sotilgan mahsulot tannarxiga teng bo’lgandagi grafik nuqtani anglatadi. Bunda eng asosiy maqsad xarajatlarni qoplash uchun zarur bo’lgan ishlab chiqarish xajmini aniqlashdan iborat. Xarajatlarni qoplash uchun zarur bo’lgan sotish hajmi maxsus nuqtani tavsiflaydi, ya’ni u ishlab chiqarish hajmining kritik nuqtasini ifodalaydi. Bunda korxona foyda ham olmaydi, zarar ham ko’rmaydi, ya’ni mahsulot sotishdan tushgan tushum mahsulotning to’liq tannarxiga (xarajatlarga) barobardir. «Zararsizlik nuqtasi»dagi sotishdan tushgan tushum o’zini zararsiz sotish qiymati sifatida namoyon etadi, mahsulot birligi bu holatda zararsiz sotish bahosi hisoblanadi.

Ijara shartnomasi – fuqarolik-huquqiy shartnoma. Unga ko’ra, ijaraga beruvchi ijaraga oluvchiga haq evaziga mol-mulkni vaqtincha egalik qilish va foydalanish yoki foydalanish uchun topshirish majburiyatini oladi.

Ijara haqi – ijara sharoitida taqdim etilgan mulk uchun to’lovning turi. Asosiy fondlarning alohida ob’ektlari ijaraga olinganda ular ijara shartnomasining butun amal qilish davomida teng hissalarda mahsulot tannarxiga kiritiladi.

Ijtimoiy investitsiyalar – inson salohiyatini, malakasi va ishlab chiqarish tajribasini oshirishga, shuningdek, nomoddiy ne’matlarning boshqa shakllarini rivojlantirishga qo’shiladigan investitsiyalar.

Import (ingl. import – keltirish, olib kelish) – mamlakatning ichki bozorida sotish uchun, shuningdek, ularni uchinchi mamlakatga o’tkazib yuborish uchun chet el tovarlari, xizmatlar, texnologiyalar, kapitallar, qimmatli qog’ozlar va boshqalarni keltirish.

Imtiyozli aktsiya – dividend olingan foydaga qarab emas, balki oldindan belgilangan qat’iy foizlarda beriladigan aktsiya.

Investitsiya (lot. investio – o’rash) – iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida o’z

mamlakatida yoki xorijda turli tarmoqlarga, ijtimoiy-iqtisodiy dasturlarga, innovatsiya, tadbirkorlik loyihalariga uzoq muddatli kapital kiritish (qo'yish). Pulning vaqtga bog'liq qiymati nazariyasiga ko'ra, investitsiya kelajakda naf olish maqsadida mablag'lar qo'yishdir. Investitsiya kapitalni muayyan muddatga bog'lashni yoki band qilishni bildiradi. Bundan asosiy maqsad kapital qiymatini saqlab qolish yoki kapital qiymatini vaqt mobaynida o'stirib borishdir. Iqtisodiy mazmuni jihatdan investitsiya turli faoliyatlarga safarbar etilgan moddiy, nomoddiy boyliklar va ularga bo'lgan huquqlarni aks ettiradi.

Investitsiya siyosati – investitsiya faoliyatini jonlantirish, iqtisodiyotni yuksaltirish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va ijtimoiy muammolarni hal qilish maqsadida iqtisodiy sub'ektlar uchun qulay xo'jalik yuritish sharoitlarini yaratishga qaratilgan maqsadli tadbirlar majmui.

Investitsiya dasturi – respublika iqtisodiyotini barqaror va tadrijiy rivojlantirishga erishishga, tabiiy, mineral xom ashyo, moliyaviy, moddiy va mehnat resurslaridan oqilona foydalanish yo'li bilan respublika ayrim tarmoqlari va mintaqalarini tarkibiy o'zgartirishning asosiy ustuvorliklarini va strategik vazifalarini amalga oshirishga yo'naltirilgan bir-biri bilan o'zaro bog'langan chora-tadbirlar majmui. O'zbekiston Respublikasining Investitsiya dasturi respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish istiqbolining tarkibiy qismi hisoblanadi va davlat investitsiya siyosatining ustuvor yo'nalishlarini aks ettiradi.

Investitsiya muhiti – 1) investitsiyalar jozibadorligi hamda xavf-xatar darajasini belgilab beruvchi ijtimoiy-iqtisodiy, moliyaviy va siyosiy omillar majmui; 2) xorijiy investitsiyalarning risklilik darajasini va ulardan mamlakatda samarali foydalanish imkoniyatlarini oldindan belgilaydigan iqtisodiy, siyosiy, yuridik va ijtimoiy omillar yig'indisi.

Investitsion kreditlar – ishlab chiqarishni kengaytirish, texnik va texnologik jihatdan yangilash, modernizatsiya qilish va rekonstruktsiya qilish, yangi bino va inshootlarni qurish uchun zarur bo'lgan vositalarni sotib olish maqsadida beriladigan uzoq muddatli kreditlar.

Investitsiya faoliyati – 1) iqtisodiy va boshqa faoliyat ob'ektlariga

resurslarning kapitallashuvini ta’minlash va foyda (daromad) olish maqsadida investorlarning resurslarni jamg’arish va ularni turli shakllarda qo’yish bilan bog’liq bo’lgan barcha amaliy harakatlari yig’indisi; 2) investitsiya faoliyati sub’ektlarining investitsiyalarni amalga oshirish bilan bog’liq harakatlari majmui.

Investitsiyaviy faollik – turli iqtisodiy sub’ektlarning daromad olish maqsadida milliy yoki xorijiy iqtisodiyotlarga investitsiya resurslarini kiritishga intilishi.

Investitsiya me’yori – investitsiyalar hajmining yalpi ichki mahsulotga bo’lgan nisbati.

Investor – o’z mablag’larini, qarzga olingan va jalb etilgan mablag’larni, mulkiy boyliklarni va ularga doir huquqlarni, shuningdek, intellektual mulkka doir huquqlarni investitsiya faoliyati ob’ektlariga investitsiyalashni amalga oshiruvchi investitsiya faoliyati sub’ekti.

Investitsiya faoliyati ishtirokchilari – 1) buyurtmachilar, pudratchilar, etkazib beruvchilar, banklar, sug’urta kompaniyalari, loyihalovchilar, vositachilar, ilmiy-maslahat firmalari, o’z mamlakatidagi qonunchilikka ko’ra investitsiyaviy mulk egalari (tasarrufchilari) yoki buyurtmalardan foydalanuvchi sifatida qatnasha oluvchi xorijiy tashkilotlarni kiritish mumkin; 2) investorning buyurtmalarini bajaruvchi sifatida investitsiya faoliyatini ta’minlovchi investitsiya faoliyati sub’ektlari;

Investitsiya loyihasi – iqtisodiy, ijtimoiy va boshqa manfaat ko’rish maqsadida investitsiyalar kiritgan holda oldindan belgilangan muddat mobaynida amalga oshiriladigan o’zaro bog’liq tadbirlar va ishlar majmui.

Investitsiya loyihalarining iqtisodiy samaradorligini baholash usullari – bu uzoq muddatli kapital qo’yilmalarning kelajakda qoplanishini va foydaliligini baholash maqsadida turli ob’ektlarga ularni kiritishning maqsadga muvofiqligini aniqlash yo’llari.

Investitsiya soliq krediti – soliq to’lovchi tomonidan ma’lum bir hududning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi bo’yicha juda muhim buyurtmani bajarganligi yoki shu hudud aholisiga juda muhim xizmatni taqdim etganligi uchun unga mahalliy

hokimiyat organlari tomonidan soliq summasi doirasida beriladigan engillik, imtiyoz (soliq to'lovining kechiktirilishi).

Imtiyoz – ma'lum bir majburiyatlarni bajarishdan qisman (yoki to'liq) ozod etish, ma'lum bir qulayliklarga ega bo'lish.

Injiniring (ingl. Injineering – ixtirochilik) – muhandislik-maslahat xizmatlari – tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda ishlab chiqarishni tashkil etishni ta'minlash, mahsulot sotishni uyushtirish va boshqalar yuzasidan masalahat berish.

Innovatsiya (ingl. innovations – kiritilgan yangilik, ixtiro) – 1) texnika va texnologiya avlodlarini almashtirishni ta'minlash uchun iqtisodiyotga sarflangan mablag'lar; 2) ilmiy-texnika yutuqlari va ilg'or tajribalarga asoslangan texnika, texnologiya, boshqarish va mehnatni tashkil etish kabi sohalardagi yangiliklar, shuningdek, ularning turli sohalar va faoliyat doiralarida qo'llanilishi.

Innovatsiya investitsiyalari – texnika va texnologiyalarning yangi avlodini ishlab chiqish va o'zlashtirishga qo'shiladigan investitsiyalar.

Innovatsiya texnologiyalari – iqtisodiyotga yangiliklarni tatbiq etish bosqichlarida qo'llaniluvchi usul va vositalar majmui bo'lib, o'z ichiga joriy etish, trening, konsalting, transfert, audit, injiniring kabi turlarini oladi.

Intellektual mulk – ijodiy aqliy faoliyat mahsuli. Ixtirochlik va mualliflik ob'ekti huquqi majmuiga kiruvchi fan, adabiyot, san'at va ishlab chiqarish sohasida ijodiy faoliyatning boshqa turlari, adabiy, badiiy, ilmiy asarlar, ijrochi aktyorlik san'ati, jumladan, ovoz yozish, radio, televidenie asarlari, kashfiyotlar, ixtirolar, sanoat namunalari, kompyuterlar uchun dasturlar, ma'lumotlar bazasi, nou-xauning ekspert tizimlari, tovar belgilari, firma atamalari va boshqa aqliy ob'ektlar.

Inflyatsiya – (lot. Inflatio – shishish, bo'rtish, ko'tarilish), pulning qadrsizlanishi – tovar-pul muvozanatining buzilishi natijasida muomalada xo'jalik aylanmasi ehtiyojlaridan ortiq darajada qog'oz pullar miqdorining ko'payib ketishi, pul massasining tovarlar massasidan ustunligi natijasida tovar bilan ta'minlanmagan pullarning paydo bo'lishi.

