КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИК:

ТАШКИЛ ЭТИШ, РЕЖАЛАШТИРИШ, БОШҚАРИШ



К46

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИК:
ТАШКИЛ ЭТИШ, РЕЖАЛАШТИРИШ, БОШҚАРИШ

Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги томонидан дарслик сифатида тавсия этилган

ТОШКЕНТ – "FAN VA TEXNOLOGIYA" – 2005

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик: ташкил этиш, режалаштириш, бошқариш. Т., "Fan va texnologiya" нашриёти, 2005 й., 444 б.

Ўзбекистон Республикаси Фанлар Академиясининг академиги С. Ғуломов умумий таҳрири остида

Ушбу ўқув қўлланма Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги томонидан тасдиқланган "Иқтисодиёт", "Менежмент", "Бухгалтерия ҳисоби ва аудит", "Молия" йўналишлари бўйича бакалавр тайёрлаш давлат стандартлари асосида ёзилган.

Ўқув қўлланмада кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш, режалаштириш ва бошқаришнинг назарий ҳамда услубий (методологик) асослари атрофлича ёритилган. Ушбу қўлланма ўз ичига тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш, режалаштириш ва бошқаришга оид билимларни, қизиқарли ўйинлар, маслаҳатларни қамраб олган, шунингдек, унда тадбиркорликка оид иқтисодий атамалар ва ўзбек халқ мақоллари намуналари берилган.

Ўқув қўлланма тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи барча кичик бизнес ходимлари, олий ўқув юртлари, касб-ҳунар коллежлари талабалари, бизнес мактаби тингловчилари ва кенг жамоатчиликка мўлжалланган.

Қўлланманинг I бўлим: 1-, 2-, 3- боблари и.ф.д. А. Абдуллаев, и.ф.д. А. Сотволдиев, и.ф.н. И. Ўринбоев, и.ф.н. С. Абдуллаев, 4-, 5-, 6- боблари и.ф.д. А. Қодиров, и.ф.н. М. Тешабоев, Ҳ. Айбишев, II бўлим: 7-, 8- боблари и.ф.д. Қ. Муфтайдинов, и.ф.н. Ш. Маматқулов, Қ. Рустамов, III бўлим: 9-, 10-, 11- боблари и.ф.д. А. Абдуллаев, и.ф.н. М. Тешабоев, и.ф.н. Ш. Ғофуров, 12-, 13-, 14- боблари и.ф.д. А. Қодиров, и.ф.д. А. Сотволдиев, и.ф.н. И. Ўринбоев, Ҳ. Айбишев, IV бўлими и.ф.д. А. Абдуллаев, и.ф.н. Ш. Маматқулов, V бўлими и.ф.д. А. Абдуллаев, и.ф.д. Қ. Муфтайдинов, и.ф.д. А. Қодиров, и.ф.н. Ш. Ғофуров, и.ф.н. С. Абдуллаев, Қ. Рустамов томонидан ёзилган.

Масъул муҳаррир М. Миркомилов

Тақризчилар: и.ф.д. Н. Маҳмудов,
и.ф.д. Қ.Йўлдошев

© **"Fan va texnologiya" нашриёти. 2005.**

Ё/Н

КИРИШ

Иқтисодиётни бошқаришнинг жаҳон амалиётида синовдан ўтган, ўз ўрни ва улкан тажрибага эга бўлган усулларидан бири бозор иқтисодиёти ҳисобланади. Ушбу тажрибанинг ўз навбатида кўп асрлик тараққиёт тарихи ва шаклланган тизим ҳолига келган илми борки, бу илм асосларини, тажрибаларини, натижаларини билмай туриб, бозор шароитида иқтисодиётни юксалтириш мумкин эмас.

Бугунги кунда бир қатор ривожланган мамлакатларнинг иқтисодиётда эришган ютуқларининг асоси бозор иқтисодиёти, мулк шаклларининг такомиллашуви, иқтисодиётдаги кескин тузилмавий ўзгаришлар, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ялпи ички маҳсулотдаги улушининг ортиб бориши кабилар билан баҳоланмоқда.

Республикамизда бозор иқтисодиётига ўтиш инсон манфаатлари талабларига жавоб беради. Бунинг асосий мақсади иқтисодиётнинг ижтимоий йўналишини кучайтириш, ишлаб чиқаришни истеъмолчилар талаблари асосида ташкил этиш ҳамда фуқаролар эркинлигига кенг йўл очиб бериш, уларнинг мавжуд имкониятлардан тўла фойдаланиши, юқори унум, ташаббускорлик ва ташкилотчилик асосида тадбиркорлик фаолияти олиб боришни таъминлашдир.

Тадбиркорларимиз олдиларига қўйган юксак мақсадларига эришишда бир қатор муаммоларга дуч келмоқдаки, бу айниқса, янги шаклланаётган фаолиятини бозор қонуниятлари даражасида тўла англамаслик, бизнесни ташкил этиш, режалаштириш ва бошқаришда бой тажрибага эга эмасликда намоён бўлмоқда.

Юқоридаги муҳим муаммони ечиш мақсадида "Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик: ташкил этиш, режалаштириш ва бошқариш" қўлланмаси тайёрланди.

Қўлланма давлат таълим стандартлари асосида тайёрланган бўлиб, менежмент, молия ва иқтисодиёт бухгалтерия ҳисоби ва аудит йўналишлари талабаларини ўқитишга мўлжалланган. Ушбу қўлланма ўз ичига тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш, режалаштириш, бошқаришга оид билимларни, қизи-

қарли ўйинлар, маслаҳатлар ва бизнес режа тузувчилар учун зарурий жадвал маълумотларини қамраб олган. Шу билан бир қаторда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ташкил этиш, режалаштириш ва бошқаришга оид иқтисодий атамалар ўз тушунчасини топган. Унинг яна бир хусусияти шундаки, бу қўлланмада тадбиркорликка оид ўзбек халқ мақоллари намуналари берилиб, уларнинг мағзини чақиш, муҳокама қилиш ва шу асосда мустақил фикр юритиш талабаларга ҳавола этилган.

Муаллифлар жамоаси ушбу қўлланмани теришда берган ёрдами учун Б. Мамажоновга миннатдорчилик билдиради.

Ушбу китоб барча иқтисодий олий ўқув юртлари, касб-ҳунар коллежлари талабалари ва тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи кенг жамоатчиликка мўлжалланган.

I БЎЛИМ
КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

1. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг назарий асослари

1.1. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ҳақида тушунча, моҳияти ва иқтисодиётни барқарорлаштиришдаги ўрни

Бугунги кунга келиб республикамиз ижтимоий-иқтисодий ҳаётида "Тадбиркорлик", "Тадбиркор", "Бизнес", "Бизнесмен" каби терминлар кенг қўлланила бошланди. Уларнинг мазмун ва моҳиятини англаш маълум бир маънода кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ҳақида тасаввурни шакллантиради.

Тадбиркорлик ўз ичига ижтимоий муносабатларни қамраб олган ижтимоий-иқтисодий ҳодисадир. Унда ҳуқуқий, руҳий, ташкилий, иқтисодий ва тарихий томонлар мавжуд. Мазмуни ва моҳияти бўйича унумли фаолиятни англатади.

Исломнинг асосий манбаи – "Қуръони Карим"дир. Унинг ҳар бир ояти бандаларни покликка, иймонга чорлайди. Унинг 293 ояти бевосита иқтисодий тафаккурга бағишланган. "Қуръони Карим" инсонларни ҳалол меҳнат қилишга, тежамли бўлишга, меҳру шавқатга, ҳалолликка ундайди. Шунингдек, у инсонларни барча моддий неъматлардан, ресурслардан (ердан) унумли фойдаланишга чорлаган. "Қуръони Карим"да ҳар қандай иқтисодий ҳисобланган мулкчиликка ҳам алоҳида эътибор берилган. Исломда мулк тушунчаси, унинг моҳияти одамлар қўлидаги бойлик – бу Оллоҳнинг бойлиги, одамлар эса фақат унинг ердаги бошқарувчилари эканлигини тан олишдан иборат.

Олдинги асрларда яшаб ўтган буюк алломаларимиздан Имом Малик бин Анаса, Имом Исмоил ал Бухорий, Имом Муслим бин-Ал Ҳажжож, Имом Абу Давуд-Абу Исо ат-Термизийларнинг қолдирган буюк илмий мерослари ҳам тадбиркорликни ривожлантириш борасида қимматбаҳо ғоялар илгари сурилган.

Буюк бобокалонимиз Амур Темурнинг "Темур тузуклари"да давлатни идора қилишда кимларга таяниш, тожу тахт эгаларининг ҳуқуқи ва вазифалари, вазир ва қўшин бошлиқларини сақлаш, сипохийларнинг маоши, мамлакатларни бошқариш тартиби, давлат арбоблари, қўшин бошлиқларининг бурч ҳамда вазифалари, амирлар, вазирлар ва бошқалар хусусида гап боради. Мазкур асар ҳар қандай корхона, ташкилот ва муассаса раҳбарлари учун бошқарув илми сирларини пухта ўрганишда асосий манбалардан бири ҳисобланади. Бу асар бугунги кунда ҳам ўз аҳамиятини йўқотгани йўқ. Ислоҳотларнинг қай даражада амалга ошиши раҳбарларнинг дунёқарашига, ҳалол ва пок, ташаббускор бўлишига боғлиқдир. "Раҳбарлик – лавозим, мансаб эмас, аввало, одамларга хизмат қилиш масъулияти эканини барча тўғри тушуниб олмоғи зарур. Раҳбар дегани ҳаммадан кўпроқ ишлаб, фуқаролар саодати ва юрти равнақи учун елиб-югурадиган фидоий инсон бўлиши керак" (И.А.Каримов. "Ҳалоллик ва фидоийлик – фаолиятимизнинг асосий мезони бўлсин". 1994 йил, 24-бет).

Тадбиркорлик тушунчаси XVI асрдан бошлаб иқтисодчилар, руҳшунослар, сиёсатшунослар фикрини ўзига жалб эта бошлади. Ж.Б.Сэй, А.Маршалл, В.Зомбрамб, Й.Шумпетер, Ф.Нойтлар тадбиркорлик илмининг асосчилари ҳисобланади.

XVIII асрнинг бошида иқтисодий назарияга биринчи бўлиб тадбиркорлик тушунчасини инглиз иқтисодчиси Р.Кантильон киритган эди. У тадбиркорни фойда олиши чегараланмаган ва баҳоси аниқ товарларни сотиб олади-ю, лекин сотиш баҳоси ноаниқ бўлади, у таваккалчи, таклифни талабга мословчи, деб баҳолайди. Жан Батист Сэй тадбиркорни воситачи, ишлаб чиқариш омилларининг координатори, тажриба ва билим эгаси, деб таърифлайди. Зомбарт эса тадбиркорликдаги таваккалчилик фақат сиёсат, савдодагина бўлмай, бошқа соҳаларга ҳам хос деб, уларни қароқчи ва босқинчилар билан тенглаштиради. Шумпетерни олсак, у тадбиркорликнинг 5 муҳим томонини: истеъмолчиларга номаълум янги товарлар ишлаб чиқариши; янги ишлаб чиқариш воситаларини қўллаши ва мавжуд товарларнинг тижорийлигини таъминлаши; янги товарларни ўзлаштириши; янги хом ашёларни ишлатиши; тармоқни такомиллаштиришини кўрсатиб беради. Тадбиркор мулкдор бўлиши шарт эмас, у ёлланувчи бўлиши ҳам мумкин. Тадбиркор янги комбинацияларни амалга оширувчи шахсдир, деб таъкидлайди.

Ҳозирга келиб тадбиркорнинг фаолият доираси мазмунан, миқдор ва сифат жиҳатидан ҳам ўзгарди. Энди у маҳсулотни

қачон, қанча, қаерга, ким учун ишлаб чиқариши керак деган масалаларни мустақил ҳал этувчига айланди. Бундан ташқари, қанча миқдорда ишлаб чиқариш ресурслари (бино, хом ашё, материал, қурилма, меҳнат, транспорт воситалари, капитал маблағлар, омбор майдонлари ва ҳ.к.) зарурлигини аниқлайди, улардан оқилона фойдаланиш ҳисобига юқори фойда олишга ҳаракат қилади. Олинган даромадлар эвазига давлат бюджети тўловларини тўлаш ва фаолиятини янада юксалтиришни бош мақсад деб ҳисоблайди. Юқоридагилардан келиб чиқиб, тадбиркорга қуйидаги таърифни бериш мумкин:

Тадбиркор – ўзининг маълум бир миқдордаги молиявий маблағини таваккал қилган ҳолда бозорга янги ғоя, маҳсулот, хизмат ва ишлар билан кириб борувчи ишбилармон шахсдир.

Тадбиркорлик ва бизнес тушунчалари мазмунан бир-бирига яқин. У кишиларнинг ишбилармонлик фаолиятидан келиб чиққан муносабат бўлиб, бирон-бир унумли иш, фаолият билан боғлиқликни англатади.

Бизнес билан боғлиқ шахс бизнесмен дейилади. Бизнес – бу инглизча сўздан олинган бўлиб, бизнес – иш, мен – одам деган маънони англатади. Тадбиркорлик (бизнес), иқтисодий категория бўлиб, хўжалик юритиш усули, иқтисодий фикрлаш туридир.

Тадбиркорлик (бизнес)ни ўрганишни аввало, иқтисодий объект ва субъектлардан бошлаш керак. Унинг субъектларини кўриб чиқайлик. Тадбиркорлик якка, гуруҳ ва жамоа ҳолида юз бериши мумкин.

Бизнес (business) – инглизча сўз бўлиб, умумиқтисодий атама сифатида хўжалик субъекти иқтисодий қизиқишларидан иборат фаолият доирасини ифодалайди ва ишлаб чиқаришни ташкил қилишдан иборат фойдали маҳсулотлар яратиш ҳамда хизматлар кўрсатиш тизимидан иборатдир.

Бизнес тушунчаси қачон, ким томонидан қандай вазиятда дастлаб ишлатилганлиги тўғрисида маълумотлар тарихий манбаларда деярли учрамайди. Лекин, бизнес сўзини инглизчадан олинганлиги ва XVIII-XIX асрлардаги саноат инқилоби, иқтисодий, ижтимоий ва сиёсий тараққиёт Буюк Британияда юз берганини ҳисобга олиб, унинг ватани Буюк Британия деган тахминлар мавжуд.

Тадбиркорлик фаолияти натижалари хусусий мулк ва мулкчилик муносабатларининг шаклланиши билан юзага келиб, тараққий этган бўлса-да, унинг том маънодаги моҳияти замонавий бизнеснинг қарор топишида иқтисодий эркинлик асосида тадбиркорлик олиб боришда яққол намоён бўлади.

Бизнес – бу фойда (даромад) олиш билан боғлиқ бўлган унумли фаолият ёки шахсий фойда (даромад) топиш борасидаги жараёнлар тўплами. Бизнес фаолияти билан шуғулланувчилар бизнесменлар ёки ишбилармон тадбиркорлар деб юритилади.

Тадбиркорлик объекти деганда, аввало, маълум бир фаолиятни: ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларидаги тадбиркорлик, савдо-сотиқ тадбиркорлиги, молия соҳасидаги тадбиркорлик тушунилади. Тадбиркорликда ишлаб чиқарилган товар (кўрсатилаган хизмат)лар шунга яраша даромадга моддийлашади. Даромад тадбиркорлик фаолиятини баҳолайдиган асосий мезон ҳисобланиб, у фаолиятнинг барча омилларидан оқилона фойдаланишга боғлиқ. Тадбиркорлик даставвал маълум бир соҳада фаолият кўрсатиш имконини белгилаш учун керак бўлса, сўнгра бундай ресурсларнинг янги комбинациялари тадбиркор учун ўта зарур бўлиб қолади. Кўриниб турибдики, реал ҳолатда тадбиркорликнинг объекти ресурслар комбинациясини амалга оширишдан иборат экан.

Тадбиркорлик шаклларининг орасида қуйидаги умумийликлар мавжуд:

<table>
<tr><td>Мулкий муносабатларнинг иштирокчиси бўлиш</td><td rowspan="4">Тадбиркорликнинг муҳим белгилари</td><td>Иқтисодий эркинлик</td></tr>
<tr><td>Фойда олишга интилиш</td><td>Тижорат сирига эга бўлиш</td></tr>
<tr><td>Рақобат курашида қатнашиш</td><td>Имиджга эга бўлиш</td></tr>
<tr><td colspan="2">Иқтисодий хатти-ҳаракатлар учун масъулиятни ўз зиммасига олиш</td></tr>
</table>

1-чизма. Тадбиркорликнинг муҳим белгилари.

Тадбиркорликнинг мустақиллиги ва эркинлиги бозор механизмини таъминлаган ҳолда, аниқ бир қарор қабул қилиш имконини беришни англатади. Тадбиркорликнинг мустақиллиги билан иқтисодий манфаатдорлиги узвий боғланган. Даромадни, фойдани юқори даражага етказиш тадбиркорлик фаолияти мезонидир. Шунинг учун стратегия шунга қаратилади.