Inflyatsiya darajasi – ma'lum vaqt ichida (oy, yil) baholar darajasining foizdagi o'zgarishi.

Iste’mol krediti – iste’mol ehtiyojlarini qondirish uchun qaytarishlik sharti bilan aholiga beriladigan pul mablag’lari yoki tovarlardan iborat kredit.

Ishlab chiqarishni modernizatsiyalash – ishlab chiqarishni zamonaviy texnologiyalar bilan jihozlash, uni ma’naviy jihatdan yangilash, tarkibiy jihatdan texnik va texnologik qayta tuzish kabi chora-tadbirlarni o’z ichiga oluvchi jarayon. Ishlab chiqarishni modernizatsiyalashning asosiy yunalish va vositalari bo’lib quyidagilar hisoblanadi: korxonalardan eskirgan asbob-uskunalarni chiqarish; ishlab chiqarishni zamonaviy texnika va texnologiyalar bilan jihozlash; mahalliy resurslar asosida ishlab chiqarishga innovatsiya texnologiyalarini joriy etish; ishlab chiqarilayotgan mahsulot assortimentini kengaytirish; ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish va resurslarni tejash; sifatni boshqarish va sertifikatlash tizimini joriy etish; chiqitsiz va ekologik toza texnologiyalarni joriy etish va boshqalar.

Ishlab chiqarish samaradorligi – korxona miqyosida iqtisodiy faoliyat, iqtisodiy dasturlar va tadbirlarning foydali natijalar berishi, olingan iqtisodiy samaraning muayyan qiymatga ega bo’lgan resurslarni qo’llagan holda eng yuqori ishlab chiqarish hajmiga erishishga sabab bo’lgan ishlab chiqarish omillari, resurslar sarflariga nisbati bilan tavsiflanadi.

Ishlab chiqarish xarajatlari – korxonaning mahsulot ishlab chiqarish maqsadlarida iqtisodiy resurslar sotib olish uchun qilgan pul sarflari.

Iqtisodiy faol aholi – milliy xo’jalikda band bo’lgan barcha kishilar bilan bir qatorda ish qidirayotgan mehnatga layoqatli aholi. Ular iqtisodiy jihatdan faol va tegishli faoliyatda qatnashishi mumkin, biroq, daromad oladigan manbalari kam yoki mablag’lari yo’qligi tufayli bu faoliyatni amalga oshira olmaydilar.

Kapital (nem. kapital; lot. capitalis – bosh, asosiy) sarmoya – keng ma’noda – o’z egasiga daromad keltirish xususiyatiga ega bo’lgan jami vositalar va mablag’lar; yangi qiymat keltiruvchi, o’zini-o’zi ko’paytiruvchi qiymat. Tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish uchun kishilar tomonidan yaratilgan resurslar; tor ma’noda – ishlab chiqarish vositalari ko’rinishidagi ishga qo’yilgan, ishlab turgan daromad manbai.

Kapital bozori, fond bozori – bo’sh turgan pul mablag’larini to’plash, ularni ssuda kapitaliga aylantirish, so’ngra uni ishlab chiqarish jarayonlari ishtirokchilari

o’rtasida taqsimlash munosabatlari; qimmatli qog’ozlar, korxonalarning aktsiyalari hamda davlat obligatsiyalari bilan oldi-sotdi operatsiyalari olib boriladi.

Kapital qo’yilmalar, kapital mablag’lar – ishlab chiqarish va noishlab chiqarishga tegishli asosiy fondlarni yaratishga, ularni yangilashga va harakatdagi fondlarni ko’paytirishga, ob’ektni qurishga sarf qilinadigan, ishlab chiqarishga qo’yilgan mablag’.

Kapital qurilish – yangi qurilish, korxonalarni kengaytirish, rekonstruktsiya qilish, zamonaviylashtirish va texnika bilan qayta jihozlash, ob’ektlar va vositalarni mukammal ta’mirlash, shu jumladan, loyiha-qidiruv ishlarini bajarish.

Konsortsium (lot. consortium – shirkat, ishtirok etish) – 1) kompaniyalar, banklarning kapitaltalab, juda keng ko’lamdagi iqtisodiy loyihani amalga oshirish yoki qarzlarni hamkorlikda joylashtirish uchun tuzilgan vaqtinchalik birlashmasi; 2) bu aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarning muvaqqat birlashmasi.

Kon’yunktura – bozorda ma’lum bir vaqtda yuzaga kelgan iqtisodiy holat (asosan, talab hamda taklif nisbati va u bilan bog’liq bo’lgan narxlar darajasi orqali yuzaga keladi).

Korxonaning innovatsiya salohiyati – korxonaning yangiliklarni joriy qilish yordamida bozor sharoitlarida faoliyatining samaradorligini oshirish maqsadida korxonaning o’ziga xos xususiyatlari bilan belgilanadigan rivojlanish qobiliyati. Korxonaning innovatsiya salohiyati tashkilotning ichki innovatsiya jarayonidagi barcha bosqichlarning (ijtimoiy mehnat va resurslarning sarf me’yorlari asosida) bir maromda kechishiga imkon beradi.

Kredit (lot. creditum – qarz, credo – ishonaman) – pul mablag’lari, tovar va xizmatlarni kelishilgan ustama (foiz) to’lab qaytarib berish sharti bilan ma’lum muddatlarga qarzga berish. Qarzga mablag’ beruvchi tomon kreditor (davlat, bank, korxona, xususiy shaxs va boshq.), ssuda oluvchi tomon debitor (qarzdor) deyiladi. Kredit kelishuvi qarzdan foydalanish shartlari qayd etilgan shartnoma bilan rasmiylashtiriladi. Kredit muomalasi qarz beruvchi va qarz oluvchi o’rtasidagi iqtisodiy munosabatdir. Lekin, har qanday qarz munosabati ham kredit bo’la olmaydi.

Kredit munosabatida olingan mablag’ qaytarib berilishi, foydalanilgani uchun haq (kelishilgan foizda) to’lanishi, muddatli, ma’lum tovar va nomoddiy aktivlar bilan ta’minlangan bo’lishi, maqsadli ishlatilishi shart.

Kreditga layoqatlilik – xo’jalik yurituvchi sub’ektlarning qisqa va uzoq muddatli qarzlar va ular bo’yicha foizlarni o’z vaqtida qaytara olish, qarzga xizmat ko’rsatishni ta’minlay olish imkoniyatidir. Korxona qanchalik kreditga layoqatli, to’lovga qobilli bo’lsa, u shunchalik bankrotlikdan himoyalangan hisoblanadi.

Ko’chmas mulk – er bilan mustahkam bog’liq bo’lgan er maydonlari, alohida bo’lgan suv ob’ektlari, o’rmonlar, ko’p yillik o’simliklar, binolar, inshootlardan iborat.

Lizing (ingl. lease foydalanish) – 1) mashina, asbob-uskuna, transport vositalari, ishlab chiqarish inshootlarini uzoq muddatli ijaraga olish; uzoq muddatli foydalaniladigan tovarlar eksportini kreditlashning shakllaridan biri; 2) ijara munosabatlarining alohida turi bo’lib, unda bir taraf (lizing beruvchi) ikkinchi tarafning (lizing oluvchining) topshirig’iga binoan uchinchi tarafdan (sotuvchidan) lizing shartnomasida shartlashilgan mol-mulkni (lizing ob’ektini) mulk qilib sotib oladi va uni shu shartnomada belgilangan shartlarda haq evaziga egalik qilish va foydalanish uchun lizing oluvchiga o’n ikki oydan ortiq muddatga beradi.

Lizing to’lovlari – lizing beruvchining lizing ob’ektini olish uchun qilgan xarajatlarining hammasi yoki ko’p qismi, shuningdek, lizing ob’ektini etkazib berish va belgilangan maqsadda foydalanish uchun uni yaroqli holga keltirish bilan bog’liq bo’lgan boshqa xarajatlari lizing oluvchi tomonidan qoplanishi hamda lizing beruvchining daromadi. Lizing to’lovlari shartnomaning butun amal qilish muddatiga taqsimlanadi va bo’lib-bo’lib to’lanadi. Lizing to’lovlarining miqdorlari va davriyligi lizing shartnomasi bilan belgilanadi.

Lizing ob’ektlari – tadbirkorlik faoliyati uchun foydalaniladigan iste’mol qilinmaydigan har qanday ashyolar, shu jumladan korxonalar, mulkiy komplekslar, binolar, inshootlar, uskunalar, transport vositalari hamda boshqa ko’char va ko’chmas mulklar.

Litsenziya – u yoki bu mahsulotni tayyorlash, xo’jalik ishlab chiqarish va

ilmiy faoliyatning turini amalga oshirish, mahsulotning ma’lum bir turi va miqdorini eksport yoki import qilishga davlat yoki boshqaruv mahalliy organlarining rasmiy ruxsati.

Markaziy bank – mamlakatning pul belgilarini emissiya qilish (pul bosib chiqarish) va tijorat banklari faoliyatini nazorat qilish huquqi berilgan bosh davlat banki. Markaziy bank «banklarning banki» bo’lib, pul muomalasini tartibga solishda va byudjetni boshqarishda davlatga va hukumatga yordam beradigan organ hisoblanadi.

Majburiy zaxira talabi – tijorat banklari jalb qilgan mablag’laridan ma’lum bir qismining Markaziy bankning zaxira fondiga o’tkazilishi.

Marketing xizmatlari – maxsus tayyorgarlik ko’rgan marketologlar guruhi, uyushmasi, bo’limi va boshqarmasining faoliyat majmui.

Mas’uliyati cheklangan jamiyat – a’zolari jamiyat majburiyatlari bo’yicha faqat o’zlari qo’shgan ulush doirasida javobgar bo’ladigan jamiyat.