Тадбиркорлик фаолиятини ҳеч қачон хавф-хатардан холи деб бўлмайди. Сабаби – бозор рақобатдан холис эмас. Жавобгарлик – бу масъулиятни ҳис этиш имкониятдан онгли ва

оқилона фойдаланиш ҳамда бозорда ўз ўрнини сақлаб қолиш гаровидир.

Тадбиркорликни тараққий этиш нуқтаи назаридан: ривожланган, ривожланаётган ва ривожланмаган тадбиркорликка бўлишимиз мумкин.

Ўтиш даври учун ривожланаётган тадбиркорлик хос бўлса, тараққий этган давлатларга ривожланган тадбиркорлик хосдир. Айрим мамлакатлар тараққиёти даражасидан келиб чиққан ҳолда шуни айтишимиз мумкинки, уларда ривожланмаган тадбиркорлик ҳам мавжуддир.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1998 йил 9 апрелидаги "Хусусий тадбиркорлик, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни янада рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги фармонига ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш ҳақидаги 2003 йил 30 август фармонида қуйидагилар белгилаб қўйилди.

Эндиликда, 2004 йилнинг 1 январидан кичик тадбиркорлик (бизнес) субъектлари тоифасига қуйидагилар киради:

– Якка тартибдаги тадбиркорлар.

– Ишлаб чиқариш тармоқларида банд бўлган ходимларининг ўртача сони 20 нафардан, хизмат кўрсатиш соҳаси ва бошқа ишлаб чиқаришга алоқадор бўлмаган тармоқларда 10 кишидан, улгуржи, чакана савдо ва умумий овқатланиш соҳасида 5 кишидан ортмаган микрофирмалар.

Қуйидаги тармоқларнинг ўртача йиллик ходимлари сони:

– енгил ва озиқ-овқат саноати, металлга ишлов бериш ва асбобсозлик, ёғочни қайта ишлаш, мебел саноати ва қурилиш материаллари саноати 100 кишидан.

Машинасозлик, металлургия, ёқилғи энергетика ва кимё саноати, қишлоқ хўжалик маҳсулотлари етиштириш ва қайта ишлаш, қурилиш ҳамда бошқа саноат ишлаб чиқариш соҳалари 50 кишидан.

Фан, илмий хизмат кўрсатиш, транспорт, алоқа, хизмат кўрсатиш соҳаси, савдо ва умумий овқатланиш ҳамда бошқа ишлаб чиқаришга алоқадор бўлмаган соҳалар 25 кишидан ошмаган кичик корхоналар.

Сўнгги йилларда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ривожланиши давлат иқтисодий сиёсатининг муҳим йўналишларидан бири бўлиб қолмоқда.

"...Айни вақтда мамлакатимизда 250 мингга яқин кичик бизнес корхонаси фаолият кўрсатмоқда, бу соҳада 5,5 миллион киши ёки иш билан банд бўлган одамларнинг 57 фоизи меҳнат

қилмоқда. Ялпи ички маҳсулотнинг 35 фоизи ана шу корхоналар ҳиссасига тўғри келмоқда. Биргина 2003 йилда тадбиркорликни ривожлантириш ҳисобига 375 мингта янги иш ўрни ташкил этилди" (И. Каримов "Эришган марраларимизни мустаҳкамлаб, ислоҳотлар йўлидан изчил бориш – бош вазифамиз" Халқ сўзи 10 феврал 2004 йил).

1.2. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ривожланиш босқичлари

Ўзбекистонда тадбиркорликни ривожлантириш хусусиятларидан келиб чиқиб, унинг ривожланишини биз уч босқичга бўлишимиз мумкин:

1-босқич. 1917 йилга қадар бўлган даврни олишимиз мумкин. Ушбу давр майда ҳунармандчилик ва савдогарчилик юқори суръатларда ривожланиши билан хусусиятлидир. Бу давр қўл меҳнатининг юқори бўлиши билан фарқланади ва якка тадбиркорлик алоҳида ўрин тутади.

2-босқич. 1917 йилдан 1990 йилгача бўлган давр. Бу вақтда марказлашган режали бошқариш ҳукм сурган. Маҳсулот ишлаб чиқариш ва тақсимотда давлат асосий ролни ўйнаган. Эркин тадбиркорлик фаолияти нисбатан чекланган. Ишлаб чиқариш экстенсив йўл билан ривожлантирилган. Ушбу босқичнинг биринчи ўн йилликларида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик роли сезиларли бўлса-да, охирги йилларга келиб, йирик корхоналар ҳукмронликни эгаллаган. Масалан, урушга қадар бўлган даврни олсак, Ўзбекистон жами ижтимоий маҳсулотининг 70%га яқини кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналари ҳиссасига тўғри келган эди.

3-босқич. Республикани мустақилликка эришгандан кейинги йилларини олишимиз мумкин. Бу даврни хусусиятли томони иқтисодиётда "Танглик" ҳолати ҳукм суриши, иқтисодиётни эркинлаштириш ва барқарорлаштириш бош вазифа қилиб белгиланиши, уни амалга оширишнинг давлат томонидан махсус механизми яратилиши шартлиги, унинг муҳим йўлларидан бири сифатида эркин тадбиркорликка кенг йўл очиб берилиши билан тавсифланади.

Ушбу даврни шартли равишда тўрт даврга бўлишимиз мумкин.

1-давр. Қайтадан уйғониш даври, асосан, 90-йилларнинг бошларига тўғри келади. Бу даврда тадбиркорлик ва кичик бизнесни ҳуқуқий базаси ташкил этилди. Қайта уйғониш даврининг асосчиси этиб президентимиз И.А.Каримовни олишимиз мумкин.

2-давр. Тикланиш (оёққа туриш) даври, 1999-2000 йилларни қамраб олади. Бу вақтда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналари шакллантирилди. Уларни муваффақиятли ривожланиши учун шароит яратилди. Давлат томонидан тегишли ёрдамлар (имтиёзли ссудалар берилиши, вақтинча солиқлардан озод этилиши, сармояларни шакллантиришнинг жаҳон тажрибаларини қўллашга имкониятлар берилишини олишимиз мумкин) кўрсатилди.

Бу давр мобайнида тадбиркорликни ривожлантириш эвазига кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ялпи ички маҳсулотдаги улуши 25%га яқинини ташкил этди.

3-4-давр. Барқарорлаштириш ёки юксалтириш. Бу келгуси даврга тўғри келади.

И.А.Каримов томонидан олға сурилган барча ташкилий, иқтисодий-ижтимоий ва ҳуқуқий асослар тадбиркорликнинг бош мақсади иқтисодиётни барқарорлаштириш ва уни келгусида юқори суръатлар билан ривожлантиришга қаратилган.

1.3. Ўзбекистонда кичик бизнесни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари

Гарчан иқтисодиёт фанида тадбиркорлик ҳақидаги маълумотлар XVIII асрда Р.Кантильсон, А.Тюрго, Ф.Кене ва Ж.Босей асарларида биринчи бор талқин қилинган бўлса-да, Ўзбекистон тадбиркорлик соҳасида ўзига хос тарихий тажрибага эга. Буни яққол мисол тариқасида Темур тузукларида "Буюк Ипак Йўли"ни бизнинг ҳудуддан ўтишини мисол қилиб олишимиз мумкин.

И.Каримов "Биз учун устувор бўлиб қолаётган энг муҳим вазифалардан яна бири – кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш масаласидир" – деб таъкидлаши бежиз эмас (И.Каримов "Эришган марраларимизни мустаҳкамлаб, ислоҳотлар йўлидан изчил бориш – асосий вазифамиз" Халқ сўзи 10 феврал 2004 йил).

Ўзбекистонда тадбиркорликни ривожлантириш борасида қулай шароитлар мавжуд.

Уларга:

– Ўзбекларда янги тадбиркорлик фаолиятини жорий этишга мойилликнинг юқорилиги.

– Тадбиркорлик фаолиятининг шаклланиши республика таълим тизимига мос келиши.

– Ўзбек халқининг даромадидан жамғармага ажратилган улушининг юқорилиги.

– Ўзбекистоннинг жаҳон мамлакатлари билан мустаҳкам алоқасини мавжудлиги.

– Меҳнатга ҳақ тўлаш ва аҳоли сотиб олиш қобилиятининг нисбатан пастлиги.

– Қулай сиёсий шароитнинг мавжудлиги.

Биз Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришга асосий эътиборни қаратар эканмиз шу орқали учта муҳим масалани ечишни кўзда тутамиз.

Биринчи масала – яқин беш-ўн йил ичида ушбу соҳа ялпи ички маҳсулотнинг 50-60 фоизини ишлаб чиқаришга эришиш.

Иккинчи масала – бу соҳани ривожлантириш аҳолини иш билан таъминлаш ва унинг даромадлари ўсишининг энг муҳим манбаларидан бирига айланиши лозим.

Доимий диққат марказимизда туриш керак бўлган учинчи масала мамлакатимиздаги сиёсий-иқтисодий ва ижтимоий барқарорликнинг пойдевори бўлмиш кичик ва ўрта мулкдорлар синфини шакллантиришдан иборат (И.Каримов "Эришган марраларимизни мустаҳкамлаб, ислоҳотлар йўлидан изчил бориш – бош йўлимиз" Халқ сўзи 10 феврал 2004 йил).

2. Кичик бизнеснинг ташкилий-ҳуқуқий шакллари

2.1. Кичик бизнеснинг ташкилий-ҳуқуқий шакллари

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклларига: якка тадбиркорлик; тўла ўртоқлик (шериклик); ишонч асосида ўртоқлик (шериклик); маъсулияти чекланган жамият; қўшимча масъулиятли жамият; очиқ турдаги ҳиссадорлик жамияти; ёпиқ турдаги ҳиссадорлик жамияти; "Тобе" хўжалик жамияти; ишлаб чиқариш кооперативлари; ижтимоий-диний ташкилотлар; фондлар; ассоциация ва иттифоқлар киради.

Бизнес қоидаларини ишлаб чиқиш, назорат қилиш билан шуғулланувчи давлат муассасалари ва ундаги меҳнат жамоалари тадбиркорлик субъектлари бўла олмайди.

Қуйида келтирилган 1-жадвалда тадбиркорликнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклларига тавсифнома берилган.

Ҳозирги кунда тадбиркорликнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклларидан бири сифатида хусусий корхона эътироф этилмоқда.

Мулкдор ягона жисмоний шахс томонидан тузилган ва бошқариладиган тижоратчи ташкилот хусусий корхона деб аталади. Хусусий корхона тадбиркорлик субъектларининг ташкилий-ҳуқуқий шаклидир.

1-жадвал

Тадбиркорликнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклларига тавсифиома

№	Ташкилий-ҳуқуқий шакл	Таъсисчилар	Мулкни ташкил этиш манбалари	Мажбурият юзасидан жавобгарлик	Қўшимча маълумотлар
1	2	3	4	5	6
1	Якка тадбиркорлик	Республика фуқаролари	Шахсий ва давлат тасарруфидан хусусийлаштириш орқали сотиб олинган мулк	Барча тегишли мулк	Якка тадбиркор сифатида давлат рўйхатидан ўтиш
2	Тула ўртоқлик	Якка тадбиркорлар ёки тижорат-воситачилик корхоналари	Иштирокчилар жамғармаси	Қатнашчиларнинг ўз мулкларига нисбатан хоҳиший жавобгарлиги	Таъсис шартномаси асосида ташкил этилади. Қатнашчилар жамғармалари бир шахсдан иккинчи шахсга ёки учинчи шахсга қатнашчилар розилиги билан ўтиши мумкин
3	Ишонч асосида ўртоқлик	Тула ўртоқлар–якка тадбиркорлар ва тижорат корхоналари	Қатнашчилар жамғармалари	Тўла ўртоқлар – барча ўзининг мулк доирасида	Тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланмайдиган тўла ўртоқлардан ташкил топади. Таъсис шартномаси асосида ташкил этилади ва ҳаракат қилади. Шартнома тўла ўртоқлар розилиги билан имзоланади
4	Маъсулияти чекланган жамият	Фуқаролар ва юридик шахслар	Қатнашчилар жамғармаси	Жамият мажбуриятлари юзасидан жавоб бермайди. Ўз жамғармалари доирасида жавоб беради	Низом ва таъсис шартномаси асосида ташкил этилади ҳамда иш юритади
5	Қушимча масъулиятли жамият	Фуқаролар ва юридик шахслар	Қатнашчилар жамғармаси	Қатнашчиларни ўз жамғармасига нисбатан бирлашган субсидиялаган жавобгарлиги	Низом ва таъсис шартномаси асосида ташкил этилади ҳамда иш юритади.
6	Очиқ турдаги ҳиссадорлик жамияти	Фуқаролар ва юридик шахслар	Эркин савдо шаклида акциялар сотйилан олинган тушум	Барча акция эгалари ўз жамғармаси доирасида жавобгар	Низом асосида ҳаракат қилади. Қатнашчилар зарур ҳолатларда шериклар рухсатисиз акцияларини эркин сотишлари мумкин

1	2	3	4	5	6
7	Ёпиқ турдаги ҳиссадорлик жамияти	Фуқаролар ва юридик шахслар	Ўз акцияларини таъсисчилар орасида тарқатиш эвазига	Барча акциядорлар жамғармаси орасида	Низом асосида ҳаракат қилади. Қатнашчилар улуши бир томондан иккинчи томонга, қолган иштирокчилар розилиги билан ўтади
8	"Тобе" хўжалик жамияти	АО, МУЖ ва КМЖ. Шу жумладан, фуқаролар ва юридик шахслар	Қатнашчилар жамғармаси. Асосий қатнашчи жамғармаси 20%дан ортиқ бўлиши керак	Барча қатнашчилар ўз жамғармалари доирасида	Низом ва таъсис шартномаси асосида ҳаракат қилади
9	Ишлаб чиқариш кооперативлари	Фуқаролар ва юридик шахслар	Қатнашчилар жамғармаси	Кооперативлар ҳақидаги қонун ва кооператив низомида кўрсатилган тартиб ва миқдорда субсидияланган жавобгарлик	Низом асосида иш юритади
10	Ижтимоий ва диний ташкилотлар	Фуқаролар	Қатнашчилар аъзолик бадаллари	Қатнашчилар ташкилот мажбурияти юзасидан жавобгар эмас. Шу жумладан, ташкилот ҳам аъзолар мажбурияти юзасидан жавобгар ҳисобланмайди.	Тижорат корхонаси ҳисобланмайди. Низом асосида иш кўради.
11	Фондлар	Фуқаролар ва жисмоний шахслар	Қатнашчилар аъзолик бадаллари	Қатнашчилар ташкилот мажбурияти юзасидан жавобгар эмас. Шу жумладан, ташкилот ҳам аъзолар мажбурияти юзасидан жавобгар ҳисобланмайди	Тижорат корхонаси ҳисобланмайди. Низом асосида иш кўради
12	Иттифоқ ва ассоциация	Тижорат ва нотижорат ташкилотлар	Қатнашчилар жамғармаси	Ассоциация барча аъзолар мажбуриятига жавоб бермайди	Иттифоқ ва ассоциация аъзолари ўз мустақиллигини ва юридик шахс мақомини сақлаб қолади. Низом, таъсис шартномаси асосида ташкил этилади ва иш юритади

Хусусий корхона ўз мулкида алоҳида мол-мулкка эга бўлади, ўз номидан мулкий ва шахсий номулкий ҳуқуқларга эга бўлиши ҳамда уларни амалга ошириш, мажбуриятларини бажариш, судда даъвогар ва жавобгар бўлиши мумкин.

Хусусий корхона мажбуриятлари бўйича ўзига қарашли бутун мол-мулк билан жавоб беради.

Хусусий корхона мулкдори корхонанинг мол-мулки етарли бўлмаган тақдирда хусусий корхонанинг мажбуриятлари бўйича ўзига қарашли мол-мулк билан қонун ҳужжатларига мувофиқ субсидиар жавобгар бўлади ("Хусусий корхона тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни 2003 йил 11 декабр 558-II сон).