Maqsadli soliq imtiyozlari – xo’jalik yurituvchi sub’ekt tomonidan davlatning maqsadli ijtimoiy, iqtisodiy, investitsion va boshqa dasturlarining bajarilganligi uchun soliqqa tortish hajmining pasaytirilishi. Investitsion soliq kreditidan farqli ravishda o’zaro manfaatdorlik (o’zaro foydalilik) asosida mintaqaviy byudjetga borib tushuvchi soliq summalari doirasida ijroiya hokimiyati organlari tomonidan har qanday korxonaga berilishi mumkin.

Milliy valyuta – bu muayyan mamlakatda muomalada yuruvchi va tanho to’lov vositasi deb qabul qilingan puldir. Har bir milliy valyutaning boshqa valyutaga almasha olish xususiyati valyuta konvertatsiyasi deyiladi. To’liq konvertirlanuvchi va qisman konvertirlanuvchi valyutalar bo’ladi. Valyutalarning konvertirlanish darajasi mamlakat iqtisodiyotining ochiqligi, uning rivojlanganligi va eksport salohiyatiga bog’liq bo’ladi.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi – halol raqobat sharoitida jahon bozori talablarini qondiruvchi, iqtisodiy o’sish va turmush sifatini oshirishni ta’minlaydigan tovarlarni ishlab chiqarish va xizmatlar ko’rsatish hamda o’rta va uzoq muddatga iqtisodiy o’sishning yuqori sur’atlarini ta’minlab turish qobiliyati.

Mikrolizing – mikromoliyaviy xizmatlar ko’rsatuvchi tashkilotlar (tijorat banklari va boshqa kredit muassasalari) tomonidan lizing oluvchining topshirig’iga binoan uchinchi tarafdan mol-mulk olish hamda uni egalik qilish va foydalanish uchun lizing oluvchiga shartnomada belgilangan shartlar asosida haq evaziga berish nazarda tutiladigan xizmat. Mikrolizing tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun «Mikromoliyalash to’g’risida»gi hamda «Lizing to’g’risida»gi qonun hujjatlariga muvofiq eng kam ish haqining ikki ming baravari miqdoridan oshmaydigan summada beriladi.

Moliyaviy investitsiyalar – mulkka egalik qilish va mulkdan daromad olish bilan bog’liq bo’lgan aktsiya, obligatsiya va boshqa qimmatli qog’ozlar orqali qo’yilmalar kiritish.

Moddiy boylik, moddiy ne’mat – muayyan insoniy ehtiyojlarni qondiradigan narsa, hodisa, mehnat, mahsulot; milliy boylikning tarkibiy qismi.

Moddiy ishlab chiqarish – jamiyat hayoti va taraqqiyoti uchun zarur bo’lgan moddiy ne’matlarni yaratish jarayoni.

Moddiy resurslar – iqtisodiyot taraqqiyoti va ishlab chiqarish jarayoni uchun zarur bo’lgan moddiy-ashyoviy ne’matlar yig’indisi, moddiy-ashyoviy shakldagi iqtisodiy resurslar.

Modernizatsiya, modernizatsiyalash, modernizatsiya qilish (frants. moderne – eng yangi, zamonaviy) – biror narsani yangilash, unga zamonaviy tus berish, uni zamonaviy talablarga muvofiq o’zgartirish. Modernizatsiya qilishda mashina, apparat, turli texnologik qurilmalar, muhim kashfiyotlar texnika taraqqiyoti talablariga muvofiq qayta ishlanadi.

Moliya – maqsadli pul fondlarini hosil etish, jamlash, taqsimlash va ishlatish yuzasidan paydo bo’ladigan iqtisodiy munosabatlar; pul oqimlari harakati. Moliya pul munosabatlari sifatida iqtisodiyotda muhim vazifalarni bajaradi: taqsimlash vazifasi; rivojlantirish vazifasi; ijtimoiy himoya vazifasi; axborot berish vazifasi; nazorat vazifasi.

Moliya yili – birinchi yanvardan o’ttiz birinchi dekabr kuni oxirigacha bo’lgan vaqtni o’z ichiga oluvchi davr.

Monitoring – (ingl. monitoring – kuzatish, nazorat qilish) – ma’lum bir hodisa yoki jarayonning holatini kuzatish, hisobga olish, baholash va istiqbolini belgilash. Investitsiya loyihalarini moliyalashtirish sohasida qo’llaniladigan monitoring berilgan ssuda (qarz)ni qoplash va unga foiz to’lash jarayonining borishi ustidan nazorat qilishda namoyon bo’ladi.

Monopoliya (yun. mono – tanho, poleo – sotaman) – iqtisodiyotning bir sohasida tanho hukmronlik; bozorni tashkil etish shakli.

Moddiy xarajatlar – xom ashyo va asosiy materiallar, yordamchi materiallar, yoqilg’i, energiya va boshqa xarajatlardan iborat.

Mehnat unumdorligi – ishlab chiqarish jarayonida kishilar mehnatining foydaliligi, samaradorligi va mahsuldorligi. Mehnat unumdorligi ishlovchining ma’lum vaqt birligi (soat, smena, oy, yil) ichida tayyorlagan mahsulot hajmi bilan o’lchanadi. Mehnat unumdorligining o’sishi mahsulot birligini ishlab chiqarishda mehnat sarfining kamayishi demakdir.

Mualliflik huquqi – keng ma’noda – fan, adabiyot va san’at asarlarini yaratish, foydalanish va huquqiy himoya qilishda vujudga keladigan munosabatlarni tartibga soluvchi huquqiy me’yorlar yig’indisi; fuqarolik huquqining bir bo’limi. Tor ma’noda – asar muallifiga tegishli bo’lgan va qonunlarda mustahkamlanib qo’yilgan shaxsiy va mulkiy huquqlar tizimini tashkil etadi.

Narx, baho – tovar qiymatining puldagi shakli; bozor iqtisodiyotida amal qiluvchi iqtisodiy dastak.

Nominal qiymat (lot. nominalis – nomi yozilgan) – pul belgilari, banknotlar, qimmatli qog’ozlarning ustiga yozib qo’yilgan qiymati, narxi.

Nou-xau (ingl. know how – qandayligini bilaman), ishlab chiqarish siri – hali hammaga ma’lum bo’lmagan va keng tarqalmagan yangi ilmiy-texnikaviy, ishlab chiqarish-texnologik, boshqarish, moliyaviy-iqtisodiy, tijoratga oid bilimlar majmui va ularni amaliyotda qo’llash tajribalari; ularga tanho ega bo’lish. U korxona uchun ham, shaxs uchun ham muayyan ustunlikni ta’minlaydi.

Noaniqlik (mavhumlik) – investitsiya loyihasini amalga oshirish shart-sharoitlari haqidagi ma’lumotlarning to’liq yoki aniq emasligi.

Obligatsiya – foiz shaklida daromad keltiruvchi qimmatli qog'oz. Davlat organlari tomonidan byudjet defitsitini qoplash uchun va aktsiyadorlik jamiyatlari tomonidan kapitalni jalb qilish maqsadida chiqariladi.

Oltin-valyuta zaxiralari – mamlakatning markaziy emissiya banki yoki xazinasida quyma va tanga shaklida to'plangan markazlashgan oltin zaxira fondi. Oltin-valyuta zaxiralariga hukumat va markaziy banklarga tegishli bo'lgan oltin quymalari va oltin tangalar, xorijiy bank hisob raqamlaridagi valyuta mablag'lari, xorijiy mamlakatlar banknotlari, tangalari va davlat qimmatli qog'ozlari kiradi. Oltin-valyuta zaxiralari mamlakatning pul birligini mustahkamlash, uni barqaror ushlab turish, shuningdek, ichki valyuta bozorini zaruriy valyuta mablag'lari bilan ta'minlash maqsadida shakllantiriladi.

Omonat – mijozning ma'lum bir shartlar asosida bankka qo'ygan pul mablag'lari.

Omonat sertifikati, depozit sertifikati – omonat banki yoki boshqa kredit muassasasining pul omonatga qo'yilganligini tasdiqlovchi hujjat. U pul belgilangan muddat o'tishi bilan omonatni va u bo'yicha foizlarni talab qilib olish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Optsion (nem. option – tanlash, istak) – sotuvchi yoki xaridorga qimmatli qog'ozlar yoki tovarlarni muayyan muddat davomida belgilangan narxlarda sotib olish yoki sotish huquqini beradigan shartnoma.

Osiyo taraqqiyot banki – xalqaro mintaqaviy bank. Bankni tuzish haqidagi bitim 15 ta davlat hukumatlari tomonidan imzolangan bo'lib, 1966 yil 22 avgustda kuchga kirgan. Shtab kvartirasi Manila (Fillipin)da. Bank faoliyatining asosiy maqsadi Osiyodagi rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiy taraqqiyotiga va tashqi savdosiga ko'maklashishi, moliyaviy, texnik va iqtisodiy yordam ko'rsatish.

Oferta, offerta (lot. offero – taklif etaman) – bir shaxsning boshqa shaxsga tovar etkazib berish, biror-bir xizmat ko'rsatish va b. uchun shartnoma tuzish istagi va shartlari haqida yozma yoki og'zaki xabarnomasi.

Offshor zona – yuridik shaxslarga nisbatan soliq imtiyozlari yaratilgan, buxgalteriya hisoboti va audit bo'yicha talablar yumshatilgan, bojxona to'lovlari va

savdo cheklovlari qisman yoki butunlay olib tashlangan ma’lum davlatning erkin iqtisodiy hududi.

Ochiq aktsiyadorlik jamiyati – ishtirokchilari o’zlariga qarashli aktsiyalarni boshqa aktsiyadorlarning roziligisiz erkin tasarruf etishi (sotishi) mumkin bo’lgan aktsiyadorlik jamiyati.

Pay, hissa – firma, kompaniya, jamiyat, shirkatning umumiy kapitalida muayyan jismoniy va yuridik shaxs hissasiga to’g’ri keladigan pul badali summasi yoki ulushi. Pay egasi oladigan daromad dividend deyiladi.

Patent (lot. patens – ochiq, aniq-ravshan) – texnik echim (ixtiro)ning davlat tomonidan e’tirof etilganligini va ixtirochining o’z ixtirosiga olgan mutlaq huquqini tasdiqlovchi hujjat.