2.2. Кичик бизнесни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш

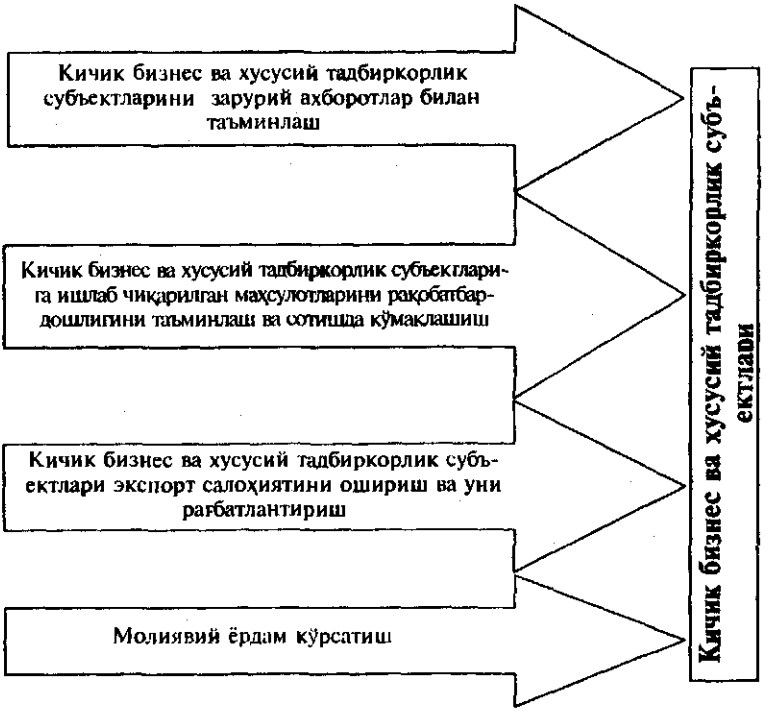
Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожланиши иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солишнинг муҳим объектларидан бири ҳисобланади. Шунинг учун кўпчилик мамлакатларда давлат иқтисодий сиёсатининг ажралмас қисми ҳисобланиб келган. Бунинг сабаби у муҳим макроиқтисодий функцияларни ҳал этилишига, жумладан, миллий иқтисодиётни таркибий қисмини такомиллаштириш; иқтисодий ўсиш суръатларини таъминлаш; ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш доирасини кенгайтириш бандликни таъминлаш; ҳалол рақобат муҳитини яратишга хизмат қилади.

Шу мақсадда ривожланган мамлакатлар бошқарув тизимида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватловчи ва ривожланишини таъминловчи махсус қўмиталар ташкил этилган. Масалан: АҚШ Конгрессида 1953 йил бизнес билан шуғулланувчи кичик бизнес ишлари бўйича маъмурият тузилган бўлиб, унинг ҳудудий қўмиталари (30-40 кишидан иборат бўлган) ҳар бир штатда ташкил этилган. Қўмитанинг бош мақсади мамлакатда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш ҳисобланган.

Шунингдек, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ҳуқуқий асосларини тартибга солувчи махсус қонунлар ҳам қабул қилган. Бунинг асосида 1970-1973 йилларда "Малое прекрасное" шиори юзага келган. Натижада йирик компаниялар майда корхоналарга ажрала бошлаган.

Англияда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни тартибга солишда маъмурий воситалардан кенг фойдаланилган. Корея Республикасида ҳам кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш борасида бир қатор қонунлар қабул қилинган бўлиб, унинг моҳияти уларни боқимандалик ҳолатларидан олиб чиқиш ва оёққа турғизиш ҳисобланган.

Францияда ҳукумат томонидан кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни асосий йўналишлари белгилаб берилган. У қуйидаги чизмада акс эттирилган (2-чизмага қаранг).



2-чизма. Францияда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш йўналишлари.

Японияда ҳар 10 та корхонанинг 9 таси кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналари ҳисобланиб, улар мамлакат иқтисодиёти юксалишида ўз ўрнига эга. Шу мақсадда асосий эътибор унинг ҳуқуқий асосини яратишга қаратилган бир қатор ҳужжатлар қабул қилинган. Бундай қарорлар жумласига: кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик муносабат бўйича сиёсат асослари, уларни модернизациялашга ёрдам кўрсатиш, кичик бизнес фаолиятига раҳбарлик қилиш тўғрисидаги ҳужжатларни киритиш мумкин.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш кўлами ҳар бир мамлакат иқтисодий-ижтимоий ва сиёсий аҳволи ҳолатидан келиб чиқади. Шунинг учун бу борада аниқ йўл ва кўрсатмалар мавжуд бўлмаса-да, мавжуд тажрибаларга таяниб қуйидаги йўналишларни тавсия этишимиз мумкин:

- давлат бюджети маблағлари эвазига қўллаб-қувватлаш;
- ҳар хил фондлар ва уюшмалар маблағлари ҳисобига;
- молия ва кредит тизимида турли имтиёзлар бериш орқали;
- ахборотлар билан доимий равишда таъминлаб бориш ва ҳоказо.

Бу борада мамлакатимизда ҳам бир қатор ижобий ишлар амалга оширилди. Жумладан, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожланишига бевосита кўмак берувчи, уни қўллаб-қувватловчи махсус қўмиталар ва кенгашлар:

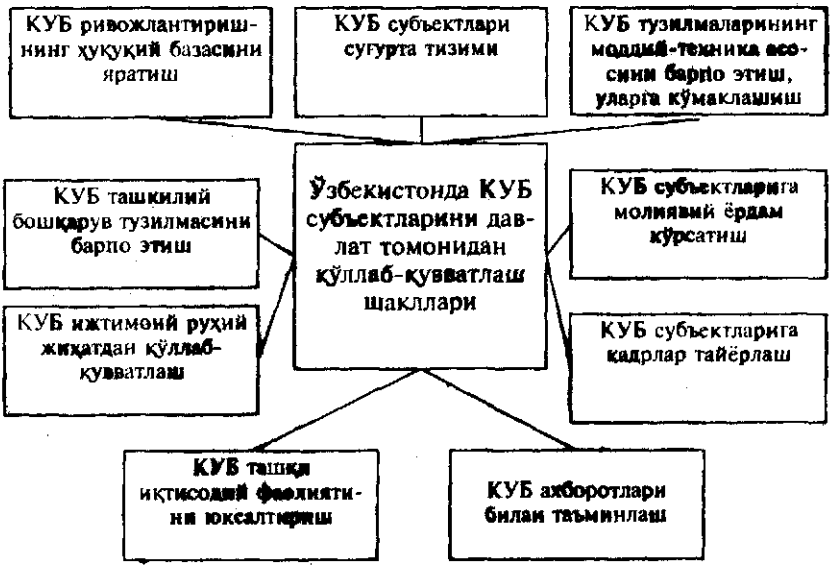
- Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги исло-ҳотлар ва инвестициялар бўйича идоралараро мувофиқлаш-тирувчи кенгаш;
- Олий Мажлиснинг Бюджет ва иқтисодий ислоҳотлар қўмитаси;
- Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш, рақобат ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш давлат қўмитаси каби махсус идоралар ташкил этилди.

Мамлакат миқёсида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш ҳамда рағбатлантириш дастурини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш бу идораларнинг асосий вазифаси ҳисобланади.

Маҳаллий органлар, ҳокимликлар ҳудудий хусусиятлардан келиб чиққан ҳолда, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва рағбатлантириш бўйича ўз дастурларини ишлаб чиқадилар ҳамда амалга оширадилар.

Мустақилликнинг биринчи куниданоқ республикада кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг ҳуқуқий асосини ташкил этишга киришилди. Бунинг асосида Олий Мажлис томонидан бир қатор - «Ўзбекистон Республикасидаги корхоналар тўғрисида»ги Қонун, Ўзбекистон Республикасида «Хусусий тадбиркорлик тўғрисида» Низом, Ўзбекистон Республикасининг «Кичик ва хусусий тадбиркорликнинг ривожланишини рағбатлантириш тўғрисида»ги Қонун қабул қилинди. Бундан ташқари, республика ҳудудида чет эл инвесторларини ҳам кенг фаолият кўрсатишига имкониятлар яратиб берилди.

Натижада республикада кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини давлат томонидан қўллаб-қувватлашни муайян шакллари яратилди (3-чизмага қаранг).



3-чизма. Ўзбекистонда КУБ субъектларини давлат томонидан қўллаб-қувватлаш шакллари.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳар йили келгуси йилнинг давлат бюджети лойиҳаларини Олий Мажлисда кўриб чиқиш ва тасдиқлаш учун тавсия этади. Муҳокама жараёнида кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш дастури лойиҳасини киритади ва ҳар йили давлат бюджетидан шу мақсадлар учун маблағлар ажратиш кўзда тутилади.

2.3. Кичик бизнесни ривожлантиришнинг ҳуқуқий асослари

Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 53-моддасига кўра, бозор муносабатларига қаратилган Ўзбекистон иқтисодиётининг негизини ҳар хил шаклларидаги мулк ташкил этади. Давлат истеъмолчилар ҳуқуқи устунлигини ҳисобга олиб, барча мулк шаклларининг тенг ҳуқуқлилиги ва ҳуқуқий жиҳатдан тенг муҳофаза этилишини кафолатлайди. Мулкдор фақат қонунда назарда тутилган ҳолларда ва тартибда мулкдан маҳрум этилиши мумкин.

Ўзбекистон Республикасининг тадбиркорлик тўғрисидаги қонунида тадбиркорликнинг иқтисодий-ҳуқуқий мустақиллиги ҳамда ушбу мустақилликни таъминлаш учун зарур бўлган кафолатлар тадбиркорларнинг ҳуқуқ ва масъулияти аниқ белгиланган. Ушбу қонунда тадбиркорлар ўртасидаги муносабатлар, уларнинг бошқа корхоналар ва ташкилотлар, давлат бошқарув идоралари билан муносабатларини тартибга солишга тааллуқли қоидалар ҳам ёритиб берилган.

Ушбу қонун воситасида фуқароларнинг тадбиркорлик фаолияти тартибга солинган тадбиркорликни ривожлантиришнинг ҳуқуқий кафолатлари белгилаб берилган.

Қонун мулкчилик ва хўжалик юритиш шаклларини эркин танлашга, бу шаклларнинг тенг ҳуқуқлилик асосида амал қилишига, ўзаро ҳамкорлик ва эркин рақобатбардошликни таъминлайдиган шароитларни яратилишига кўмаклашади.

Бундан ташқари, республикада мустақиллик йилларида қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг "Ер тўғрисида"ги, "Мулк тўғрисида"ги, "Банк ва банклар фаолияти тўғрисида"ги, "Корхоналар тўғрисида"ги, "Ўзбекистон Республикаси ташқи иқтисодий фаолияти тўғрисида"ги, "Кооперация тўғрисида"ги, "Ижара тўғрисида"-ги, "Монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида"ги, "Тадбир-корлик тўғрисида"ги, "Чет эл инвестициялари ва чет эл инвесторлари фаолиятлари кафолатлаш тўғрисида"ги, "Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида"ги, "Хусусий корхона тўғрисида"ги Қонунлари тадбиркорликни ривожлантиришнинг ҳуқуқий базасини ташкил этади.

Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш давлат дастури. Республикада кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни янада ривожлантириш ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлашнинг мақсади 1999 йилда "Ўзбекистон Республикасида кичик ва хусусий корхоналарни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш Давлат дастури" қабул қилинган. Бу дастурнинг муҳим бир томони шундаки, унда қишлоқ жойларда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилган.

Ушбу Давлат дастури иқтисодиётни эркинлаштириш тадбирлари тўпламини кўзда тутади, мамлакатда кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг асосий мақсадларини белгилаб беради.

Дастурнинг бош мақсади:

– Республика аҳолисининг барча табақаларини бозор шароитига кўниктириш, боқимандачилик, истеъмолчилик психологиясини бартараф қилиш, уларда тадбиркорлик, хусусий бизнес билан фаол шуғулланишга қизиқиш уйғотиш;

– тузилмавий ўзгаришлар натижасида юзага келаётган макроиқтисодий муаммоларни ҳал этиш, айниқса, қишлоқ жойлардан бандлик масалаларини ечишда актив иштирок этиш;

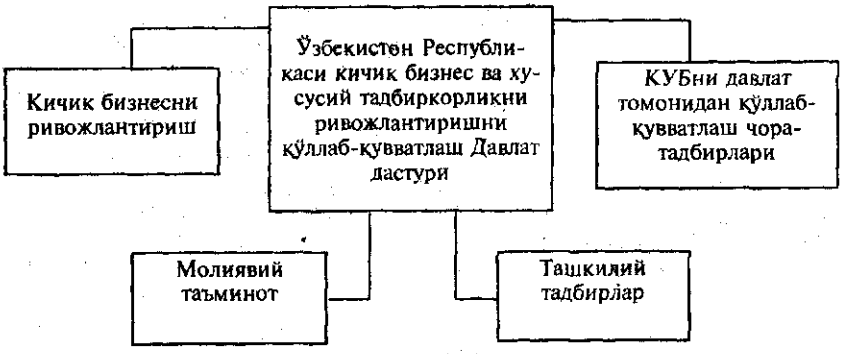
– қишлоқ жойларда тузилмани жадаллаштириш ва ҳалол рақобат учун қулай шароитлар яратиш;

– товар ва хизматлар ҳажмини орттириш, шу жумладан, банк, аудиторлик, консалтинг, воситачилик ва илмий изланишлар борасидаги хизмат кўрсатишни ривожлантириш;

– хўжалик юритишнинг илғор шаклларини жорий этиш ҳисобига ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш;

– ички ва ташқи бозор талабларини таъминлашда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари ролини янада ошириш.

Ўзбекистон Республикасида кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш Давлат дастури тузилиши қуйидаги чизмада берилган (4-чизмага қаранг):



4-чизма. Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш давлат дастури.

Давлат дастурининг асосий вазифалари:

– қишлоқда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни устувор ривожлантириш;

– қишлоқда бозор инфратузилмаларини ташкил этиш ва уни яратиш жараёнларини бошқариш, уни жаҳон иқтисодиёти талабларига мослаштириш, вилоятларда ички ва ташқи хўжалик алоқаларини мувофиқлаштирувчи ва ривожлантиришга даъват этилган тадбиркорлик департаментларини ташкил этиш;

– кредитлар, шу жумладан, имтиёзли кредитлар бериш асосида устувор лойиҳаларни маблағлар билан таъминлаш, ахборот-маслаҳат хизматларини, суғурта тизими ва унинг ҳудудий агентликларини ташкил этишдан иборат.

Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб қувватлаш давлат дастурини муваффақиятли амалга оширишни таъминлдаш мақсадида "Бозор ислоҳотларини чуқурлаштириш ва иқтисодиётни янада эркинлаштириш соҳасидаги устивор йўналишлар амалга оширилишини жадаллаштириш чора тадбирлари тўғрисида", "Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида", "Микрофирмалар ва кичик корхоналарни ривожлантиришни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида" Ўзбекистон Республикаси Президенти фармонлари, "Тадбиркорлик субъектлари томонидан тақдим этиладиган ҳисобот тизимини такомиллаштириш ва уни ноқонуний талаб этганлик учун жавобгарликни кучайтириш тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори қабул қилинади.

Ушбу фармонлар ва қарорлар республикада кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни янада юқори суръатлар билан ривожланишини таъминлаб қолмай балки Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик Палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисида баён этган 2007 йилга бориб кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ялпи ички маҳсулотдаги улушини 45 га етказамиз деган сўзининг исботи ҳам бўлади.

2.4. Кичик бизнесни бошқариш шакллари

Ходимларни бошқариш тизими ўз ичига фақатгина кадрлар танлашни эмас, балки корхонани бошқариш модулини танлашни ҳам олади. Бошқарув содда, мосланувчан, самарадорлик ва рақобатбардошликни таъминлайдиган бўлиши керак. Мутахассислар фикрича, бошқарув тизими қуйидагича бўлиши мақсадга мувофиқдир:

– ўта йирик бўлимлар, малакали мутахассислар билан таъминланган;

– бошқарув даражасининг кам босқичлилиги;

– тизимни мутахассислар гуруҳига асосланганлиги;

– корхона иш тартиби ва графигини истеъмолчиларга қаратилганлиги.

Гарчан идеал бошқарув шакли мавжуд бўлса-да, ҳар қандай тадбиркорлик фаолиятида ўзига хос бошқарув шаклини (модул) танлаш муҳимдир. Бошқарув шаклини яратишда корхонанинг ишлаб чиқариш ҳажми, инвестиция, маҳсулот тури ва у ҳаракат қилаётган муҳитнинг ҳолати ҳисобга олиниши керак.

Бошқарувни қуйидаги ташкилий шакллари мавжуд:

Чизиқли тузилиши – бу ерда ишлаб чиқариш ва сотиш аниқ чегараланган. Бир бўлим ишлаб чиқариш билан, иккинчи бир бўлим сотиш билан шуғулланади.

Чизиқли штаб тузилиши – бунда ҳар бир чизиқли раҳбарда махсус ихтисослашган штаблар ташкил этилади. Бу раҳбарга юзага келган муаммоларни ўрганиш ва ҳал этишда ёрдам беради.

Функционал тизим – бу ишлаб чиқаришни тез ўсиш суръатлари ва мураккаб ишлаб чиқариш шароитида қўлланилади. Бу ерда қарорлар қабул қилишда ходимлар ажратилади, жавобгарлик эса бўлим раҳбарлари зиммасига юклатилади.

Девизионал тизим – маҳсулотлар, бозорлар ёки истеъмолчиларга хизмат қилаётган гуруҳларга қаратилган. Ҳар бир марказ деб юритилувчи (фойда маркази, сотиш маркази, сармоя маркази) ишлаб чиқаришда, сотишда, режалаштиришда илмий текшириш ва бошқа жойларда бўлимларига эга. Маъмурият тасарруфида фақат фирма умумий фаолияти билан шуғулланувчи бўлимлар қолади холос.

Матрицали тизим – бу тизим ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг "ҳаётийлиги" қисқа муддат бўлган корхоналар учун хос ва улар гуруҳда ўзгариб туради. Улар қошида вақтинча мутахассислар гуруҳи шакллантирилади, уларга функционал бўлимларнинг зарурий манбалари ва ходимлари бириктирилади.

Янгиликка интилган тизим – бу бошқарувнинг янги шакли (схемаси) ҳисобланади. Бу тизимнинг моҳияти шундан иборатки, юқори фойдали маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш жорий ишлаб чиқариш гуруҳига бириктирилган бўлади. Янги турдаги маҳсулот ишлаб чиқариш, янги технологияни яратиш изланувчан гуруҳга бириктирилади. Изланувчан гуруҳ ўз тажриба участкасига эга бўлиб, янги маҳсулотларни бозорда синовдан ўтказадилар.

Йирик корхоналар ичида "таваккалчилик" фирмасини шакллантириш ҳам мумкин.

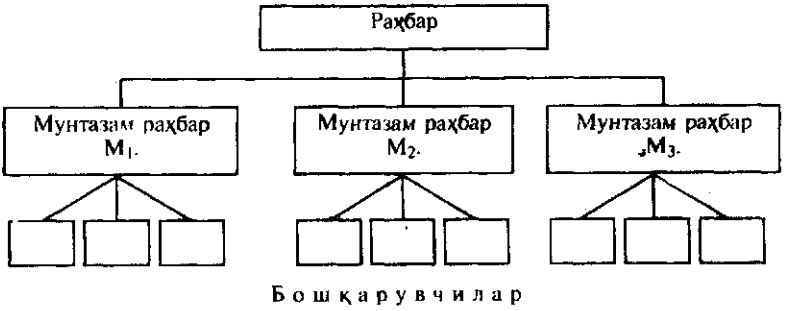
Буларга янги маҳсулотларни яратиш, ишлаб чиқиш, сотиш билан боғлиқ бўлган барча ҳуқуқ ва имкониятлар берилади. Ишни бошлашдан тортиб то тугаллангунгача бўлган даврга жавобгарлик юклатилади.

Кўп томонлама тизим – бир вақтнинг ўзида ҳар хил шакллардан фойдаланишдир.

Бундан кўриниб турибдики, бошқарув тизими кўпдир. Ҳар бир бизнес учун қулай шаклни танлаб олиш мумкин. Аммо ҳар қандай шаклда раҳбарнинг бош вазифаси корхонани зарурий манбалар билан таъминлаш, ходимларни белгиланган мақсадга эришишда ишларини тартибга солишдир.

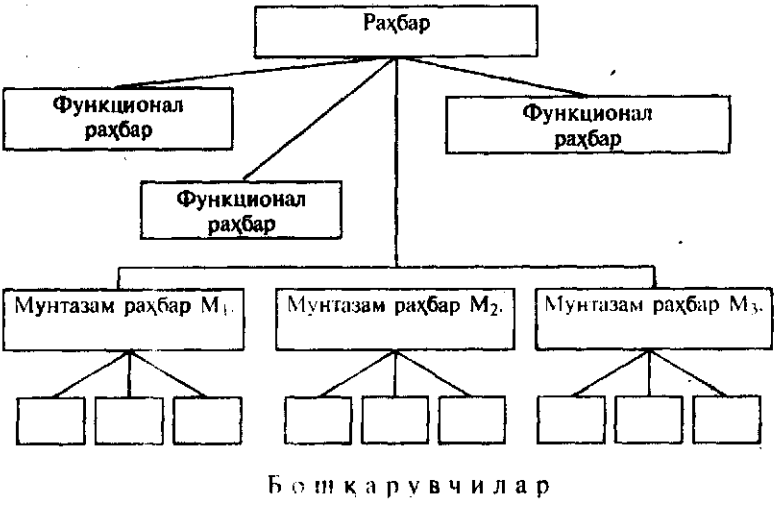
Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда бошқарув идоралари орасидаги муносабатларнинг турига қараб бошқарув тизими учта асосий турга: мунтазам, функционал ва аралаш тизимларга бўлинади.

Мунтазам бошқарув тизими – бу кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқаришнинг энг содда тизими бўлиб, унда ҳар бир раҳбар ўзига ишониб топширилган бўлинма фаолиятини яккабошчилик асосида бошқаради ва зарурий қарорларни мустақил равишда қабул қилади (5-чизма).



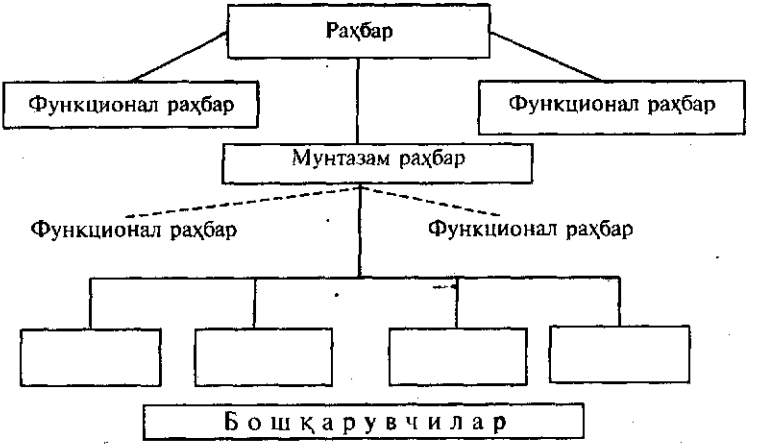
5-чизма. Мунтазам бошқарув тизими.

Функционал бошқарув тизими – раҳбарларни ва тизим бўлинмаларини ҳар хил вазифаларга ва аниқ бўлинмаларда бошқарув фаолиятини ихтисослаштиришга қаратилган бўлиб, ҳар бир бошқарув бўғинига муайян масалалар бириктириб қўйилади (6-чизма).



6-чизма. Функционал бошқарув тизими.

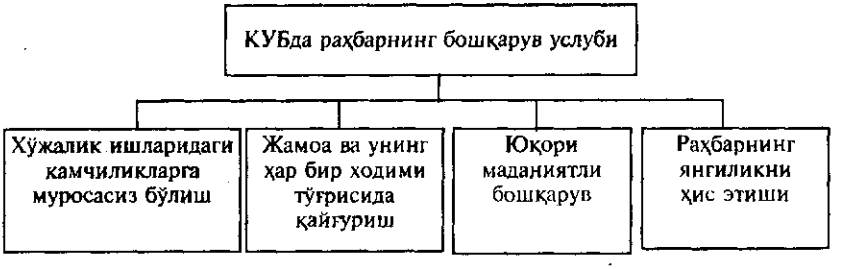
Аралаш усулда бошқарув тизими мунтазам бошқарув тузилиши ҳисобланади. Бошқарувни мунтазам турида ишлайдиган раҳбарларга малакали ёрдам кўрсатиш учун функционал ва идоравий ташкилотлар ташкил этилади ва бу ташкилотларнинг вазифаси бошқарув қарорларини тайёрлаш ва раҳбарларга малакали ёрдам кўрсатишдан иборат (7-чизма).



7-чизма. Аралаш бошқарув тизими.

Раҳбарнинг бошқарув услуби – бу бошқарув жараёнида келиб чиқадиган муаммоларни ҳал қилиш усуллари, йўллари мажмуи асосидир.

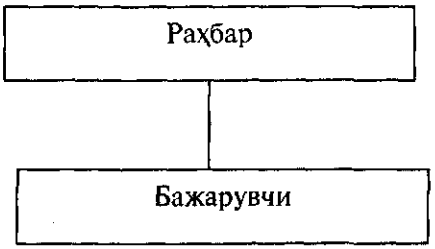
Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда раҳбарликнинг қуйидаги бошқарув усулларидан фойдаланилади (8-чизма).



8-чизма. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда раҳбарнинг бошқарув услуби.

Кичик бизнесни бошқаришни бир неча поғоналари мавжуд. Уларга икки поғонали, уч поғонали ва кўп поғоналини мисол қилиб олишимиз мумкин. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркор-

ликни бошқаришни жаҳон амалиётида тан олинган ва энг самаралиси икки поғонали усул ҳисобланади (9-чизма).



9-чизма. Икки поғонали бошқариш тузилиши.

Бу усулнинг самараси унинг оддийлигида, бажарувчи ва раҳбар ўртасидаги муносабатларни тўғридан-тўғри боғланганлигидадир. Бу ерда юқори назорат самарасига эришилади. Поғоналар ортиб борган сари бошқарув самараси камайиб боради.

3. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ АСОСЛАРИ

3.1. Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишнинг зарурияти, моҳияти ва вазифалари

Хусусий тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш қонунда белгиланган тартибда амалга оширилади.

Тадбиркорлик фаолияти субъектларини давлат рўйхатидан ўтказиш тегишли давлат органи томонидан қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ва муддатларда амалга оширилади. Якка тартибдаги тадбиркорлик давлат рўйхатидан ўтказиш жисмоний шахс ариза берган пайтдан бошлаб уч кунлик муддатдан кечикмай амалга оширилиши лозим. Жисмоний шахс рўйхатдан ўтказилганлик йиғимини тўлаганлиги тўғрисидаги ҳужжатни тақдим этганидан сўнг унга аризада кўрсатилган муддатда якка тартибдаги тадбиркор давлат рўйхатидан ўтказилганлиги тўғрисидаги гувоҳнома берилади. Рўйхатдан ўтказилганлик йиғими банк муассасалари ёки аҳолидан тўловларни қабул қилувчи бошқа кредит ташкилотлари орқали тўланади.

Рўйхатдан ўтказилганлик йиғими ставкасининг энг юқори миқдори Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади.

Рўйхатдан ўтказилганлик йиғими миқдорлари ва уни тўлаш бўйича имтиёзлар бериш маҳаллий давлат ҳокимият органлари томонидан белгиланади.

Давлат рўйхатидан ўтказиш рад этилган тақдирда, бундай қарорни қабул қилган орган жисмоний шахсни бу ҳақда уч кун ичида ёзма шаклда хабардор қилиши шарт.

Якка тартибдаги тадбиркор давлат рўйхатидан ўтказилгандан кейин қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда солиқ органларида ҳисобга туриши шарт. Рўйхатдан ўтганлик тўғрисидаги гувоҳноманинг нусхаси ҳисобга қўйиш учун асосдир.

Рўйхатдан ўтказувчи органлар ариза берувчига тадбиркорлик фаолияти субъекти тариқасида давлат рўйхатидан ўтказилиш уни ташкил этиш мақсадга мувофиқ эмас деган важ билан рад этишга ёки қонун ҳужжатларида назарда тутилмаган қўшимча талабларни белгилашга ҳақли эмас.

Ариза берувчини тадбиркорлик фаолияти субъекти тариқасида давлат рўйхатидан ўтказишни рад этганлик, шунингдек, рўйхатдан ўтказиш муддатларини бузганлик устидан судга шикоят қилиши мумкин. Рўйхатдан ўтказувчи органнинг қарори, шунингдек, мазкур орган мансабдор шахсларининг ҳаракатлари (ҳаракатсизлиги) суд томонидан қонунга хилоф деб топилган тақдирда улар ариза берувчига рўйхатдан ўтказишни рад этганлик ёки рўйхатдан ўтказиш муддатини бузганлик туфайли етказилган зарарни ўрнини қоплайдилар ва маънавий зарар учун товон тўлайдилар.

Навбатда қўшма тадбиркорликни ташкил этиш масалалари билан атрофлича танишамиз.

Тадбиркорликнинг ташкилий ҳуқуқий шаклларидан бири қўшма корхона ҳисобланади. Қўшма корхоналарнинг юзага келиши – бу, кўп укладли иқтисодиётни шаклланишининг бир усулидир. У хўжалик юритишнинг янги усулларини жорий этади ва такрор ишлаб чиқаришни байналминаллашувини таъминлайди.

Қўшма корхоналар хўжалик фаолиятига янги фазилатларни олиб киради. Корхона ва ташкилотларнинг чет эллик шериклар билан алоқасини юксалтиради Ўзбекистон ҳудудида чет эл тадбиркорларига шароит яратади мамлакат ҳудудида ва ташқарида шу жумладан чет эл инвеститциясини жалб этади.

Қўшма корхоналар аралаш мулкчиликнинг кўриниши ҳисобланади, бунда давлат, жамоа ва хусусий мулк умумлашган. Корхонанинг ўзи бир неча давлатларнинг таъсисчилари *шартномалари асосида шаклланади*. Бу ерда таъсисчилар давлат корхоналари ва ташкилотлари, жамоа хўжаликлари, ҳиссадорлик жамиятлари ва жамоат ташкилотлари бўлиши мумкин. Бундан ташқари, айрим фуқаролар (жисмоний шахслар) ҳам таъсисчи бўлиш ҳуқуқига эгадирлар.

Ҳозирда машина ва қурилмалар учун чет элларда кредит олиш амалиёти бизнинг Республикамиз иқтисодиётини нохуш ҳолатдан олиб чиқишга имкон бера олмади. Катта миқдорда пул бўлишига қарамасдан, ишлаб чиқаришни ривожлантириш саноат молларини сотиб олиш тобора қийинлашиб бормоқда.

Бу эса, иқтисодиётни тубдан қайта қуриш, мамлакатларни халқаро савдо оборотига иложи борича тез кириб боришини талаб этади. Шу вақтга қадар халқаро савдо товар алмашуви ва истеъмол товарлари учун кредитлар олиш тартибида кенг қўлланилиб келган. Жаҳон иқтисодиёти амалиёти тасдиқлайдики, самарали гарчан мураккаб усул бўлса-да, унумли капиталли импорт қилиш, яъни тўғридан-тўғри инвестиция тариқасида. Бунда импорт қилувчи мамлакатга ҳеч қандай фоиз тўланмайди, бундан ташқари чет эл инвесторларидан солиқ (аренда ва бошқа тўловлар) кўринишида даромад олади. Бунинг яна асосийси, ўша чет элда ўз корхонаси ташкил эттилаётган корхона барча ишлаб чиқариш жараёнини ўзи яратади, маҳсулот ишлаб чиқаришдан тортиб то сотишга қадар бўлган. Давлатни ривожлантиришни жадаллаштиради. Бундай иқтисодий алоқалар учта асосий йўналишда амалга оширилади:

– тўлов валюта балансини турғунлаштириш ва мамлакат валюта ҳолатини нормаллаштириш.

– Истеъмол товарлари бозорини турғунлаштириш ва ишлаб чиқариш самарасини амалга ошириш.

Бундан ташқари, бозор инфраструктурасини шаклланти-ришда техник консультатив ва молиявий ҳамкорликнинг зарурлиги. Мулк шаклидан қатъи назар барча қатнашчиларга инвестиция лойиҳасини тўлиғича ёки қисман молиялаштириш таклиф этилади. Шароитдан келиб чиқиб, маблағ давлат ёки бошқа секторларга қайта тақсимланади.

Қўшма корхоналарнинг аҳамиятли томони – олинган фойдани тақсимлаш, сарфни қоплаш, корхона фаолиятини

доимий равишда такомиллаштириб бориш узоқ муддатга алоқадор ҳисобланади.

Бизнинг республикамизда кичик тадбиркорликнинг амалга оширилиши бир қатор қийинчиликлар билан боғлиқ бўлиб у пулнинг конвертациясидир. Ғарб фирмаларини ўз олган даромадларини конвертация қилиш ҳаракатлари кўп вақт ҳар хил тўсиқларга учрайди, чунки уларнинг ишлаб чиқарилган маҳсулотлари асосан ички бозорга мўлжалланган, уни чет эл пулларида сотилиши мумкин эмас.

Ҳозирги кунда чет эл инвестицияларини жалб этиш тўғрисидаги қонунга асосан инвестиция қуйидаги кўринишида жалб этилмоқда:

– корхоналарни ҳиссаси бўйича иштирок этиш.

– мулк, акция ва бошқа қимматбаҳо қоғозларни сотиб олиши.

– Маҳаллий фуқаролар билан биргаликда ёки мустақил ерларни сотиб олиш ва бошқалар.

Шуни ҳам билиш керакки, чет эл инвесторлари кичик корхоналарнинг барча формаларини ташкил этишда иштирок этиши мумкин. Шу жумладан 100% чет эл капитали асосида чет эл инвестициялари республикамиз ҳудудида тўлиғича ҳимоя қилинади, уларнинг тартиби бизнинг корхоналар тартибига мос келиши ва қулай бўлиши шарт.

Низом фонди ва ташкилотчилар капитали қатнашувчилар жамғармаси асосида ташкил этилади. Низом фонди корхона ишлаб чиқариш қувватидан келиб чиқади. Фойда қўшган ҳиссасига мос равишда тақсимланади. Низом фонди ер участкаси, иморат, иншоот, ҳар хил коммуникациялар, табиий манбалар каби материал кўринишида бўлиши мумкин. Низом фоидининг қиймати – бу асосий ва айланма капитали ҳисобланади.