Portfel investitsiyalar – kapitalni korxonalar qimmatli qog’ozlariga (korxona ustav kapitalining 10 %dan kam qismini) joylashtirish (investorlarga ular faoliyatini bevosita nazorat qilish imkonini bermaydi).

Penya (lot. poena – jazolash) – majburiyatlarning o’z vaqtida bajarmaganligi uchun to’lanadigan pul jarimasi. Kechiktirib yuborilgan majburiyat summasidan foizlarda belgilanadi va kechikkan muddatning har bir kuni uchun undiriladi.

Pudrat shartnomasi (rus. podryad – bir yo’la) – fuqarolik-huquqiy bitim, unga ko’ra, bir taraf (pudratchi) ikkinchi taraf (buyurtmachi)ning topshirig’iga binoan, muayyan ishni bajarish va uning natijasini buyurtmachiga belgilangan muddatda topshirish majburiyatini oladi. Buyurtmachi ish natijasini qabul qilib olish va buning uchun haq to’lash majburiyatini oladi.

Preferentsiya – 1) investitsiya va innovatsiya xarajatlarini moliyalashtirish uchun investitsion soliq krediti va maqsadli soliq imtiyozi ko’rinishida belgilangan imtiyoz, engillik; 2) iqtisodiyotni maqsadga muvofiq rivojlantirish va tartibga solishda ayrim soha va tarmoqlar, korxona va ishlab chiqarish turlariga nisbatan beriluvchi imtiyoz, afzallik va ustuvorliklar.

Real investitsiyalar – xo’jalik sub’ektining operatsion faoliyatini amalga oshirish va ijtimoiy-iqtisodiy muammolarini hal qilishi bilan bog’liq aktivlarni yaratishga sarflangan kapital.

Reinvestitsiya – investitsiyalar bo'yicha daromadlar ko'rinishida olingan va ishlab chiqarishni kengaytirish uchun yo'naltirilgan mablag'lar; investorning faoliyati natijasida olingan foydani (daromadni) muomalaga kiritish (qayta investitsiyalash).

Respublika byudjeti – davlat byudjetining umumdavlat tusidagi tadbirlarni moliyalashtirishda foydalaniladigan qismi bo'lib, unda daromadlar manbalari va ulardan tushumlar miqdori, shuningdek, moliya yili mobaynida aniq maqsadlar uchun ajratiladigan mablag'lar sarfi yo'nalishlari va miqdori nazarda tutiladi.

Rekvizitsiya (lot. reguisitio – talab qilib olish, olib qo'yish) – mulkni haq to'lab majburiy ravishda davlat egaligiga to'la yoki vaqtincha foydalanish uchun olish.

Rekonstruktsiya (qurilish, qayta tiklash) – 1) mavjud narsa (bino, inshoot)ni yaxshilash, amaliy ahamiyatini oshirish, takomillashtirish maqsadida tubdan qayta qurish; 2) faoliyat yuritayotgan korxonani ma'naviy va jismoniy eskirgan qurilma va asbob-uskunalarni ishlab chiqarishni mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, texnologik bo'g'inlar va yordamchi xizmatdagi nomutanosibliklarni yo'qotish yo'li bilan almashtirish yordamida to'liq yoki qisman o'zgartirish.

Rentabellik (nem. rentabel – daromadli, foydali) – korxona yoki tadbirkorlikning daromadliligi, samaradorligi; mikroiqtisodiy miqyosdagi iqtisodiy faoliyatning samaradorligi. Rentabellik foyda olib ishlashning qiyosiy, ya'ni sarf-xarajatlarga nisbatan aniqlanadigan ko'rsatkich bo'lib, foizlarda ifodalanadi.

Rezidentlar – kalendar yilida mamlakatda 183 kundan kam bo'lmagan muddatda yashagan, O'zbekistonda doimiy yashash joyiga ega bo'lgan va bo'lmagan soliq to'lovchilardan iborat. Shu mamlakatning rezidentlarining daromadlari shu mamlakatda soliqqa tortilishi shart.

Risk – bashorat qilinayotgan loyihani amalga oshirishda haqiqiy sharoitlardan ozgina chekinilganda daromadlarni ololmaslik yoki zararlarning paydo bo'lib qolish ehtimoli. Risk kutilishi mumkin bo'lgan xatar bo'lib, investitsiyadan mo'ljallangan foydani olish jarayoniga xos bo'lgan umidsizlik.

Sarmoya (fors.-tojik. – bosh va mablag') – asosiy savdo mablag'i. Sarmoya o'zining kelib chiqishi jihatidan savdo kapitali yoki savdo mablag'idir. Ko'pgina

iqtisodiy adabiyotlarda sarmoya investitsiya deb ham ataladi.

Sinditsiyalashtirilgan kredit – bir necha banklar tomonidan yirik investitsiya loyihalarini birgalikda kreditlash.

Smeta (rus.) – oldindan tuzilgan kirim-chiqim hisobi. 1) xarajatlar smetasi – mahsulot ishlab chiqarish, ish, xizmatlarni bajarish bo'yicha to'liq xarajatlar hisobi; 2) daromadlar va xarajatlar smetasi – korxona, tashkilot, muassasaning xo'jalik faoliyatini moliyalashtirishda foydalaniladigan pul mablag'lari tushumlari va uni sarflash bo'yicha hujjatlashtirilgan buxgalteriya rejasi. Ba'zan ishlab chiqarishga, ob'ektlarni qurishga alohida xarajatlar smetasi tuziladi; 3) smeta bo'yicha moliyalashtirish –xarajatlarni qoplash uchun taqdim etilgan xarajatlar hisoblariga ko'ra davlat byudjetidan pul mablag'lari ajratish.

Soliqlar – qonunda belgilangan tartibdagi stavka bo'yicha xo'jalik yurituvchi sub'ektlardan va fuqarolardan davlat tomonidan davlat yoki mahalliy byudjetga olinadigan majburiy to'lovlar.

Soliq og'irligi (yuki) – davlat va jamiyat hayotida soliqlarning rolini xarakterlab (ko'rsatib) beradigan eng umumlashgan ko'rsatkich. Ishlab chiqarishning umumiy hajmi va daromadlarda soliq ajratmalarining salmog'ini (hissasini) ko'rsatuvchi, bozor iqtisodiyotining amalga oshirilayotgan modelidan kelib chiqadigan o'lcham. Soliq yig'imlarining jami milliy mahsulotga (yalpi ichki mahsulotga) nisbati bilan aniqlanadi.

Soliq imtiyozi – soliq to'lovchi soliq majburiyatlari hajmining to'liq yoki qisman qisqarishi, to'lov muddatining kechiktirilishi yoki orqaga surilishi. Soliqlarning rag'batlantiruvchi funktsiyasi soliq imtiyozlari tizimi orqali amalga oshiriladi. Soliq imtiyozi soliqqa tortish ob'ektining o'zgarishida, soliqqa tortish bazasining kamayishida (qisqarishida), soliq stavkalarining pasaytirilishida va boshqalarda o'z ifodasini topadi.

Soliq stavkasi – soliqqa tortish birligiga to'g'ri keluvchi soliqning hajmi (miqdori, darajasi).

Soliq tizimi - mamlakat doirasida (hududida) to'lovchilardan (yuridik va jismoniy shaxslardan) belgilangan tartibda olinadigan soliqlar, yig'imlar va boshqa to'lovlar hamda ular tarkibiy tuzilishining shakl va uslublari yig'indisi.

Ssuda (rus.) – moddiy boyliklar garovi hisobiga foiz to'lash va qaytarib berish sharti bilan muayyan muddatga qarzga beriladigan pul yoki moddiy boylik.

Ssuda kapitali – vaqtincha foydalanib qaytarish, ma'lum foiz haq to'lash sharti bilan qarzga beriladigan pul kapitali. Ssuda kapitalining iqtisodiy ma'nodagi o'ziga xos xususiyati shundaki, u foiz ko'rinishida foyda keltiradi.

Subventsiya (lot. subvenire – yordamga kelmoq) – markaziy organlar tomonidan muayyan tadbirni, ob'ektni maqsadli moliyalash uchun ajratiladigan pul nafaqasi. Maqsadli foydalanish talablari buzilganda subventsiya uni bergan organ tomonidan qaytarib olinadi. Davlat ma'qullagan iqtisodiy va madaniy rivojlantirish dasturlari, loyihalari subventsiya orqali pul bilan ta'minlanadi.

Subsidiya (lot. subsidium – yordam, nafaqa, qo'llab-quvvatlash) – davlat byudjeti, mahalliy byudjetlar mablag'lari yoki maxsus fondlardan jismoniy va yuridik shaxslarga, mahalliy organlarga, boshqa davlatlarga beriladigan pul mablag'i yoki natura shaklidagi yordam. Subsidiyalar davlat tomonidan qaytarib olmaslik sharti bilan ajratiladi.

Sug'urta – 1) tabiiy ofatlar, har xil baxtsiz hodisalar ro'y berishi natijasida ko'rilgan zararni qoplash va boshqa pul qoplamalari to'lash uchun maqsadli pul jamg'armalarini tashkil etish va undan foydalanish bilan bog'liq iqtisodiy munosabatlar tizimi; 2) yuridik yoki jismoniy shaxslar to'laydigan sug'urta mukofotlaridan shakllantiriladigan pul fondlari hisobidan muayyan voqea (sug'urta hodisasi) yuz berganda ushbu shaxslarga sug'urta shartnomasiga muvofiq sug'urta tovonini (sug'urta pulini) to'lash yo'li bilan ularning manfaatlarini himoya qilish.

Sug'urta faoliyati – sug'urta bozori professional ishtirokchilarining sug'urtani amalga oshirish bilan bog'liq faoliyati.

Sug'urta kompaniyasi – 1) sug'urta faoliyatini amalga oshirishga ixtisoslashgan yuridik shaxs, sug'urta xizmatlari bozorining professional ishtirokchisi; 2) sug'urtalovchi rolida maydonga tushuvchi, ya'ni sug'urta hodisasi

ro’y bergan chog’da sug’urtalangan shaxsning zararlarini qoplash majburiyatini o’ziga oluvchi tashkilot.