Чет эл сармояларининг низом фондидаги ҳиссаси чет эл валютасида жаҳон бозори баҳолари асосида маҳаллий қатнашчининг низом фонди келишув асосида бўлиши мумкин. Чет эллик қатнашчининг низом фонди давлат банкининг тижорат курси бўйича шартнома имзоланаётган даврга ҳисоб-ланади.

Олдиндан олиб борилган музокаралар ва таклифларнинг асосий позициялари аниқланади ва шартномаларда расмийлаштирилади. Шуни ҳам унутмаслик керакки, кичик корхоналар ташкил этишнинг асосий ҳужжати ҳисобланмайди. Бу олдинда олиб борилган музокаралар у босқичда бўлғуси жабҳада келишиб олинади.

Қўшма корхона ташкил этилганини тасдиқловчи ҳужжат маҳаллий ҳокимият қарори ва Ўзбекистон Республикаси Адлия Вазирлиги томонидан рўйхатдан ўтиш ҳисобланади. Рўйхатдан ўтган кундан бошлаб юридик характерга эга бўлади.

Қўшма корхоналар ташкил этишнинг муваффаққияти уларни қизиқувчан ҳамкор топишига боғлиқ. Бу ерда кўп нарса банкка боғлиқ бўлади, у ҳамкорликнинг имкониятлари ҳақида маълумот беради.

3.2. Таъсисчилар ва уларнинг манфаатлари

Таъсисчилар манфаатлари – бу қўшма тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланаётган томонлар орасидаги мажбуриятлардир.

Ўзбекистон томони манфаатлари:

– ўз улушига яраша фойда олиш, бу келгусида мустақил равишда корхона фондига йўналтирилади;

– илғор техника ва технологиядан фойдаланиш имкониятига эга бўлиш, ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва бошқаришнинг янги шаклларига ўтиш;

– маркетинг хизматини яхшилаш, маҳсулотни сотиш ва реклама қилиш имкониятларини янада кенгайтириш;

– бозор талабини сифатли маҳсулотлар ва хизматлар билан таъминлаш.

Чет эл таъсисчилари манфаатлари:

– маълум бир меҳнат интизомига эга бўлган арзон ишчи кучига эга бўлиш, эвазига ўз технологиясидан самарали фойдаланишга эришиш;

– чет элларга капитал чиқариш эвазига юқори фойда олиш;

– маҳсулотлар сотиб бозорини маълум бир миқдорга кенгайтириш.

1-илова

"Алишер Навоий Интернешнл" ёпиқ турдаги акциядорлик жамияти шаклидаги Ўзбек-Америка қўшма корхонаси таъсисчилари:

1. Марказий Осиё-Америка тадбиркорликни қўллаб қувватлаш жамғармаси.

Президент: Ричард Бернсшрот.

Вице-президент: Патрик Дики.

2. Очиқ турдаги "Алишер Навоий" ҳиссадорлик жамияти:

Раис: Ҳайитбой Абдулҳакимов.

Бош муҳандис: Ғиёс Худойбердиев.

3. Акциядор: Муҳаммад Иқбол.

"Алишер Навоий Интернешнл" ёпиқ турдаги акциядорлик жамияти шаклидаги Ўзбек-Америка қўшма корхонаси низом фонди.

Низом фонди: 6756750 АҚШ долл.: 345945600 сўм.

Акциялар сони: 10000 та.

Бир акциянинг номинал қиймати: 34594,56 сўм.

2-илова

"Алишер Навоий Интернешнл" ёпиқ турдаги акциядорлик жамияти шаклидаги Ўзбек-Америка қўшма корхонаси жойлаштирилган акциялар

№	Таъсисчилар	Акциялар сони	Қиймати		Улуши, %
			сўм	долл	
1	Марказий Осиё-Америка тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш жамғармаси	5550	192000000	3750000	55,5
2	Очиқ турдаги "Алишер Навоий" ҳиссадорлик жамияти	4440	153600000	3000000	44,4
3	Муҳаммад Иқбол	100	345600	6750	0,1

3.3. Таъсис шартномаси

Қўшма корхоналарнинг стратегияси иқтисодий ва техник соҳаларда кўзланган бош мақсадга эришишдир. Қўшма корхоналарнинг асосий мақсади кенг қамровли бўлиб, у шахсий хўжалик фаолиятининг хусусияти ва йўналишидан келиб чиқади.

Уларга:

1. Мураккаб ва чуқур фундаментал изланишлар талаб қиладиган тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш.

2. Четга маҳсулот сотишни кучайтириш, жаҳон бозорида ўз ўрнига эга бўлиш.

3. Валюта кўринишида даромад олиш.

4. Ёлланган капиталга нисбатан кам фоиз белгиланган сармояга эга бўлиш.

Қўшма корхоналар фаолияти доираси кенг ҳисобланиб, у тадбиркорликнинг барча фаолият турларига хосдир, яъни ишлаб чиқариш соҳасида, хизмат кўрсатиш соҳасида, савдо-воситачилик соҳасида, молия бозорида ва ҳоказо.

Қўшма корхоналар ташкил этилиши натижасида ишлаб чиқаришда машина ва қурилмалар алмашуви ортади, маҳсулотни рақобатбардошлиги бош мезонга айланади.

Қўшма корхоналарнинг ташкил этилиши бир қанча афзалликларга эга бўлишига олиб келади.

Улар:

– капитал маблағни жалб этишга нақд пулга бўлган эҳтиёжни унча катта эмаслиги;

– чет эл инвестициясидан фойдаланиш эвазига даромад олишда иштирок этиш;

– жаҳон бозорини ўрганиш, тажриба орттириш ва улардан келгусидаги ҳамкорликда кенг фойдаланиш;

– маҳсулот ишлаб чиқариш харажатларини камайтириш;

– мажбурий бошқариш, сотиш харажатларини иқтисод қилиш.

Юқоридагилар орасида охирги икки омил кичик корхоналар самарадорлиги ортишига алоҳида таъсир этади.

Қўшма корхоналарнинг асосий ташкилий шаклларига қуйидагилар киради:

– Маъсулияти чекланган компания.

– Ҳиссадорлик жамиятлари.

– Шартнома асосида қўшма тадбиркорлик.

Юқоридаги корхоналар кўринишларидан қайси бирини танланиши қўшма фаолият ташкил этилаётган давлат қонунларидан келиб чиқади.

Маъсулияти чекланган корхоналар жаҳоннинг бир қатор мамлакатлари – Англия, Австрия давлатларига хос бўлиб, ҳар икки томон ҳам корхонани бошқаришда иштирок этади. Корхонанинг низом фондидаги улушига қараб молиявий шартларни бажаради.

Ҳиссадорлик жамиятларининг асосий кўриниши корпорация ҳисобланади. Ҳиссадорлик жамиятлари Ғарбий Европа ва АҚШга хосдир.

Ҳозирги замон амалиётида халқаро кичик корхоналарнинг энг кўп тарқалган шакли қўшма ҳиссадорлик жамиятлари ҳисобланади. Мулк шаклининг ушбу кўринишида ҳамкорлар ҳаракат қилаётган корхоналар акцияларини сотиб олади ёки янги компанияни рўйхатда ўтказиб ўз акцияларини чиқаради.

3-илова

"Алишер Навоий Интернешнл" ёпиқ турдаги акциядорлик жамияти шаклидаги Ўзбек-Америка қўшма корхонасини ташкил этиш тўғрисидаги таъсис шартномаси мазмуни

Моддалар номи	Моддалар мазмуни
Таъсисчилар ҳақида қисқача маълумотлар	
1	2
1-модда. Жамиятнинг барпо этилиши	1.1. Ҳужжатлар ва рўйхатдан ўтиш 1.2. Асл шаклдаги бадалларни баҳолаш 1.3. Давлат таъсисчилари бадаллари
2-модда. Низом жамғармаси ва жойлаштирилган акциялар	2.1. Миқдор 2.2. Тўлов миқдори ва тартиби жойлаштирилган акциялар
3-модда. Таъсисчиларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари	3.1. Ҳуқуқлари 3.2. Вазифалари
4-модда. Бошқа масалалар	4.1. Баҳс-мунозараларни ҳал этиш 4.2. Кучга кириш 4.3. Тўлдирма ёки ўзгартмалар 4.4. Тўғри келмаслик

3.4. Корхона Низоми ва унинг мазмуни

Низом (устав) тадбиркорлик фаолиятини юритишнинг асосий ҳужжати ҳисобланади. Қўшма корхоналар низоми таъсисчилар томонидан тузиб чиқилади ва Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги томонидан тасдиқланади.

Қўшма корхоналар низоми ўзида қуйидагиларни акс эттиради.

- қўшма корхона фаолияти мақсадини;
- ташкил этадиган жойи;
- Низом капитали миқдори ва ташкил этиш тартиби;
- Бошқарув органи таркиби ва тузилиши;
- Қарорлар қабул қилиш тартиби;
- бир овоздан қабул қилишни талаб этувчи саволлар;
- қўшма корхонани тугатиш тартиби.

Бундан ташқари, республика қонунлари доирасидаги (қарши келмайдиган) ҳолатлар ҳам киритилади.

Қўшма корхона фаолияти муддати таъсисчилар келишуви асосида ёки унинг низомига кўра белгиланади.

4-илова

"Алишер Навоий Интернешнл" ёпиқ турдаги акциядорлик жамияти шаклидаги Ўзбек-Америка қўшма корхонасининг Низомн мазмуни

№	Низом моддалари	Моддалар мазмуни
1	2	3
1	1-модда	Таърифлар, сарлавҳалар
2	2-модда	Таъсисчилар, жамиятнинг номи, жамиятнинг манзили
3	3-модда	Юридик мақоми
4	4-модда	Фаолият мақсадлари, хўжалик фаолиятлари
5	5-модда	Жамият акциялари, низом фонди
6	6-модда	Акциядорлар реестри
7	7-модда	Фойданинг тақсимланиши
8	8-модда	Акциядорларнинг ҳуқуқлари ва вазифалари
9	9-модда	Бошқарувчи органлар
10	10-модда	Акциядорларнинг умумий йиғилиши
11	11-модда	Кузатув кенгаши
12	12-модда	Бошқарув: ходимлар
13	13-модда	Тафтиш комиссияси: мустақил аудит
14	14-модда	Бухгалтерия ҳисоби, ҳисобот, назорат
15	15-модда	Қайта ташкил этиш: тугатиш
16	16-модда	Умумий қоидалар

Изоҳ: Низомда юқоридаги ҳар бир модда мазмунига кўра, алоҳида гуруҳларга ажратилиб ёритилади.

3.5. Кичик корхоналарни рўйхатдан ўтказиш ва фаолият юритиш тартиби

Қўшма корхонани рўйхатдан ўтказиш Республика Адлия вазирлиги, Молия вазирлиги қошидаги давлат даромадлари бошқармаси томонидан ўтказилади. Бунинг учун қуйидагилар керак бўлади:

Давлат даромадлар бошқармасига ариза бериш. Ўзбекистонлик таъсисчи томонидан ариза ёзма берилади. Шу билан бир қаторда қуйида таъкидланган ҳужжатлар илова қилинади.

Қўшма корхона ташкил этаётган вазирлик ёки Вазирлар Маҳкамаси қарори нусхаси.

Таъсис шартномасини нотариал идоралар томонидан тасдиқланган нусхаси. Низом. Агар қўшма корхона филиали ташкил қилинаётган бўлса, филиал ҳақидаги низом ҳам тақдим этилади.

Ариза билан биргаликда кўрсатилган ҳужжатлар давлат даромадлар бошқармасига топширилади.

Давлат даромадлар бошқармаси талабига кўра, таъсисчилар ҳақида, молиялаштирувчи банк ҳақида маълумотномалар тақдим этилиши мумкин.

Чет эллик инвесторлар Ўзбекистон Республикаси ҳудудида чет эл инвестициялари иштирокида корхоналар ташкил этишлари ҳамда Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари билан ўзларига берилган барча ҳуқуқлар, кафолатлар ва имтиёзлардан фойдаланишлари мумкин. Ўзбекистон ҳудудида чет эл инвестициялари иштирокидаги корхоналар дейилганда, акцияларнинг (улушлари, пайларининг) икки низом жамғармаларининг камида 30% қисмини чет эл инвестициялари ташкил этадиган корхоналар тушунилади.

Одатда, қўшма корхона ташкил этишни рад этиб бўлмайди. Агар топширилган ҳужжатларда республика қонунларига зид ҳолатлар бўлса, рад этилиши мумкин.

3.6. Қўшма корхоналарнинг тугатилиши

Қўшма корхоналар тугатилиши "Ўзбекистон Республикасида хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналар ташкил этиш, давлат рўйхатидан ўтказиш ва тугатиш тартиби тўғрисида" Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1997 йил 2 июл 336-сонли қарорига асосан амалга оширилади.

Қуйидаги ҳолатларда кичик корхона фаолияти тўхтатилади:

1. Низомда қайд этилган фаолият қўпол равишда бузилганда.

2. Корхона рўйхатдан ўтказилган вақтдан бошлаб 1 йил мобайнида ўз фаолиятини юритмаганда.

Бу ҳолатда рўйхатдан ўтказувчи орган томонидан расмий равишда огоҳлантириш юборилади. Сўнгги бир ой муддат ичида огоҳлантиришда кўрсатилган ҳолда узулишлар бартараф этилмаса, хўжалик судига мурожаат этилади ва хўжалик суди қарори билан давлат рўйхатидан чиқарилади.

Қўшма корхона тугатилишида рўйхатдан ўтказувчи органга қуйидаги ҳужжатлар топширилади:

– Кичик корхона давлат рўйхатидан чиқариш тўғрисидаги ариза.

– Хорижий инвестициялар иштирокидаги корхона юқори органининг корхонани тугатиш тўғрисидаги қарори.

– Хорижий инвестиция иштирокида корхона тугатилганлиги матбуотда эълон берилганлигини тасдиқловчи ҳужжат.

– Банк ҳисоб-китоб ҳужжатлари, шу жумладан, валюта ҳисоблари ёпилганлигини тасдиқловчи ҳужжат.

– Хорижий инвестициялар иштирокидаги тугатилган корхона муҳрлари ва штамплари йўқ қилинганлиги ҳақида Ўзбекистон Республикаси ички ишлар вазирлиги органларининг маълумоти.

– Корхона юқори орган томонидан тасдиқланганда тугатиш баланси.

– Солиқ органларининг солиқ ва бошқа мажбурий тўловлар бўйича қарзлар йўқлиги ҳақидаги тугатиш балансини текшириш юзасидан маълумотнома.

Кичик корхоналарни тугатиш жараёнида бошқарув ҳайъати томонидан тугатиш комиссияси тузилади. Комиссия таркибини шакллантиришда таъсисчилардан тенг миқдорда вакиллар бўлади.

Тугатиш комиссияси бошқарув ҳайъатига тузилган тугатиш балансини топширади. Тугатиш балансига кичик корхонанинг барча капитали қиймати киритилади, амортизация ажратмаси чегириб ташланган ҳолатда. Қолган капитал таъсисчиларнинг улушига қараб мос равишда тақсимланади.

Муассасалардан бири мулкчиликнинг давлат шаклидаги корхона ёки давлат мулки улуши қўшилган корхона ҳисобланган хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналар учун тугатиш баланси Ўзбекистон Республикаси Давлат мулк қўмитаси ёки унинг ҳудудий бўлимлари билан келишилган бўлишлари керак.

Қўшма корхона корхоналарнинг давлат реестридан чиқарилган вақтдан бошлаб тугатилган ҳисобланади.

Рўйхатдан чиқарилгандан сўнг Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги бир ҳафта муддатда Ўзбекистон Республикаси Макроиқтисодиёт ва Статистика вазирлигининг Давлат статистика департаментига, Давлат Солиқ қўмитасига ва Ташқи иқтисодий алоқалар агентлигига бу ҳақда маълум қилиши керак.

4. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИ ЮРИТИШ

4.1. Тадбиркорлик фаолиятини нимадан бошламоқ зарур

Бозорни ташкил этишнинг уч асосий шарти:
- Талаб ва таклифнинг мавжудлиги.
- Турли мулкчилик шакллари.
- Рақобат.

Булар орасида мулкчиликнинг шакллари ва рақобат нисбатан тадбиркорга ҳам боғлиқ бўлади. Тадбиркор доимо бозорда ўз мавқеига эга бўлишга ва уни янада юксалтиришга интилади.

Ҳар қандай бизнесни муваффақияти тадбиркорлик фаолиятини тўғри танлашга боғлиқ бўлади. Бу бозор стратегиясини тўғри аниқлаш ва тактикадан самарали фойдаланишни ифодалайди.

Муваффақиятнинг яна бошқа йўли бор. Одатда тадбиркорлик ғоядан бошланади. Ишни муваффақиятли олиб бориш ғояни ҳаётга татбиқ этишдир.