Sug’urta mukofotlari (to’lovlari) – sug’urta qilinuvchilar tomonidan sug’urtalovchilarga to’lanadigan badal pullari bo’lib, ularning miqdori va hisoblash tartibi sug’urta shartnomasi bilan belgilanadi va ham so’m, ham chet el valyutasida to’lanadi.

Sug’urta polisi, sug’urta vasiqasi – sug’urta shartnomasi yuridik kuchga kirganini tasdiqlaydigan hujjat.

Tashqi iqtisodiy faoliyat – O’zbekiston Respublikasi yuridik va jismoniy shaxslarining xorijiy davlatlarning yuridik va jismoniy shaxslari, shuningdek, xalqaro tashkilotlar bilan o’zaro foydali iqtisodiy aloqalarni o’rnatish va rivojlantirishga qaratilgan faoliyati.

Tizimli risklar (investitsiya portfeli risklari) – bu xatar ta’siriga ba’zi bir qimmatli qog’ozlar emas, balki butun bozor, uning katta bir qismi risklarga uchraydi. Bu holda iqtisodiy nobarqarorlik tufayli yoki boshqa sabablarga ko’ra ko’pchilik emitent va qimmatli qog’ozlar egalari zarar ko’rishlari mumkin: foiz riski; valyuta riski; inflyatsiya riski; siyosiy risklar.

Tizimsiz risklar – xatarga ba’zi bir qimmatli qog’ozlar yoki ularning majmuasi uchraydi, ya’ni ma’lum bir korxonaning qimmatli qog’ozlari yoki tarmoqning qimmatli qog’ozlari kiradi: tadbirkorlik riski; moliyaviy risklar; nolikvidlilik riski.

To’g’ridan-to’g’ri investitsiyalar – 1) bevosita mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko’rsatish jarayonini tashkil etish yoki yanada kengaytirish maqsadida xorijiy sheriklar tomonidan uzoq muddatli kapital qo’yilmalar kiritish. To’g’ridan-to’g’ri investitsiyalar investorlarga mazkur ishlab chiqarish jarayonlari ustidan nazorat qilish imkonini beradi; 2) xorijiy kapitalning uzoq muddatli kiritilishi bo’lib, investor tashkil qilayotgan firma aktsiyalari yoki aktsiyadorlik kapitaliga to’la ega bo’lish yoki kamida 10 foizi xo’jalik faoliyatining ta’sirchan nazorat qilinishini ta’minlaydi.

Texnik-iqtisodiy asoslash (TIA) – investitsiya loyihasini amalga oshirishning tanlov savdolari asosida va loyihani moliyalashtirish shartlarini hisobga olgan holda

aniqlangan yakuniy, eng samarali texnik, tashkiliy va moliyaviy-iqtisodiy echimlarini belgilovchi loyiha oldi hujjati.

Tender (ing. tend – xizmat ko'rsatish) – 1) ochiq turdagi yoki cheklangan sondagi ishtirokchilar uchun yopiq turdagi raqobatli savdo-sotiq; buyurtmani joylashtirishning tanlov shakli; 2) qimmatli qog'ozlarga obuna bo'lish, muddatli shartnoma bo'yicha tovarlar etkazib berish, shartnomalar tuzish to'g'risidagi ariza, yozma taklif; 3) xalqaro bozorda mashina-uskunalar xarid etish, qurilish-montaj ishlarini bajarish, injiniring xizmatlari ko'rsatish uchun tanlov asosida buyurtmalar berish. O'zbekiston iqtisodiyotida bozor munosabatlarini shakllantirishda va rivojlantirishda tender keng qo'llaniladi. Davlat tasarrufidan chiqarilgan korxonalarning aktsiyalarining yirik paketlarini sotishda, katta qurilish ishlarini olib borishda xalqaro loyihalarni amalga oshirishda tender e'lon qilinadi. Savdoni tashkil etish uchun vaqtinchalik organ bo'lgan tender qo'mitasi tuziladi.

Transmilliy korporatsiya – 1) xorijiy aktivlarga ega bo'lgan, operatsiyalarining kamida ¼ qismini mamlakat tashqarisida, o'zi ro'yxatga olingan chet mamlakatda amalga oshiradigan yirik korporatsiya; 2) bosh kompaniya bir mamlakat kapitaliga tegishli bo'lgan kompaniya; 3) xorijiy aktivlarga ega bo'lgan milliy monopoliyalar; 4) filiallari dunyo bo'ylab tarqalib ketgan kompaniyalar.

Tratta – (ital. tratta – o'tkazma veksel) – tashqi savdodagi asosiy hisob-kitob hujjati. Kreditorning qarzdorga (odatda, bankka) yozma buyrug'i. Unda bankning uchinchi shaxs (remitent – taqdimchi)ga yoki trattani taqdim qilganga muayyan summadagi pulni to'lashi ko'rsatiladi.

To'lov balansi – ma'lum bir davr mobaynida mamlakat tomonidan xorijga to'langan to'lanmalar va xorijdan olingan to'lovlar o'rtasidagi nisbat. O'z ichiga tegishli davrda mamlakat tovarlari eksporti va importi qiymatlarini ifodalovchi savdo balansini, xizmatlar balansini va notijorat to'lovni oladi. Bularning barchasi joriy operatsiyalar bo'yicha to'lov balansini shakllantiradi. Mamlakatning umumiy to'lov balansi joriy operatsiyalar bo'yicha to'lov balansi, kapitallar va kreditorlar harakati balansi, shuningdek, oltin va valyuta zaxiralari harakati balansidan tashkil topadi.

Unitar korxona – mulk egasi tomonidan o'ziga birkitib berilgan mulkka

egalik qilish huquqi berilmagan tijorat tashkiloti ko'rinishidagi davlat yoki mahalliy boshqaruv idoralari korxonasi. Unitar korxona o'z majburiyatlari bo'yicha o'ziga tegishli jami mol-mulki bilan javob beradi, lekin, mol-mulk egasi majburiyatlari bo'yicha javobgar emas.

Ustav kapitali – aktsiyadorlik jamiyati ustavida qayd etilgan pul ifodasidagi dastlabki, boshlang'ich kapital. Ustav kapitali aktsiyalar sotishdan tushumlar, ta'sischilarning xususiy qo'yilmalari va davlat qo'yilmalari hisobidan yuzaga keladi. Ustav kapitaliga badallar faqat pul mablag'lari ko'rinishida emas, balki mulk shaklida, masalan, imoratlar, er, shuningdek, intellektual mulk ob'ektlari: patentlar, litsenziyalar, loyihalar shaklida ham bo'lishi mumkin. Ustav kapitali balansning passivida qayd etiladi.

Ustav fondi – ta'sischilar – ishtirokchilarning o'zlari tashkil etgan kompaniya, xo'jalik jamiyatiga dastlabki kiritgan va doimiy ulush hisoblanadigan moddiy va pul mablag'lari majmui. Ustav fondi kompaniyaning xo'jalik faoliyatidan olinadigan foyda hisobiga ko'payib borishi mumkin. Ustav fondi kompaniya, jamiyatning asosiy va aylanma mablag'lari qiymatini tashkil etadi.

Uchinchi shaxslar – fuqarolik huquqida, bevosita fuqarolik huquqiy munosabatlarida ishtirok etmaydigan, lekin, vujudga kelgan huquqiy munosabatda muayyan darajada huquq va majburiyat tug'diradigan sub'ektlar.

Faktoring (ingl. factor – agent, vositachi) – kichik va o'rta firma (mijoz)larga tijorat banklari va ularning sho''ba faktor-firmalari tomonidan ko'rsatiladigan moliyaviy xizmatlar turi. 16-17-asrlarda savdo vositachilari tomonidan amaliyotga kiritilgan, keyinchalik mijozga aylanma kapital uchun kredit berishning bir turiga aylandi. Faktoringda faktor-firma mijoz (tovar etkazib beruvchi)lardan qarzdorlarning qisqa muddatli qarzlarini undirish huquqini sotib oladi va firmalarning qarzlarini (majburiyatlarini) mijozga to'laydi, ya'ni qarzni qaytarish muddatidan oldin uning 70-90 %ini mijozga qaytaradi, qarzning qolgan qismi, foizlar chegirilgan holda qarzdorlar faktor-firma oldidagi o'z qarzini batamom uzganidan keyin qaytariladi. Faktoringda mijoz o'zining qarzdorlaridan qarzni undirish huquqini faktor-firmaga o'tkazadi. Ayniqsa, G'arb davlatlarining iqtisodiy amaliyotida keng qo'llaniladi. Faktoring

bo’yicha kreditlar muddati 90–120 kun atrofida, kredit foizlari rasmiy bank stavkasidan yuqori turadi.

Faza (yun. phasis – paydo bo’lish) – biror jarayonning taraqqiyot yo’lidagi davr.

Fan-texnika taraqqiyoti – fan bilan texnikaning o’zaro bog’liq, yagona, ilgarilab boruvchi taraqqiyoti.

Fermer xo’jaligi – xususiy yoki uzoq muddatga ijaraga olingan erda qishloq xo’jaligi mahsuloti etishtirish bilan shug’ullanadigan xo’jalik (yuridik shaxs).

Firma – (ital. firma – imzo) – korxona, kompaniya, xo’jalik va tijorat tashkilotlarining umumiy nomi. Xodimlar soni, mulk shakllari, huquqiy holati va boshqalarga ko’ra xilma-xil firmalar bor.

Foyda – tovarlar va xizmatlarni sotishdan olingan daromadning bu tovarlarni ishlab chiqarish va sotish xarajatlaridan ortgan qismi. Korxonalar va tadbirkorlar xo’jalik faoliyati moliyaviy natijalarining asosiy ko’rsatkichlaridan biri. Foyda pulda ifodalanadi. Foyda kapital, ishlab chiqarish omili sifatida tovar va xizmatlar narxi tarkibiga kiradi, ular sotilgach, pul shaklida kapital sohibi ixtiyoriga keladi. Foyda topish tadbirkorlikning asl maqsadi hisoblanadi, unga intilish bozor iqtisodiyotining rivojlanishini ta’minlaydi.

Fond birjasi – qimmatli qog’ozlar va boshqa moliyaviy vositalar oldi-sotdi qilinadigan birja. Fond birjasining asosiy vazifalari: bo’sh turgan pul va qimmatli qog’ozlarni sotishni tashkil etish orqali jamg’arilgan pul kapitalini safarbar etish va to’plash; xususiy xo’jalik sub’ektlari va davlat investitsiyalarini ularning qimmatli qog’ozlari xaridini tashkil etish yo’li bilan moliyalashtirish; qimmatli qog’ozlarning yuqori darajadagi likvidligini, ya’ni qimmatli qog’oz egalari uchun yo’qotishlarsiz tezda pul mablag’lariga aylanishini ta’minlash.

Fond bozori, qimmatli qog’ozlar bozori – moliya bozorining qimmatli qog’ozlar emissiyasi va ularning oldi-sotdisi bilan shug’ullanadigan sohasi. Fond bozorining asosiy vazifasi: investitsiyalarni, ya’ni kengaytirilgan takror ishlab chiqarishga va texnika ravnaqiga zarur investitsiya mablag’larini to’plash hamda taqsimlash; qimmatli qog’ozlar paketlaridan foydalangan holda mulk egaligini

o’zgartirish; qimmatli qog’ozlar oldi-sotdisi yo’li bilan bozorni qayta taqsimlash; qimmatli qog’ozlar chiqarish yordamida davlat qarzini moliyalashtirish va boshq.

Fuqaroligi bo’lmagan shaxslar, apatridlar – muayyan mamlakatning fuqarosi hisoblanmaydigan va biron chet davlat fuqaroligiga mansubligini isbotlaydigan dalillari bo’lmagan shaxslar. Shaxs o’z fuqaroligini yo’qotgan va yangidan fuqarolik huquqini olmagan vaqtda fuqarosizlik kelib chiqadi. O’zbekiston Respublikasida yashab turgan, lekin, O’zbekiston Respublikasining fuqaroligi to’xtatilgan, boshqa davlat fuqarosi bo’lmagan shaxslarga ichki ishlar idorasi tomonidan fuqaroligi bo’lmagan shaxslarga mo’ljallangan istiqomat guvohnomasi beriladi.

Fyuchers (lot. futurus – kelajak) – tovar yoki fond birjalarida xom ashyo tovarlari, oltin, valyuta, qimmatli qog’ozlarni amalda bo’lgan narxlarda, lekin, etkazib berish va haqini keyingi kelishilgan muddatlarga qoldirish bilan oldi-sotdi qilish bo’yicha bitishuvlar.

Xazina majburiyatlari – davlat tomonidan chiqarilgan qimmatli qog’oz; xazina majburiyatlari sotilganidan so’ng egasining ma’lum pul miqdorini byudjetga o’tkazganini tasdiqlaydi va egalik qilish muddati davomida qayd qilingan daromad olish huquqini beradi.

Xalqaro valyuta fondi – BMTning ixtisoslashgan muassasasi, a’zo mamlakatlarning valyuta hamkorligini amalga oshiradigan xalqaro tashkilot. 1944 yilda Bretton-Vuds (AQSh)da o’tkazilgan xalqaro valyuta-moliya Kongressida Jahon banki bilan bir vaqtda ta’sis etilgan. 1947 yil mart oyidan o’z faoliyatini boshlagan. Shtab-kvartirasi Vashingtonda.

Xalqaro kredit – davlatlar, banklar, firmalar, bir mamlakatdagi jismoniy va yuridik shaxslar tomonidan boshqa mamlakatlar hukumatlari, banklari, firmalariga beriladigan kreditlar.

Xalqaro konventsiya – xalqaro shartnoma turlaridan biri; davlatlarning, odatda, biron-bir ixtisoslashgan sohada o’zaro huquq va majburiyatlarini belgilaydi.

Xalqaro moliya korporatsiyasi – BMTning ixtisoslashtirilgan muassasasi; Jahon banki guruhiga kiradi. 1956 yilda Xalqaro tiklanish va taraqqiyot bankining filiali tarzida tashkil etilgan, keyinchalik mustaqil yuridik shaxs. Shtab-kvartirasi

Vashintongda.

Xarajatlar, sarf-xarajatlar, chiqimlar – tovarlarni ishlab chiqarish va muomala jarayonida turli resurslar (xom ashyo, materiallar, mehnat, xizmatlar, mablag'lar) sarflari bilan bog'liq chiqimlarning pul shaklidagi ifodasi. Asosan, ishlab chiqarish va muomala xarajatlariga bo'linadi.

Xususiy mulk – ayrim kishilar yoki xonadonlar ixtiyoridagi mulk; bozor iqtisodiyotidagi xilma-xil mulklar orasidagi etakchi mulk shakli. Xususiy mulkning ob'ekti moddiy va moliyaviy boyliklar, ish kuchi, intellektual mehnat mahsuli, er, suv, er osti boyliklari, korxonalar, xo'jaliklar, aktsiya va obligatsiyalar, pul mablag'lari, transport vositalari, turar-joy, iste'mol tovarlari, mehnat qobiliyati, ishbilarmonlik mahorati, ilmiy kashfiyotlar, texnikaviy ixtirolar, san'at va adabiyot asarlari va boshqalar bo'lishi mumkin.

Xususiy sektor – iqtisodiyotning xususiy mulkchilik va xo'jalik yuritishning erkin bozor usullariga, iqtisodiy alohidalashuviga asoslangan sohasi. Bozor iqtisodiyoti davlat va nodavlat sektorlaridan iborat. O'z navbatida, nodavlat sektori xususiy va jamoa sektorlariga bo'linadi. Xususiy sektor nodavlat sektorining bosh bo'g'ini.

Xususiylashtirish – davlat mulkiga egalik huquqining davlatdan xususiy sub'ektlarga o'tishi jarayoni, xilma-xil mulkchlikni shakllantirish, iqtisodiyotni davlatlashtirishdan qaytish yo'llaridan biri. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish xususiylashtirishdan tashqari shu mulk hisobidan boshqa nodavlat mulk shakllarini vujudga keltirishni ham nazarda tutadi.

Yirik investitsiya loyihasi – umumiy qiymati tijorat banklarining birinchi darajali kapitalining 25 foizidan oshadigan investitsiya loyihasi.

Chet el investitsiyalari – chet ellik investorlar, asosan, daromad (foyda) olish maqsadida tadbirkorlik faoliyati va qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa turdagi faoliyat ob'ektlariga qo'shadigan barcha turdagi moddiy va nomoddiy boyliklar va ularga doir huquqlar, shu jumladan, intellektual mulkka doir huquqlar, shuningdek, chet el investitsiyalaridan olingan har qanday daromad.

Chet el investitsiyalari ishtirokidagi korxonalar – aktsiyalarining (ulushlari,

paylarining) yoki ustav jamg'armasining kamida o'ttiz foizini chet el investitsiyalari tashkil etadigan korxonalar. Ular O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlariga zid kelmaydigan har qanday tashkiliy-huquqiy shakllarda faoliyat ko'rsatadilar. Chet el investitsiyalari ishtirokidagi korxona uni ta'sis etish yo'li bilan yoki ilgari chet el investitsiyalari ishtirokisiz ta'sis etilgan korxonada ishtirok etish ulushini (payini, aktsiyalarini) yohud bunday korxonani butunlay, shu jumladan, xususiylashtirish jarayonida chet ellik investor tomonidan sotib olinishi natijasida tashkil etilishi mumkin. Chet el investitsiyalari ishtirokidagi korxona davlat ro'yxatiga olingan paytdan e'tiboran yuridik shaxs huquqiga ega bo'ladi. Chet el investitsiyalari ishtirokidagi korxonalar tashkil etish va ularni davlat ro'yxatiga olish tartibi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadi.

Chek (fors.-toj – pul hujjati) – 1) bankdagi hisobvaraq egasining muayyan summadagi pulni biror shaxsga to'lash to'g'risida bankka yoki kredit muassasasiga yo'llagan yozma buyrug'i, farmoyishi; pul hujjati, qimmatli qog'oz turi; 2) chakana savdoda kassaning xaridordan pulni qabul qilib olgani to'g'risidagi pattasi.

Egalik huquqi – mulk huquqiga tegishli tushuncha; mulkni qo'lda (ya'ni mulkning bevosita mulkdorning o'zida bo'lishi) yoki biron joyda (masalan, bankda, lombardda) saqlab turish bilan izohlanadi.

Eksport (ingl. export, lot. exporto – olib chiqaman, chetga chiqaraman) – tovarlar, xizmatlar, investitsiyalar, qimmatli qog'ozlar, texnologiyalar va boshqalarni tashqi bozorga chiqarish.

Emissiya (lot. emission – chiqarmoq, ishlab chiqarmoq) – muomalaga bank biletlari, barcha shakllardagi pul belgilari va qimmatli qog'ozlar chiqarish.

Erkin iqtisodiy zonalar – 1) davlatlararo kelishuvlarga yoki maxsus qonunlarga muvofiq, xo'jalik va tashqi iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanish uchun imtiyozli soliq, moliya, huquqiy sharoitlar joriy qilinadigan muayyan hududlar; 2) mintaqani jadal ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish uchun mamlakat va chet el kapitalini, istiqbolli texnologiya va boshqaruv tajribasini jalb etish maqsadida tuziladigan, aniq belgilangan ma'muriy chegaralari va alohida huquqiy tartiboti bo'lgan maxsus ajratilgan hudud. Xorijiy va mahalliy tadbirkorlarni jalb etish maqsadlarida tashkil

etiladi va ularda zarur ishlab chiqarish va ish yuritish infratuzilmasi barpo etiladi. Erkin iqtisodiy zonalar, ko’p hollarda, davlatlararo tutash hududlarda, xalqaro aeroportlar, port shaharlarda yoki transport yo’llari tutashgan hududlarda tashkil etiladi. O’zbekistonda bunday zonalar Navoiy viloyati Karmana tumanida va Toshkent viloyati Angren shahrida tashkil etilgan.