Тадбиркорлик фаолияти кенг қиррали ҳисобланиб, улардан асосийси: ишлаб чиқариш, тижорат ва молия. Юқори суръатлар билан ривожланаётган компаниялар тажрибаси шуни кўрсатадики, янги бизнесни бошлаш ва унда муваффақият қозонишда қуйидаги 5 та соҳани танлаш мақсадга мувофиқдир:

1. Ҳар хил ишбилармонлик хизматлари кўрсатиш.
2. Умумий овқатланиш.
3. Халқ истеъмоли товарлари ишлаб чиқариш ва сотиш.
4. Автомобилларни таъмирлаш.
5. Уй-жой қуриш.

Жаҳон амалиётида тан олинган бизнесда самара жиҳатидан энг юқори фойдали соҳа қуйидагилар:

1. Ветеринар хизмати.
2. Тиш даволаш хизмати.
3. Тижорат банклари.
4. Дафн маросими хизмати.
5. Меҳмонхона хизмати.

Бугунги кунда тижорат банклари, электрон техникаси ишлаб чиқарадиган корхоналар, компьютерлар, идора анжомлари, идиш-товоқлар ва ҳар хил турдаги қоғоз буюмлари ишлаб чиқараётган корхоналар юқори суръатлар билан ривожланмоқда.

Кўпчилик бизнесда асосий кучини юқори фойда олишга қаратади. Шуни унутмаслик керакки, юқоридаги корхоналар тез рақобат тазйиқига дуч келади. Шунинг учун юқори фойдадан кўра, кафолатни ўйлаш маъқул. Шу мақсадда чет эллик тадбиркорлар қуйидаги қоидаларга риоя қилишни маслаҳат берадилар:

1. Қандайдир маҳсулот (хизмат) ишлаб чиқариш бўйича монопол ҳукмронликка харакат қилиш лозим.

2. Иложи борича бизнесни ривожлантиришда иқтисодий жиҳатдан мустақил бўлган маъқул.

3. Фирма доимий равишда буюртма ва юқори фойда нормасига интилади, шунинг учун маҳсулотга қайта буюртма тушишини кузатиб бориш лозим. Бу фирма мавқеи ортишини кўрсатади.

4. Маҳсулот учун доимий равишда янги бозор ташкил этиш, эски бозорни (вазиятни) бор куч билан ушлаб қолишга ҳаракат қилмаслик.,

Тадбиркорликни бошлашнинг идеал шакли бу янги соҳани танлаш ҳисобланади. Фирма ишни бошлар экан, буюртмачини ўзига жалб этиш имконига эга бўлади. Товарлар ассортиментини аниқлайди, баҳо тузилишини ўзгартиради.

Бизнеснинг традицион соҳасида бозорда ўз ўрнига эга бўлишлиги корхона муваффақиятининг асосий омилидир.

Бозорга чиқиш учун фирмага:

– горизонтал алоқалар ўрнатишда маълум бир эркинликка эга бўлиш;

– етарли даражада манба билан таъминланган бўлиши;

– бозорда рақобатни ҳисобга олган ҳолда ўзининг мустақил позицияси (йўли) га эга бўлиш;

– ўз маҳсулот потент ҳимояси ва сифат сертификатини олиш;

– маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш учун зарурий ташкилий инфратузилма ташкил этиш зарур бўлади.

Тадбиркорликда стратегия ва тактика тушунчаси мавжуд.

Стратегия – бу фирманинг умумий сиёсати ва бош мақсади.

Тактика – бу стратегияда ўз аксини топган аниқ ҳаракатлар шакли ва усули..

Стратегиянинг асосий масалалари:

– қайси маҳсулотни бозорга олиб кириш керак, қандай ассортиментда ва баҳода?

– маҳсулот қандай истеъмолчиларга мўлжалланган, келгусида қайси имкониятли истеъмолчиларни жалб этиш мумкин?

– режалаштирилган даражадаги маҳсулотни сотиш учун қандай шароитлар зарур?

– товарлар қайси йўллар орқали ва қанча ҳажмда бозорга киритилади?

– сотишни рағбатлантириш ва талабни шакллантиришда қайси воситалардан фойдаланиш мумкин?

– сервис хизмати қандай ташкил этилиши керак, у ким томонидан амалга оширилади?

– қандай иқтисодий натижалар кутилмоқда ва бунинг учун қанча харажат талаб этилади?

Тадбиркорлик фаолиятининг моҳияти товарларни тез ишлаб чиқариш ва тез истеъмолчиларга сотишдан, яъни ҳар бир маҳсулот бирлиги эвазига кўпроқ фойда олиш ва уни яна қайта айланма (оборот) га қўшиш, ишлаб чиқариш ва тижоратни янги циклини бошлашдан иборат.

4.2. Тадбиркорликда ҳамкорлар билан муносабатлар

Ҳозирги замон бозорида ишлаб чиқарувчилар, истеъмолчилар ва мол етказиб берувчиларнинг ҳеч бири якка ҳолда иш олиб бормайди. Шунинг учун тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш жараёнида, тадбиркор ҳамкорлари билан ишбилармонлик алоқасида бўлади. Ҳамкорни топиш унча мураккаб эмас, аммо бу ерда шундай савол туғиладики, ҳамкорни қандай топиш ва баҳолаш мумкин.

Шу мақсадда тадбиркорларга ўз фаолиятларини бошлаш олдидан бир неча маслаҳатлар берамиз:

– ўз мижозлари орасида, сизнинг имкониятли ҳамкорингиз қандай мавқега эга;

– бозордаги ҳолатини ўрганинг (ишлаб чиқарилган маҳсулот ва олинган фойдадаги улуши бўйича);

– ҳамкорингизни ташкилоти ҳозирги замон талабига мос келадими?;

– дебиторлик ва кредиторлик ҳолатини текширинг;

– раҳбарнинг шахсий фазилатини текширинг, қўл остидаги ходимларга қандай муносабатда, уларга ишонадими?

Шуни унутманг, агар ҳамкорингиз нобоб бўлса, у сизга кўп муаммо туғдиради.

Ҳар қандай ҳолатда бўлғуси ҳамкор қуйидаги талабларга жавоб беришлари лозим:

– катта молиявий имкониятга эга бўлсин;

– бозорни яхши билиши керак;

– унда сиз билан ҳамкорликда ишлаш учун хоҳиш ҳам бўлсин.

Кўп ҳолатларда ҳамкорнинг ёшини танлаш мақсадга мувофиқдир. Ҳамкорлар орасидаги муносабат – эркин ахборот алмашуви муносабатлари асосида ташкил этилиши лозим; улар умумий муаммоларни ҳал этишда, янги турдаги товарлар ишлаб чиқиш, янги лойиҳани ишга туширишда ҳамкорликда иштирок этиши зарур.

Ҳамкорлик турли соҳаларда, жумладан, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш, савдо соҳасида бўлиши мумкин.

Ишлаб чиқариш соҳасидаги ҳамкорликнинг асосий шакли шартнома асосида майда ва йирик корхоналар орасидаги алоқалар ҳисобланади. Бунга йирик корхоналар майда корхоналарни узоқ муддатли шартномалар асосида зарурий манбалар билан таъминлаб туриши мисол бўла олади. Ҳамкорлар орасида шартномалар аниқ тузилади. Унда товар сифати, хизмат кўрсатиши баҳоси, муддати ва мол етказиб бериш шартлари аниқ кўрсатилади. Бу майда корхоналар учун қулай, сабаби уларни бозорда мустаҳкам ўрин олиш имконияти паст. Бундан ташқари, айрим мураккаб технологияга асосланган маҳсулотни ишлаб чиқиш ва сотишда катта миқдорда молия ва техник шартлар талаб этадиган ҳолатларда майда корхона имкониятларга эга эмас. Йирик корхона уларга бир қатор имтиёзлар беради: ишлаб чиқарилаётган маҳсулотни катта қисмини сотиб олиш; ишлаб чиқариш воситаларини ижарага бериш; хом ашё ва материалларни сотиб олишда имтиёзли шароит яратиб бериш; савдо маркасидан фойдаланиш ва ҳоказо шулар жумласидандир.

Хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам ҳамкорлик амалга оширилади. Бу ерда йирик ва майда корхоналар орасида мураккаб хўжалик муносабатлари мавжуд бўлади. Кўпчилик йирик корхоналар аста-секин ёрдамчи ва тайёрлов цехларидан озод бўлмоқда, қурилиш ва таъмирлаш цехларини ёпмоқда, натижада юқоридаги функцияларни ихтисослашган корхоналарга топширмоқда. Майда корхоналар йирик корхоналарни машина ва қурилмаларни муддатли ва жорий таъмирдан чиқариш учун шартномалар тузиши мумкин. Йирик корхоналар бир неча майда корхоналар билан юқоридаги ишларни бажариш мақсадида шартномалар тузиши мумкин.

Шундай қилиб, майда корхоналар олдиндан белгиланган шартлар асосида ўзларини молиявий ва ташкилий мустақиллигини сақлаб қолган ҳолда ҳаракат қилади. Бу кўп ҳолларда бош корхона ва филиал орасидаги муносабатни эслатади.

Савдо соҳасидаги шартнома асосида ҳамкорликнинг майда ва йирик корхоналар орасидаги муносабати жаҳонда ҳаммага маълум бўлган "франчайзинг" номи билан юритилади. "Франчайзинг" французча сўздан олинган бўлиб, имтиёз маъносини англатади. Бунинг моҳияти шундан иборатки, йирик корхона (франчайзер) майда мустақил корхоналар билан шартнома тузади. Бу шартномага асосан майда корхонага белгиланган бозорда йирик корхона номидан маҳсулотларни сотиш ҳуқуқини беради. Йирик корхона майда корхонага барча шароитларни яратиб бериши мумкин. Айрим ҳолларда майда корхонани банкдан кредит олишни ҳам кафолатлайди.

Қоида бўйича шартномада сотишдан олинган тушумнинг майда корхонага ажратиш миқдори ҳам кўрсатиб қўйилади. У одатда ойлик сотиш ҳажмининг 2-3 фоизи миқдорида белгиланади. Кўп ҳолларда шартномада ҳамкорнинг бинони, қурилмани, хом ашё ва материалларни ижарага олиши кўрсатиб қўйилади.

Ҳамкорнинг мажбурияти товар сифатига ва савдо маркаси софлигига жавоб беришдир. Ўз навбатида корхона ҳамкорга ҳисоб-китобда ёрдам кўрсатади, сотиш стратегияси бўйича маслаҳатлар беради, ходимларини ўқитади ва ҳоказо. Томонлар орасидаги шартнома 5-10 йилга тузилади. Агар ҳамкор бош корхона андозаларига риоя этмаса, шартнома зудлик билан бекор қилинади.

Тадбиркорликда фаолият бошламоқ учун мулоқотни ҳамюртдан бошламоқ маъқул.

Чет эллик тадбиркорлар ҳамкорларни қандай топади ва баҳолайди? Бу уч босқичда амалга оширилади:

– бозорни ўрганади;

– шу корхонада ишловчи маҳаллий вакилни танлайди, у филиални ташкил этишдан кўра арзонроқ тушади;

– ўз филиалини ташкил этиш ёки маҳаллий ҳамкор иштирокида қўшма корхона очиш масаласини ўрганади.

Тадбиркор ўз харидорини қандай топиши керак?

Ҳозирда харидорни топишнинг иккита усули мавжуд:

1. Харидор ўзи тадбиркор билан ёки унинг вакили билан алоқага чиқади.

2. Ташаббус тадбиркорга таклиф этилади.

Тадбиркорликка харидорларни жалб этиш мақсадида рекламадан, ўз хизмати ва маҳсулоти ҳақидаги маълумотлардан кенг фойдаланиш зарур. Яхши реклама қиммат бўлса-да, харидорларни жалб этишда катта аҳамиятга эга.

Тадбиркорларга имкониятли харидорларни топишнинг синалган усулларини тавсия этиш мумкин:

– харидорга маълум бир партия товарни сотиб олиш юзасидан почта орқали ёзма равишда мурожаат қилиш;

– товарларни намойиш этиш, пештахталарни безаш, кўргазмалар ўтказиш;

– имкониятли харидорларга янги товарларни таништириш;

– товар ишлаб чиқарувчи корхонага саёҳат уюштириш;

– товарни бозорга кириши шарофати билан матбуот конференцияси ўтказиш.

Ишлаб чиқарувчилардан ҳозирги харидорлар нимани кутади?:

– улар ўз пулига яхши сифатли товар ва хизматлар олишни;

– катта қулайлик яратилишини;

– ўзлари қийин уддалайдиган муаммоларни ечишни;

– яроқсиз маҳсулотларни қайтариб олиш имкониятлари мавжудлигини.

Агар тадбиркор ўз мавқеини мустаҳкамлашни хоҳласа қуйидагиларни ёдда тутсин:

– доимо кўзда тутилгандек маҳсулот ишлаб чиқишни;

– истеъмолчиларга сарфланган харажатларни узоқ муддатли ва юқори самарали капитал маблағ деб ҳисоблашни;

– доимий равишда ўз харидорлари доирасини кенгайтириб боришни;

– ҳар қандай шароитда қарор қабул қилиш ҳуқуқини ушбу операцияни бажарувчига беришни;

– харидорлар билан алоқани мустаҳкамлаш борасида ғамхўрлик қилишни;

– харидор тадбиркорга боғлиқ эмас, балки тадбиркор харидорга боғлиқ тамойилга амал қилишни;

– мижоз билан тортишмаслик, унинг хоҳишини бажаришни, бу ҳар икки томонга ҳам фойдали бўлади;

– бизнеснинг мақсадини янги мижоз ва янги бозор орттириш (кенгайиши) деб ҳисоблашни;

– харидор билан шахсий мулоқотда (алоқада) бўлишни;

– кўрсатилаётган хизмат ва товар сифатини шахсан ўзи назорат қилишни ва ҳоказо.

Харидорларга муносабат бўйича бир неча "олтин" қоидалар мавжуд:

– сотилаётган товар сифати сертификатланган бўлиши керак;

– олди-сотди шартномасини имзолашдан олдин харидорни товар нусхаси билан танишиш имкони бўлсин;

– агар товар буюртма асосида тайёрланган бўлса, давлат андозалари аниқ кўрсатилган бўлиши шарт;

– тасдиқланган нусхасини танланган ҳолатда товар қисмлари билан таққослаш имкони бўлсин;

– товарларнинг олди-сотди операциясидан олдин барчасини назорат қилиш имкони бўлсин;

– синов учун сотиб олиш ҳам мумкин бўлсин.

Харидор аниқлангандан сўнг олди-сотди жараёнига тайёргарлик ва уни амалга ошириш босқичи бошланади.

Бу ерда олдиндан музокара олиб борилади ва барча шартлар келишиб олинади. Тўлов шарти ва шартнома баҳоси алоҳида келишиб олиниши лозим.

Олди-сотди шартномаси – бу тижоратнинг, ҳуқуқий ҳужжати бўлиб, унда сотиш шартлари, амалга ошириш тартиби ва томонлар жавобгарлиги ёритилади.

Шартномани тавсиявий мазмуни қуйидагича:

– етказиб бериш предмети ва ҳажми;
– товар миқдори ва сифатини аниқлаш усули;
– етказиб бериш шарти, муддати ва жойи;
– баҳо;
– валюта тури ва тўлов шартлари;
– товарларни топшириш ва қабул қилиш тартиби;
– зарарни қоплаш тартиби;
– томонлар келишувлиги ҳолатларида арбитраж;
– форс-мажор ҳолатлари;
– шартномани тарқатиш ва тўхтатиш тартиби;
– томонлар манзилгоҳи ва бошқа реквизитлари;
– тасдиқловчи ваколатли шахс;
– табиийки, шартномада барча вазият ва кутилган масалалар кўрсатилмаслиги мумкин. У сотиб олиш жараёнида амалга оширилади.

Сўнгра товраларни етказиб бериш, йўлда уларни хавфсизлигини таъминлаш масалалари кўрилади.

5. ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ҲИМОЯЛАШ

5.1. Рақиблардан ўзиб кетиш ва тижорат сирларини сақлаш

Тадбиркорликда асосий омиллардан бири – тадбиркор ўзини қандай билса, ўз рақибларини ҳам шундай яхши билишга ҳаракат қилишидир.

Рақобат – бу энг қулай шароитда маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва сотиш борасидаги айрим ишлаб чиқарувчи ва мол етказиб берувчилар орасидаги тортишув (кураш)дир.

Рақобат доимо томонлар орасида иқтисодий мунозаранинг, харидорлар учун курашнинг ва бозорда ўз ўрнини топишнинг бир шакли бўлиб келган ва бўлиб қолади. Рақобат асосан харидор учун фойдали, чунки кураш жараёнида у катта имкониятга эга бўлади. Шунинг учун рақобат — юқори баҳодаги товарларни ўта паст баҳоларда сотиб олиш шартидир.