Yuridik shaxs – fuqarolik huquq va majburiyatlarining sub’ektlari hisoblanuvchi korxona, muassasa, tashkilotlar. O’zbekiston Respublikasi fuqarolik qonunchiligiga ko’ra, yuridik shaxs o’z mulkida, xo’jalik yuritishida yoki operativ boshqaruvida alohida mol-mulkka ega bo’lgan hamda o’z majburiyatlari yuzasidan ushbu mol-mulk bilan javob beradigan, o’z nomidan va mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo’la oladigan va ularni amalga oshira oladigan, majburiyatlarni bajara oladigan, sudda da’vogar va javobgar bo’la oladigan tashkilotdir.

Yuridik shaxslardan olinadigan soliq – qo’shilgan qiymat solig’i, korxona va tashkilotlarning daromadi(foydasi)dan olinadigan soliq, aktsizlar, yo’l fondini shakllantirish uchun manba sifatida foydalaniladigan soliqlar, korxona mol-mulki solig’i, er uchun to’lovlar, reklama solig’i, birjada amalga oshirilgan bitimlardan olinadigan yig’im, mahalliy auktsion va lotoreyalarni o’tkazish huquqi uchun litsenziya yig’imi, boshqa soliq, yig’im va majburiy to’lovlardan iborat.

Yalpi ichki mahsulot (YaIM) – mamlakat iqtisodiy faoliyatining muayyan davr davomidagi umumiy natijalarini tavsiflaydigan ko’rsatkich. Mamlakat hududida joylashgan barcha korxonalar (chet el va qo’shma korxonalari ham shu hisobga kiradi) jami ishlab chiqarish omillari bilan ishlab chiqarilgan tovarlar va xizmatlarning bozor qiymatlaridagi ifodasi bo’lib, uning miqdori milliy hisoblar tizimi asosida hisoblab chiqiladi.

Yalpi milliy mahsulot (YaMM) – mamlakatning ma’lum muddat ichida umumiy iqtisodiy faoliyatini tavsiflovchi yakuniy makroiqtisodiy ko’rsatkichlaridan biri. YaMM davlatning bozor narxlarida ifodalangan barcha birlamchi daromadlari (ularning mamlakat hududida yoki uning tashqarisida ishlab chiqarish omillari tufayli yuzaga kelishidan qat’iy nazar) jami yig’indisini ko’rsatadi. YaMM milliy hisoblar tizimi asosida hisoblanadi.

«O’zbekinvest» eksport-import milliy sug’urta kompaniyasi – yagona korporativ tizimga ega bo’lgan ko’p tarmoqli sug’urta kompaniyasi. Vazirlar Mahkamasining 1994 yil 13 apreldagi tegishli Qaroriga muvofiq milliy sug’urta kompaniyasi tarzida tashkil etilgan. 1997 yil 28 fevraldan hukumatning eksport va import sug’urtasi bo’yicha maxsus sug’urta agenti maqomidagi O’zbekiston Respublikasi eksport-import milliy sug’urta kompaniyasi.

O’zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy faoliyat Milliy banki – yirik kredit-moliya muassasasi. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining 1991 yil 7 sentyabrdagi Farmoniga ko’ra tashkil etilgan. Muassisi O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi. Bank loyihalarni moliyalashtirish, universal tijorat, investitsiyalarni yo’naltiruvchi va chakana bank vazifalarini bajaradi.

Qimmatli qog’ozlar – 1) o’z egasiga mulkka egalik huquqini va daromad ko’rinishida muayyan pul summasini olish huquqini beradigan pul yoki tovar hujjatlari (aktsiya, obligatsiya, akkreditiv, veksel, chek va b.); 2) o’zining egasiga dividend va foiz ko’rinishida daromad olish huquqini beruvchi mulk tituli. Ularning tarkibiga aktsiyalar, obligatsiyalar va boshqalar kiradi.

Qurilish – moddiy ishlab chiqarishning yirik sohalaridan biri; turli maqsadlardagi bino va inshootlarni qurish va rekonstruktsiya qilish; ishni yuritish uchun foydalaniladigan hudud bilan birga qurilayotgan bino (inshoot), keng ma’noda yaratuvchilik jarayoni. Tugallangan va foydalanishga topshirish uchun tayyorlangan ishlab chiqarish korxonalari, turar-joylar, jamoat binolari, inshootlari va boshqa ob’ektlar qurilishi mahsuloti hisoblanadi. Qurilishda ishlab chiqarish tsikli nisbatan uzun bo’lib (bir necha oydan bir necha yilgacha), ishlab chiqarish jarayoni turli ob-havo sharoitida ochiq usulda olib boriladi. Pudrat va xo’jalik usulidagi qurilishni va montaj ishlarini, shuningdek, bino, inshootlarni kapital ta’mirlash ishlarini qurilish tashkilotlari va maxsus tashkilotlar; loyihalash, loyiha-konstruktorlik va qidiruv tashkilotlari; foydalanishga topshirish va qidiruv-parmalash tashkilotlari amalga oshiradi.

Qurilish materiallari – binolar (inshootlar) qurish va ta’mirlashda ishlatiladigan tabiiy va sun’iy ashyolar hamda buyumlar.

Qo’shma korxona – boshqa mamlakatlar firmalari ishtirokida bunyod qilingan, tashkiliy jihatdan yagona yuridik shaxs sifatida rasmiylashtirilgan korxona. Qo’shma korxona o’zaro manfaatdorlik negizida, hukumatlararo shartnomalar asosida tashkil qilinib, ishlab chiqarish, ilmiy-ishlab chiqarish, ilmiy-texnika vazifalarini echishga qaratiladi. Ta’sischilarning o’z mulklarini birlashtirish va badallari hisobiga qo’shma korxonaning moliyaviy fondi yaratiladi. Qo’shma korxona, asosan, chet el texnikasi, texnologiyasi, investitsiyasi asosida barpo etilib, mahalliy xom ashyo va ishchi kuchi hisobiga ishlaydi, o’z mustaqil balansiga ega bo’ladi, to’liq xo’jalik hisobi asosida faoliyat olib boradi. Qo’shma korxonaning chet ellik ta’sischisi daromad hissasini o’z mamlakatiga olib chiqib ketish (o’tkazish) huquqiga ega bo’ladi.

Hisob stavkasi, hisob foizi stavkasi, qayta moliyalashtirish stavkasi – markaziy banklarning tijorat banklari rezervlarini to’ldirish va ularning o’z mijozlariga bank xizmatlari ko’rsatish uchun beradigan kreditlariga belgilaydigan foiz stavkasi; tijorat banklari Markaziy bankdan olgan kredit resurslari uchun to’laydigan haq. Hisob stavkasi bozor mexanizmidagi g’oyat muhim iqtisodiy vosita, davlatning pul siyosatida qo’llaniladigan kuchli iqtisodiy dastak. Hisob stavkasi pul bozoridagi talabga ta’sir ko’rsatishning asosiy vositasi hisoblanadi. Iqtisodiyotda o’sishni tezlatish maqsadlarida hisob stavkasi pasaytiriladi yoki aksincha, iqtisodiyotda o’sish jadallashib, tovarlarni sotish qiyinlashganda o’sishni sekinlashtirish uchun hisob stavkasi oshiriladi. Hisob stavkasiga pul bozoridagi talabdan tashqari kutiladigan inflyatsiya darajasi ham ta’sir ko’rsatadi. Inflyatsiyadan ko’riladigan yo’qotish hisob stavkasini oshirish orqali qoplanadi. Masalan, me’yordagi hisob stavkasi 4 % bo’lib, inflyatsiya 3 % darajasida kutilsa, amaldagi hisob stavkasi 7 %ni tashkil etadi. Markaziy bankning hisob stavkasi qancha yuqori bo’lsa, tijorat banklari o’zlari taqdim etadigan kreditlar uchun oladigan foizi shu qadar yuqori bo’ladi.

Hisobot – korxonalar, tashkilotlar, kompaniyalar tomonidan o’z faoliyati to’g’risida davriy (oy, chorak, yil) va belgilangan shaklda tuziladigan, davlat, statistika va moliya organlariga taqdim etiladigan axborot, ma’lumotlar, hisob-kitob

hujjatlari.

Hukumat – davlatning oliy kollegial organi. Hukumat turli mamlakatlarda turlicha nom bilan ataladi: Vazirlar Kengashi (Frantsiya, Italiya, Polsha), Vazirlar Mahkamasi (Buyuk Britaniya, O’zbekiston) va h.k. O’zbekistonda hukumat Vazirlar Mahkamasi deb nomlanadi. U ijtimoiy hayotning barcha sohalariga rahbarlik qiladi. Hukumat tarkibi Prezident tomonidan shakllantiriladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. – T.: O'zbekiston, 2017 yil.
2. O'zbekiston Respublikasining "Chet el investitsiyalari to'g'risida"gi Qonuni, 1998 yil 30 aprel, 609-I-son.
3. O'zbekiston Respublikasining "Chet ellik investorlar huquqlarining kafolatlari va ularni himoya qilish choralari to'g'risida"gi Qonuni, 1998 yil 30 aprel, 611-I-son.
4. O'zbekiston Respublikasining "Investitsiya faoliyati to'g'risida"gi Qonuni. Yangi tahrir. 2014 yil 9 dekabr.
5. O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida"gi Qonuni. 2012 yil 6 yanvar.
6. O'zbekiston Respublikasining "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi Qonuni. 2000 yil 25 may.
7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2011 йил 28 апрелдаги "Сертификатлаштириш тартиботларини ва сифат менежменти тизимларини жорий этишни такомиллаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги 122-сонли Қарори.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi PF-4947-sonli Farmoni, O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari to'plami, 2017 yil, 6-son, 70-modda.
9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 23 martdagi "Bank xizmatlari ommabopligini oshirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-3620-son Qarori. // O'zbekiston Respublikasi Qonun xujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi, lex.uz.
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 7 maydagi "Iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga innovatsiyalarni joriy etish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarori.
11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 29 iyundagi "O'zbekiston Respublikasining soliq siyosatini takomillashtirish kontseptsiyasi to'g'risida"gi PF-5468-sonli Farmoni.
12. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 10 yanvardagi "Iqtisodiy rivojlanish sohasida davlat siyosatini amalga oshirish tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5621-sonli Farmoni.
13. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 29 apreldagi "Respublika iqtisodiyotiga to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilish mexanizmlarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'rg'risida"gi PQ-4300-sonli Qarori.
14. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 29 noyabrdagi "Mahalliy ishlab chiqaruvchilarning eksport salohiyatini yanada rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5587-sonli Farmoni.
15. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak.

Mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma'ruza, 2017 yil 14 yanvar / Sh.M. Mirziyoyev. – T.: O'zbekiston, 2017. – 104 b.

16. Mirziyoev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti lavozimiga kirishish tantanali marosimiga bag'ishlangan Oliy Majlis palatalarining qo'shma majlisidagi nutqi. – Toshkent: O'zbekiston, 2016. – 56 b.

17. Mirziyoev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganligining 24 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi ma'ruza. 2016 yil 7 dekabr/Sh.M.Mirziyoev. – Toshkent: "O'zbekiston", 2017. – 48 b.

18. Abulqosimov X., Hasanov R., Shomurodov R. Davlatning makroiqtisodiy siyosati. – T.: Akademiya, 2007. – 135 b.

19. Анализ инвестиционной привлекательности организации: научное издание / Д.А.Ендовицкий, В.А.Бабушкин, Н.А.Батурина и др.; под ред. – М.: КНОРУС, 2010. – 376 с.

20. Аньшин В.М. Инвестиционный анализ: Учеб.-практ. пособие.- 3-е изд., испр. – М.: Дело, 2004. – 280 с.23.

21. Антикризисное управление: Учебное пособие для студентов вузов. / Под ред. К.В. Балдина. – М.: изд-во Проспект, 2005 – 312 с.

22. Bekmurodov A.SH., Karriyeva YA.K., va boshqalar. Xorijiy investitsiyalar. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2011. – 192 b.

23. Bekmurodov A.SH., G'afurov U.V., Tuxliyev B.K. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2008. – 120 b.

24. Vahobov A.V., Xajibakiyev SH.X., Mo'minov N.G. Xorijiy investitsiyalar. O'quv qo'llanma. – T.: Moliya, 2010. – 328 b.

25. Vahobov A.V., Jumayev N.X., Hoshimov E.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi: sabablari, xususiyatlari va iqtisodiyotga ta'sirini yumshatish yo'llari. – T.: Akademnashr, 2009.

26. Dodiyev F.O'. Investitsion faoliyatni moliyaviy rag'batlantirish. Iqtisod fanlari nomzodi ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. – T.:БМА, 1998. – 128 b.

27. Jumayev N.X. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi: mohiyati, sabab-oqibatlari va O'zbekistonga ta'siri. – T.: JIDU, 2009. – 56 b.

28. Jo'rayev A.S., Xo'jamqulov D.Yu., Mamatov B.S. Investitsiya loyihalarini tahlili: Oliy o'quv muassasalari uchun o'quv qo'llanma. - T.: SHarq, 2003. – 256 b.

29. Инвестиции: учеб. пос. / И.Ю.Ткаченко, Н.И. Малых. – М.: Академия, 2009. – 244 с.

30. Инвестиции: учебник. - 2-е изд., перераб. и доп / Л.Л.Игонина. – М.: Магистр, 2008. – 749 с.

31. Инвестиции: источники и методы финансирования / Ивасенко А.Г., Никонова Я.И. - 2-е изд., стер. – Москва: Омега-Л, 2007. – 253 с.

32. Инвестиционная стратегия: учебное пособие / Э.С.Хазанович, А.М.Ажлуни, А.В.Моисеев. – М.: КНОРУС, 2010. – 304 с.

33. Инвестиционная стратегия предприятия: учебное пособие / Н.И. Лахметкина– 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2008. – 232 с.

34. Инвестиционная стратегия: учебное пособие / Э.С.Хазанович, А.М.Ажлуни, А.В.Моисеев. – М.: КНОРУС, 2010. – 304 с.Инвестиционные стратегии, руководство. Как понимать рынки, риски, вознаграждение и повидение инвесторов / [Пер. с англ. С.А.Корнева]. – М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 2009. – 384 с.: ил.

35. Инвестиционный менеджмент. Учебное пособие / Кол.авторов. Под ред. В.В. Мищенко. – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2010. – 392 с.

36. Karimov N.G’. Iqtisodiy integratsiyalashuv sharoitida investitsiya faoliyatini moliyalashtirishning bozor mexanizmlarini joriy etish masalalari. -T.: Fan va texnologiya, 2007.-240 b

37. Karimov N.G’. O’zbekiston Respublikasida investitsion loyihalarni moliyalashtirish amaliyotini takomillashtirish yo’llari. -T.: Fan va texnologiya, 2007. -158 b.

38. Karimov N.F. Iqtisodiy integratsiyalashuv sharoitida investitsiyalarni moliyalashtirishning bozor mexanizmlarini joriy etish muammolari // I.f.d. ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. - T., 2007.

39. Mamatov B.S., Xo’jamqulov D.Yu., Nurbekov O.Sh. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. Darslik. – T.: Iqtisod-moliya, 2014. 608 b.

40. Mahmudov N.M., Majidov Sh.A. Investitsiyani tashkil etish va moliyalashtirish. O’quv qo’llanma. – T.: TDIU, 2010. – 86 b.

41. Мелкумов Я.С. Организация и финансирование инвестиций: Учебние пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 248 с.

42. Негл Томас Т. Стратегия и тактика ценообразования. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 240 с.

43. Nosirov E.I., Mamatov B. S., Shoislomova N.Q., Sharifxodjaeva K.U. Investitsiya risklarini boshqarish. O’quv qo’llanma. – T.: Fan va texnologiya, 2011. – 148 b.

44. Nishetoy A.S. Investitsii: Uchebnik. - 4-e izd., pererab i dop. - M.: Izdatelskogo-torgovaya korporatsiya «Dashkov i K0», 2006. - 376 s.

45. Портер М. Конкуренция: перевод с англ. О.Л.Пеляевского. – Исправ. Изд. – М.: Вильямс, 2005 . – 602 с.

46. Rasulev D.M. Iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish bosqichida investitsiyalarni moliyalashtirishni ekonometrik modellashtirish. Dis. Iqtisod fanlari doktori – T.: 2003. – 252 b.

47. Rashidov O.YU., Qurbonov X.A., Karlibayeva R.X. “Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish” O’quv qo’llanma. – T.: O’zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg’armasi nashriyoti, 2005. – 128 b.

48. Филатова А.А., Кравченко К.А. Современная практика корпоративного управления в российских компаниях – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 245 с.

49. Шарп У., Александр Г., Бейли Дж. Инвестиции. Пер.с.англ. – М.: ИНФРА. – 2000. – 979 с.

50. Ergasheva SH., Uzoqov A. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. O’quv qo’llanma. – T.: Iqtisod-moliya, 2008. – 208 b.

51. O’lmasov A.O’., Vahobov A.V. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. – T.: SHarq, 2006. – 480 b.

512 Қобилов Р.Ш. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. – Т.: Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси, 2013. –357 б.

53. Qosimov M.S., Muxamedjanova G.YA. Investitsiya loyihalari tahlili. O’quv qo’llanma. – T.: TDIU, 2011. – 212 b.

54. G’ozibekov D.G’. Investitsiyalarni moliyalashtirish masalalari. – T.: Moliya, 2003 yil. – 332 b.

55. Rashidov O.YU., Xojimatov R.X., Raximov A.A. Investitsion loyihalarni moliyalashtirish: O’quv qo’llanma. – T.: TDIU, 2010. – 272 b.

56. Haydarov N.H. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida korxonalar investitsion faoliyatidagi moliya-soliq munosabatlarini takomillashtirish masalalari // Dis. ... iqtisod fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. – T.: 2003. – 300 b.

Internet saytlari

1. http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators> - Jahon bankining rasmiy sayti.

2. http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic42/text472.htm>-Qonun hujjatlar to’mlami raymiy sayti.

3. https://www.mubadala.com/en/investors> -Mubadala Investment Company https://www.mubadala.com/> rasmiy sayti.

4. www.blackrock.com <http://www.blackrock.com> - BlackRock investitsiya kompaniyasi rasmiy sayti.

5. https://thefinancialbrand.com/62711/top-10-strategic-priorities-for-banking-in-2017> - the Financial Brand rasmiy sayti.

6. Bain & Company, Global private equity report 2018 yil ma’lumotlari

7. www.cbr.ru http://www.cbr.ru- Rossiya Federatsiyasi Markaziy banki rasmiy sayti.

8. http://www.un.org/ru> - BMT rasmiy sayti.

9. http://www.gov.uz> - O’zbekiston Respublikasining hukumat portali.

10. http://www.lex.uz <http://www.lex.uz> - O’zbekicton Respublikasi qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi. Normativ-huquqiy hujjatlarni rasmiy sayti.

11. www.cbu.uz <http://www.cbu.uz> - O’zbekiston Respublikasi Markaziy bank rasmiy sayti.

12. http://www.stat.uz> - O’zbekiston Respublikasi Davlat statistika Qo’mitasining rasmiy sayti.

Xujamkulov Dilmurod Yusupaliyevich,
Ismailov Dilshod Anvarjonovich

INVESTITSIYA LOYIHALARINI BOSHQARISH

O’quv qo’llanma

Muharrir
Qarshiyeva Sh.D.

Texnik muharrir
Vaxabova M.M.

Musahhih
Hojiakbarova M.S.

Bosishga ruxsat etildi 12.06.2019. Qog’oz o’lchami 60x80 1/16
Shartli bosma tabog’i 21,4 b.t. Adadi 50 nusxa.
____- sonli buyurtma

“Iqtisodiyot” nashriyoti DUK matbaa bo’limida chop etildi.
100003, Toshkent shahri, Islom Karimov ko’chasi, 49-uy.