Рақобат жараёнида икки усулдан фойдаланилади:

1. Баҳоли усул.
2. Баҳосиз усул.

Баҳоли усул моҳияти ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларини камайтириб, юқори фойда олиш, маҳсулот ассортименти ва сифатини ўзгартирмай баҳони пасайтиришдир. Баҳонинг пасайиши бозорнинг бир қисмини эгаллаш имконини беради. Японлар янги бозорга кириб боришда баҳони 10%га камайтиради. Бунда бошқа корхоналар ҳам баҳони камайтириши мумкин, шунинг учун маълум захирага эга бўлмоқ шарт.

Баҳосиз рақобат бу маҳсулот хусусиятларини ўзгартириш, унга янги сифат фазилати бахш этиш, эҳтиёжни таъминловчи янги маҳсулот яратиш, хизматни такомиллаштиришдан иборат.

Бозорда рақобатнинг қайси воситасидан фойдаланилмасин, шуни эсда тутмоқ лозимки, ҳар бир йўқотилган мижоз (харидор) фойдани бой беришгина бўлиб қолмай, бозорда рақиб имкониятларини оширилишига ҳам олиб келиш мумкин.

Рақиблардан ўзиб кетиш учун иложи борича кўп маҳсулотлар ишлаб чиқаришга ҳаракат қилмоқ зарур. Бу борада ҳар хил усуллардан фойдаланиш мумкин. Уларнинг асосийлари қуйидагилар:

1. Тенг имкониятли ҳолатда сезилмаган миқдорда янгилик киритишга эришиш.
2. Бозорга ўта тақчил бўлган маҳсулотни олиб кириб, баҳони қисқа муддатга камайтириш.
3. Бозордаги ҳолат ва олиб борилаётган ишни сир сақлаш.
4. Акциялар сотиб олиш, рақибларга кредит бериш, корхоналарнинг бирикиши ҳақида шартнома тузиш.
5. Юқори малакали мутахассисларни бизнесга жалб этиш.
6. Аниқ рақобат шароитида ўз имкониятларидан фойдаланишни билиш.
7. Рақобат шароитида маҳсулот сотишни кўпайтириш энг асосий кўрсаткич, хўжалик фаолиятини баҳоловчи бош мезон ҳамдир.
8. Корхонани бошқаришни такомиллаштириш.
9. Доимий равишда корхона ва маҳсулот баҳоси рақобатбардошлигини ошириш.

10. Товарлар жўнатиш муддатини қисқартириш ва хизмат тезлигини оширишни билиш.

Тадбиркорлик тажрибасида рақобатнинг виждонсизлик (ғирром) усуллари ҳам мавжуд. Улар:

- иқтисодий ва саноат шпиончилиги;
- харидорларни алдаш;
- ҳисоботларда айёрлик;
- коррупция;
- ноқонуний йўллар билан ходимларни ўзига ағдариб олиш.

Тадбиркорликда Париж конвенциясининг 10-моддасига биноан:

- рақибларни ишлаб чиқариш ва савдо фаолияти, товар ва корхонага нисбатан олиб борилган барча турдаги чалғитишлар;
- савдо-сотиқ фаолиятини амалга ошириш жараёнида нотўғри кўрсатма беришлари мутлақо тақиқланади.

5.2. Тижорат сири

Хусусий тадбиркорликда тижорат сири. Тадбиркорликда тадбиркор учун энг зарури тижорат сирини сақлаш бўлиб, бу рақибга нисбатан юқори ўсиш имкониятини беради.

Тижорат сири — бу тадбиркорларнинг қонунда кўрсатилган ва ҳимояланган хўжалик фаолиятидаги бир қатор молиявий маълумотларни сир сақланиши.

Буларга, саноат сирлари, илмий-техник, технологик ва бошқа ишлаб чиқариш сирлари, ноу-хау, ихтиролар ва янгиликлар киради.

Тадбиркорлик сирларини сақлаш ишни бошлаш давридан ташкил этилиши шарт.

Корхона ходимлари ҳам рақибларни қизиқтирувчи муҳим объект ҳисобланади. Бу манбадан маълумотларни ташқарига чиқиб кетиши каналлари қуйидагилар:

- очиқ равишда реклама, савдо тадбирлари ва чиқишларни амалга ошириш;
- иш юзасидан суҳбатлар, музокаралар, бу вақтда маҳсулотнинг нозик томонлари бўйича саволлар берилиб қолиши мумкин;
- ходимларни хизмат сафарлари;
- норасмий тадбирлар;
- ходимларнинг бошқа ишга ўтиши.

Бу ерда ходимларни ишдан бўшатишда эҳтиёт бўлиш зарур, яъни уларни фирма сирини сақлаш ҳақида ёзма равишда огоҳлантириш керак.

Агар корхонага ваколатли текширувчи келса, раҳбар унинг ваколати доирасидаги барча маълумотларни бериши шарт. Бу ерда тижорат сирини сақлаш, буларга нисбатан хушмуомалада бўлиш, қайси саволларга жавоб бериш кераклигини билиш жуда зарур.

Ҳужжатларни олиш корхонанинг масъул ходими иштирокида амалга оширилиши шарт. Қоида бўйича бу жараёнда бир неча шахслар қатнашади. Шунинг учун текшириш жараёнида ҳар бир ходим ўзига тааллуқли саволга жавоб бериши, ўз шериклари учун жавобгарликни ўз зиммасига олмаслиги керак.

Суҳбат мавзусини кузатиш, қўйилган айблар сабабини сўраш керак.

Агар аниқ далил бўлмаса келгуси сўровдан воз кечиш, зарур ҳолларда ҳуқуқшуносга мурожаат қилиш лозим.

Тижорат сири ҳисобланмайдиган барча ҳужжатларни текширувчига тақдим этиши мумкин.

Текширув натижалари далолатнома хулосаларида акс эттирилади. Бунга текширувчи, корхона раҳбари ва бош ҳисобчи имзо чекади.

Далолатнома тўғри, аниқ фактлар асосида ёзилиши керак. Акс ҳолда, тегишли шахслар маъмурий жавобгарликка тортилади.

5.3. Товар белгилари

Бугунги кунда корхона ва фирмаларнинг мавқеи товар маркаси ёки яхши танланган ном, "товар белгиси", "логопит" билан ҳам белгиланади.

Товар белгиси – бу тадбиркорлик субъектлари маҳсулотларининг алоҳидалик томонларини график ҳолда ифодаланишидир.

Логопит – корхона ва фирма номининг ўзига хос тўла ёки қисқартириб чизилиши ҳисобланади.

Масалан, "ЎзДЭУ авто" қўшма корхонаси.

Агар товар белгиси ёки логопит муваффақиятли танланса, у товар ёки фирма фаолияти муваффақиятини таъминлаши ҳам мумкин. У харидорга товарнинг ижобий томонларини эслатади. Маҳсулот сифати бир оз пасайиб қолса, товар белгиси ва логопит тескари функцияни бажаради ҳамда харидорларда товарни сотиб олишга нисбатан салбий фикр уйғотади.

6. ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИКДА ТАВАККАЛЧИЛИК

6.1. Тавакқалчилик тадбиркорликнинг муҳим йўналиши

Тавакқалчилик – бу қарорлар қабул қилишда ёки тадбиркорлик фаолияти бажарищдаги ишончсизликни, яъни ҳодиса ёки мақсадни рўёбга чиқиш ёки чиқмаслик эҳтимолига айтилади.

Тавакқалчиликнинг зарурлиги – бу бозор иқтисодиёти шароитида рақобатнинг кучайиб бориши ҳисобланади. Ана шу рақобат курашига бардош бериш учун ишлаб чиқариш жараёнига техникавий янгиликларни жорий этишга ҳаракат қилинади. Бу охирги натижада тавакқалчиликка олиб келади.

Бугунги кунда ишбилармонлик тавакқалчилиги қуйидаги турларга бўлинади (10-чизма).



10-чизма. Тавакқалчилик турлари.

Ишлаб чиқариш тавакқалчилиги товарлар ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган фаолиятда намоён бўлади. Ушбу тавакқалчиликнинг юзага келиши сабаблари қуйидагилардан иборат:

— Ишлаб чиқариш ҳажмининг режадагидан пасайиб кетиши.

— Моддий ва материал харажатларининг ортиши.

— Юқори даражада солиқ ва бошқа тўловлар тўлаш юзага келиши.

Тижорат тавакқалчилиги – тадбиркорлар томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулот ва товарларни сотиш жараёнида вужудга келади. Бу тавакқалчиликнинг юзага келиши сабаблари:

Товар белгилари танлашда қуйидагиларга эътиборни қаратмоқ керак:

– оригиналлик;
– ўта ақллилик;
– осон эсда қолувчанлик;
– рангни танлай билиш;
– ягона бадиий қарор;
– кўзга яққол ташланувчанлик, график шакллар;

Шу билан бир қаторда умумий қоидаларга ҳам асосланиш шарт:

– фаолият турини билдирувчи сўзлардан фойдаланмаслик (масалан, банк, биржа, савдо уйи ва ҳоказо). Чунки бу сўзлардан рақиблар ҳам фойдаланишлари мумкин. Товар белгилари фирма номига ҳам мос келиши шарт;

– товар белгиларидан график кўринишда фойдаланиш;

– доимий равишда аниқ бир маҳсулот сифатида фойдаланманг;

– фақат (бош) келишигида фойдаланинг;

– текстларда товар белгиларини қўштирноқ ичига бош ҳарфлар билан ёзинг.

Бизнинг республикамизда ҳам товар белгилари ҳақида қонун қабул қилинган. Товар белгилари ва товарлар яратилган жойлари саноат эгалиги объекти ҳисобланади, уни рўйхатдан ўтказиш мақсадга мувофиқ. Чунки товар белгилари ноинсоф рақиблардан сақлайди ва фирманинг қимматбаҳо активи ҳисобланади.

Бундан 15 йил олдин "Кока-кола" ичимлиги график ифодаси 3 млн. АҚШ доллари миқдорида баҳоланган. Товар белгиси қийматини ҳақиқий харажат билан ҳам аниқлашимиз мумкин. Бухгалтерия ҳисобида товар белгиларини яратиш ва рўйхатдан ўтказиш харажатлари "унумсиз харажатлар" моддасида акс эттирилади.

Товар белгилари рўйхатдан ўтгандан сўнг юқори ёки пастки қисмининг ўнг бурчагига "R" белгиси қўйилади. Бу Сизнинг ҳуқуқингизни ҳимояланганини билдиради. Товар белгиси рўйхатдан ўтмаган бўлса, "TH" белгисидан фойдаланилади. Уни тўла муҳофазалаш рўйхатдан ўтгандан сўнг амалга оширилиши мумкин. Хизмат кўрсатишда "SM" белгисидан фойдаланилади. Товар белгилари барча ҳужжатларда бир хил стилда ифодаланади.

— Бозор конъюнктураси ўзгариши оқибатида сотиш ҳажмининг пасайиб бориши.

— Товарлар баҳоси ортиши.

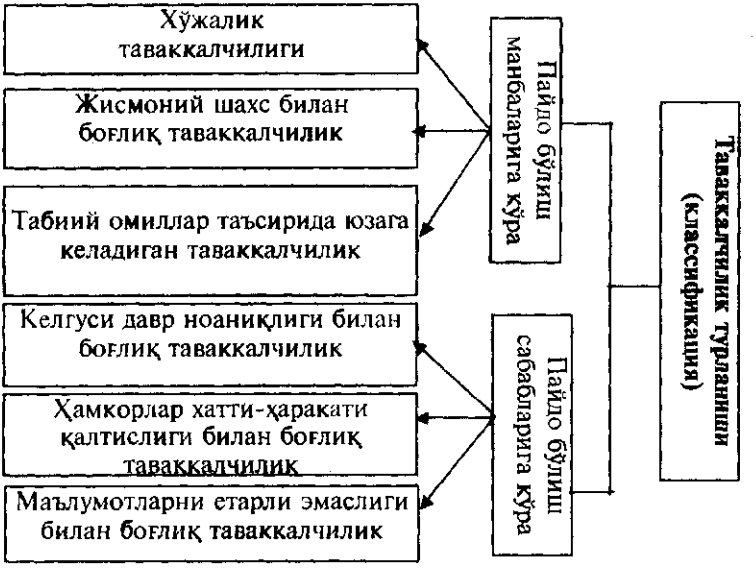
— Товарлар сотиб олиш ҳажмини кўзда тутилмаган ҳолда пасайишини вужудга келиши.

— муомала жараёнида товарлар йўқотилиши.

Молиявий тавакқалчилик — бу тадбиркорлик субъектларининг банклар ва бошқа молиявий институтлар билан юзага келадиган тавакқалчилиги.

Хизмат кўрсатиш соҳасидаги тавакқалчилик мазмун ва моҳиятига кўра, ишлаб чиқариш соҳасидаги тавакқалчиликка ўхшаб кетади.

Тавакқалчиликни пайдо бўлиши манбаларига, сабабларига кўра ҳам турланади. У 11-чизмада акс эттирилган.



11-чизма. Тавакқалчиликнинг турланиши.

Тавакқалчилик пайдо бўлиш манбаларига кўра хўжалик тавакқалчилигига, жисмоний шахс билан боғлиқ тавакқалчиликка ва табиий омиллар таъсирида юзага келадиган тавакқалчиликка бўлинади.

Пайдо бўлиш сабабларига кўра келгуси давр ноаниқлиги билан боғлиқ таваккалчилик, ҳамкорлар хатти-ҳаракати қалтислиги билан боғлиқ таваккалчилик, бугунги бозор иқтисодиёти кескин ривожланиб бораётган шароитда таваккалчиликни қуйидаги усулларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир:

– статистик усул;

– эксперт – баҳолаш усули;

– аралаш усул.

Бозор шароитида тадбиркор кўп ҳолатларда таваккал қилади. Бу жараён тадбиркордан ўта эҳтиёткорликни ва масъулиятни (жавобгарликни) талаб этади. Энг маъсулиятли таваккалчилик ҳолати икки хил вазиятда юзага келади:

Биринчидан, тадбиркор томонидан маълум бир бизнес ғояни амалга ошириш жараёнида.

Иккинчидан, молиявий мажбуриятларга имзо чекиш ёки тасдиқлаш даврида.

Доимо эсда тутиш керакки, таваккалчилик ўзини олдиндан кўра билишни ва бошқаришни ёқтиради. Шундай экан, олдин бизнеснинг ўз моҳиятини ва уни амалга оширишдаги ўз имкониятларимизни тўғри баҳолай олишимиз лозим. Бу ерда барча ижобий ва салбий вариантларни таҳлил этиб чиқинг, сўнгра ишни амалга ошириш ҳамда оширмаслик тўғрисида қарор қабул қилинганлик маъқулдир.

Масалан, ҳозирги кунда бозорда ўз ўрнига эга бўлаётган бир фирма катта миқдорда россиялик ҳамкорларига қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини жўнатди ва ўтган давр мобайнида валюта келиб тушишини кутди. Сўнгра чет эллик ҳамкорга қўнғироқ қилди, натижада аниқланадики, белгиланган манзилгоҳда юқоридаги фирма бўлмаган. Натижада бизнинг фирмамиз банкротлик ёқасига келиб қолган. Сабаби фирма таваккалчиликнинг мавжуд омилларини ҳисобга олмаганлигидир.

Биринчидан, фирма ҳамкор танлашда хатоликка йўл қўйди.

Иккинчидан, фирма шартнома тузиш ва тўлов шартларини аниқлашда эҳтиётсизликка йўл қўйди. Эсда тутинг! Ишончсиз ҳамкор олдиндан тўловни талаб қилади.

Учинчидан, ушбу операциянинг оқибатидаги таваккалчиликни баҳолай олмади.

Тўртинчидан, ҳеч қачон ўз сармоянгизнинг асосий қисмини ёки барчасини бир ишга сарфламанг.

Юқоридаги ҳолатлар ҳозирда ҳам кўплаб учраб турибди. Ҳар қандай бизнесмен ёки тадбиркорнинг таваккал қилишига қуйидагилар сабаб бўлади:

1. Катта буюртма.
2. Қўшимча ходим ёллаш.
3. Ишлаб чиқариш фаолиятини кенгайтириш ёки янги фаолият турини бошлаш.
4. Рақобатлашув.

Уларни тўғри баҳолай олиш тадбиркорликда яхши натижаларга эришишга олиб келади.

6.2. Хусусий тадбиркорликда баъзи бир хўжалик таваккалчилик турларини суғурталаш

Бугунги кунда иқтисодий амалиётда таваккалчиликнинг ҳар хил турлари ва ундан муҳофазаланишнинг усуллари берилган. Уни барча тадбиркорлар билишлари ва тадбиркорлик фаолиятига татбиқ этишлари лозим.

2-жадвал

Таваккалчиликдан муҳофазаланиш усуллари

Таваккалчилик турлари	Салбий оқибатларни камайтириш усуллари
1	2
1.Тижорат таваккалчилиги	Молиявий фаолият кўрсаткичлари орасидаги муносабатни тўғри аниқланг ва амал қилинг. Ўз бизнесингизда сармоя самарадорлиги ортиши усулларини топинг.
2. Манбаларни оқилона тақсимламаслик таваккалчилиги	Ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар режаси бўйича манбаларни тўғри тақсимланг.
3. Талабнинг ўзгариши ва иқтисодий қалқиш	Буни доимо олдиндан кўра билиб ва режада ҳисобга олиб бориш лозим.
4. Рақиблар ҳаракати	Доимий таҳлил асосида рақиблар ҳаракатини олдиндан кўра билиш зарур ва ундан ўз қарорларингизни қабул қилишда фойдаланиш
5.Ходимларнинг норозилиги	Хизматчилар талабига кўра ижтимоий-иқтисодий дастурларни яхши ишлаб чиқинг. Уларга руҳий ҳолат яратинг.
6. Молиявий таваккалчилик	Молиявий манбаларни эркин бошқаринг.
7. Бошқарувчи хатоси	Бизнесни барча бўғинларида назорат тизимини жорий этинг.
8.Фойда даражаси, талаб ва баҳо ўзгариши	Ушбу омиллар бўйича илмий асосланган олдиндан кўра билиш тадқиқотларини ўтказинг.

9. Лойиҳани нотўғри танлаш таваккалчилиги.	Барча аргументларни чуқур ўрганинг, текширинг, зарур бўлса ЭҲМ моделларидан фойдаланинг.
10. Бизнесда оғир асорат қолдирувчи кутилмаган сиёсий воқеалар	Буларни доимо олдиндан кўриб бўлмайди. Шундай экан, ўз ҳаётий ва руҳий кучингизга таянинг.

Жаҳон амалиётида таваккалчиликни суғурталаш оммавий тус олган. Таваккалчиликни суғурталаш қуйидаги ҳолатларда мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

– ёнғин ва бошқа табиий офатлар натижасида зарар кўрганда;

– автомобил ҳалокати туфайли зарар кўрганда;

– ташиш жараёнида товар хусусияти бузилиши оқибатида зарар кўрганда;

– ходимлар эҳтиётсизлиги туфайли зарар кўрилганда;

– ходимларни қўли эгрилиги натижасида йўқотиш юзага келганда;

– маълум бир ходимлар томонидан ўз мажбуриятларини бажара олмаслик натижасида зарар кўрганда;

– корхонанинг ишбилармонлик активлиги ўзгариши эвазига зарар кўрганда;

– раҳбарнинг бетоб бўлиб қолиши ёки вафот этиши ҳисобига салбий молиявий ҳолат юзага келганда.

Бизнинг республикамизда 28 та суғурта компаниялари фаолият олиб бормоқда. Суғурта компаниялари томонидан мулк, уй ҳайвонлари, тижорат операциялари ва фуқаролар ҳаёти кенг миқёсда суғурталанмоқда.

Барча тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи субъектларнинг суғурта хизматларидан фойдаланиши фаолият муваффақияти кафолатидир.

Бундан ташқари, мулкларни элтиб бериш, банкротлик, валюта шаклидаги сармоя, фойда, кредит, тўловлар, ходимлар, ишсизлик ҳам суғурта қилинади.

Банк ⟶ Мижоз ⟶ Суғурта компанияси

Ривожланган мамлакатларда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар сифати суғуртаси кенг тарқалган. Агар маҳсулот сифати қанча юқори бўлса, суғурта мукофоти шунча паст бўлади. Суғурта миқдори реализация ҳажмига нисбатан 0 дан 0,6 фоиз гача белгиланада.

Суғурта компаниясини танлашда қуйидагиларга эътибор бериш мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

– суғурта компаниясининг Адлия вазирлиги рўйхатидан ўтганлигига;

– суғурта компаниясининг қонунчиликка амал қилиш таҳлилига;

– томонлар орасида тузилган шартнома шартларига;

– суғурта фирмаси тўлов қобилиятига;

– суғурта компанияси томонидан амалга оширилаётган инвестицион сиёсат ва уни келгусидаги истиқболига;

Бундан хулоса қилишимиз мумкинки, суғурта компанияси томонидан қуйидаги шартлар бажарилса таваккал қилиш фойдали ҳисобланади:

1. Суғурта компанияси тўлов шароитида шартномада кўрсатилган суммани тўла тўлаганда.

2. Барча мулкларни бозор баҳосида, инфляцияни ҳисобга олиб суғурталашга рози бўлганда.

3. Суғурта қиладиган ҳаёт суғуртаси, меҳнат қобилияти ва қарилик нафақаларга аниқ инфляция жараёнини суғурталашда ҳисобга олса.

Суғуртада корхона ва фуқаролар мулкини физик ва маънавий эскириши динамикасини аниқ ҳисобга олса.

Барча ҳолатларда суғурталаш содда, тушунарли ва ҳар икки томон учун манфаатли бўлгани маъқулдир.

6.3. Сезгирлик таҳлили

Бизнес режалар тузишдан аввал ҳар бир тадбиркор ўзи амалга оширишни кўзлаётган бизнеснинг моҳиятини тўла тушуниб олиши керак. Ушбу масалада сезгирлик таҳлили ўтказилиши катта ёрдам беради. Асосан сезгирлик таҳлили тегишли бизнесга боғлиқ бўлган муаммоларни таваккалчиликни ўрганиш асосида истиқболли молиявий ҳисоботлардан фойдаланилган ҳолда ўтказилади.

Сезгирлик таҳлили ўтказишда олдинги бўлимида айтиб ўтган учта асосий молиявий ҳисобот натижаларидан фойдаланиш тавсия этилади. Сезгирлик таҳлили ўтказишда қуйидагиларга алоҳида эътибор берилади:

– Воқеа ривожланишининг энг яхши усули уни танлаш.

– Мақсадга яқин ҳолатни тўғри баҳолаш.

– Мақсадга мувофиқ бўлмаган ҳолатни (ёмон) аниқлаш.

Бу бўлимда ҳар бир сезгирлик таҳлилига тушунча бериш керак. Бунда лойиҳани нимага асосланиши, унинг йўналиши ва корхонага фойдали ва зарарли томонлари ёритилиши керак.

6.4. Рақобатбардошликни баҳолаш

Ҳозирги кунда рақобатбардошликни баҳолашни алоҳида бўлим сифатида кўриш бизнесни муваффақиятли амалга оширишда катта аҳамиятга эгадир. Чунки ҳар қандай инвесторлар, ишбилармон шериклар ишлаб чиқарилаётган маҳсулот (кўрсатилаётган хизмат)ларга мавжуд бозордаги рақобат ҳолатини билишга қизиқади. Шундай экан, ушбу саволга ҳам бизнес режада етарли жавоб бериб кетишимиз шарт.

Барча турдаги бизнес режаларда рақобатбардошлик юзасидан қуйидаги саволлар тўлиқ ёритилиши лозим:

– Сизнинг бизнесингиз ҳисобланган маҳсулотларнинг асосий қисми қайси ишлаб чиқарувчилар томонидан ишлаб чиқарилади?

– Сиз ҳаракат қилаётган бозорда рақобат даражаси қандай?

– Сизнинг рақибларингизни бозорда тутган ўрни қандай?

– сотиш ҳажми бўйича;

– даромад бўйича;

– технология даражаси бўйича;

– товарлар янгиланиши бўйича;

– сервис хизмати бўйича;

– маҳсулот рекламаси бўйича.

Улар ишлаб чиқараётган маҳсулотлар рақобатбардошлигининг сирлари нимада?

– асосий тавсифнома (характеристка)да;

– сифат даражасида;

– дизайнда;

– истеъмолчи эҳтиёжига мос келишида..

Бизнесмен (тадбиркор)ларга рақобатбардошликни баҳолаш ўз бизнеси (тадбиркорлик фаолиятини) кучли ва кучсиз томонларини баҳолаш имконини беради. Ушбу таҳлил келажакда сизнинг стратегиянгиз ва бизнесингизнинг муваффақиятли амалга оширишнинг кафолати ҳам ҳисобланади.

Рақобатбардошликнинг иқтисодий мазмуни қуйидаги ҳолатларда аниқланади:

– мавжуд манбалар ҳажми ва сифати (ишчилар сони, асосий ишлаб чиқариш фондлари, материал захиралари, молиявий ва номатериал манбалар), патент, лицензия (рухсатнома), ахборот, технология ва ҳоказо;

– раҳбарнинг корхона имкониятларидан фойдаланиш қобилиятлари;

– инновация қобилиятлари, яъни фирманинг ишлаб чиқаришини янгилаш қобилияти, технология ҳамда маҳсулот таркибини алмаштириш ва ҳоказо;

- Маҳсулот ва хизмат баҳоси.
- Молия ва тез жалб этувчи молиявий маблағлар.
- Тижорат усуллари ва савдо воситалари.
- Сотиш ва сотишдан кейинги хизматлар.
- Ижтимоий алоқалар.
- Инвестиция ва ишчи кучи соҳасидаги сиёсат.
- Ички бозор тузилиши.
- Валюта курси.
- Банк фоизи даражаси.
- Савдо уюшмалар.
- Ташқи иқтисодий алоқалар.

Рақобатбардошликни баҳолашда барча рақиблар ҳақидаги маълумотлар тўпланади. Тўпланган маълумотларни бизнес режаларда қуйидаги жадвал кўринишида ифодалаш мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

3-жадвал

Рақиблар ҳақида маълумотлар

№	Фирма	Манзилгоҳ	Бозордаги ҳиссаси	Реал баҳолаш	Сизнинг бозорга чиқишингиз ҳисобига сотиш ҳажмини йўқотиш
1					
2					
3					

Навбатдаги қадам корхонанинг рақиб бир корхонага нисбатан кучли ва кучсиз томонларни баҳолаш ҳисобланади. Баҳолаш беш балли тизимда ўтказилиб, унда кучли томонлари 5 балл билан, кучсиз томонлар 1 балл билан баҳоланади. Натижалар қуйидаги жадвал маълумотлари орқали акс эттирилади:

4-жадвал

Рақобатбардошликни баҳолаш мезонлари

	Корхонада	Рақиблар		
		A	B	C
1	2	3	4	5
Ишлаб чиқариш				
Жойлашган ўрни				
Корхона ҳажми				
Курилма ёши ва ҳолати				
Унумдорлиги				
Ишчи кучи сифати				

- ахборот (информация) қобилиятлари, яъни ишлаб чиқариш мақсадларида ахборотларни тўплаш ва қайта ишлаш қобилиятлари;

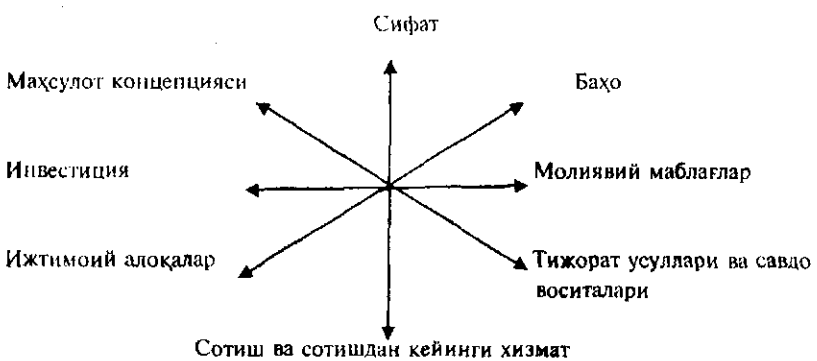
- молиявий қобилиятлар, яъни молиявий тургунлик, кредит бериш имконияти мавжудлиги ва бошқалар.

Юқоридагиларнинг барчасининг йиғиндиси корхонани бошқа бир корхона билан таққослаганда унинг рақобатбардошлигини ифодалайди.

Корхонанинг рақобатбардошлиги имкониятларига қиёсий тавсифнома дейилганда бошқа корхоналар, давлат андозаларига нисбатан ўзининг асосий ўлчамлари (кўрсаткичлари)га баҳо беришидир. Шу жумладан, миллий ва жаҳон андозалари, рақобатбардошликни боҳолашнинг бир қатор усуллари бўлиб, улардан асосийси кўп қиррали усулдир.

Бу усул моҳияти рақобатбардошликни баҳолашда корхона ўзининг кучли ва кучсиз томонларини рақибига нисбатан таққослайди.

Бу ерда савол туғилади, қайси имкониятларни тан олиш ва улардан ҳозирда фойдаланиш мумкин? Ушбу ёндашувнинг асоси кўп қиррали ҳисобланиб, корхоналарнинг имкониятлари даражаси асосий 8 та қирра (йўналиши) бўйича баҳоланади. Рақобатбардошлик қирралари қуйидаги 12-чизмада яққол акс эттирилган.



12-чизма. Рақобатбардошлик қирралари.

Бу ерда ёндашувнинг асосийси кўп бурчакли рақобатбардошлик ҳисобланади, шунинг учун корхонани имкониятлар даражаси саккизта йўқолиш бўйича баҳолонади:

– Корхоналар учун асосий ҳисобланган.

– Кўрсатилган хизмат ва товарлар концепцияси.

– Сифат, бозорда маҳсулотнинг юқори даражада эканини баҳоловчи.

	Корхонада	Рақиблар		
		A	B	C
1	2	3	4	5
Материаллар билан таъминланиш				
Маҳаллий				
Импорт (четдан келтирилган)				
Ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланиш				
Маркетинг				
Тақсимлаш йўллари				
Ташкил этиш сифати				
Бозор тадқиқоти				
Четга сотиш имконияти				
Маҳсулот турлари				
Рақобатбардош баҳо				
Маҳсулот янгилиги				
Реклама				
Инсон омили(манбаи)				
Квалификация (ходимлар)				
Рағбатлантириш тизими				
Бошқарувчилар малакаси				
Молия				
Қатъийлик				
Фойдалилик				
Қўллаб-қувватлаш манбаи				
Кредитга рухсат				
Истиқболлари				
Жами:				

Юқоридаги жадвал асосида корхона натижалари рақиб корхоналари натижаларига таққосланиб, сўнг рақобатбардошлик юзасидан хулоса чиқарилади. Бундан ташқари, алоҳида кўрсаткичлар бўйича ҳам кучли ва кучсиз томонларни билиб олишимиз мумкин.

Қуйида рақиблар маҳсулотлари рақобатбардошлиги қобилиятини баҳолашимиз керак бўлади.

5- жадвал

Рақиб маҳсулотларини баҳолаш омиллари

Баҳоловчи омиллар	Рақиблар			Сизнинг афзаллигингиз
	A	B	C	
Сифат				
Хизмат хусусияти				
Баҳо даражаси				
Маҳсулот самарадорлиги				

Ассортимент				
Маҳсулот ишончлилиги				
Савдо таъминот шартлари				
Маҳсулот қулайлиги				
Истеъмолчига хизматлар				

Юқоридаги жавдал маълумотлари асосида ўзининг маҳсулотларини рақиб маҳсулотларига нисбатан афзаллик томонларини ва камчиликларни билиб олиш мумкин. Кучсиз томонлар аниқлангандан сўнг рақобатбардошликни орттириш мақсадида корхона томонидан аниқ тадбирлар ишлаб чиқилади. Ишлаб чиқилган тадбирлар қуйидаги жадвалда акс эттирилади.

6-жадвал

Рақобатбардошликни орттириш тадбири

Тадбирлар	Муддат	Манба	Самара (натижа)
1.			
2.			
3.			
4.			

Рақобатбардошлик ортиши манбалари

Кўп қиррали рақобатбордошликнинг хусусиятлари шундан иборатки, у рақобатнинг реал (аниқ) имкониятларига кўпроқ тўғри йўл беради. Аммо корхонанинг имкониятли томонлари борки, бозорда рақобат қилишнинг асосий томонларини белгилайди. Мана шу имкониятли томонлар "рақобатбардошликнинг ошириш манбалари"ни англатади. "Рақобатбардошликни ошириш манбалари"ни икки гуруҳга бўлишимиз мумкин:

I. Корхона доирасидаги манбалар:
— илмий текшириш ва тажриба конструкторлик ишлари;
— ишлаб чиқариш воситалари;
— муомала харажатлари тузилиши;
— самарадорлик;
— сотиш хусусияти;
— сотиш сиёсати;
— ташқи алоқалар.

II. Корхона юзага келиш даражасидаги манбалар:
— иқтисодий ва маданий сиёсат;
— технологик имконият.

6.5. Зарарсизлилик таҳлили

Бозор иқтисодиёти шароитида ҳар қандай тадбиркорлик фаолиятининг бош мақсади самарали (фойдали) ҳаракат қилиш ҳисобланади. Шунинг учун ҳам, тадбиркор асосий эътиборни биринчи навбатда юқори даромад ва унинг юксалишига қаратмоғи лозим. Шу мақсадда: зарарсизлик таҳлил этилади. Таҳлилда қуйидаги тушунчаларга алоҳида аҳамият берилади:

а) зарарсизлик таҳлили усули;
б) доимий, ўзгарувчан ва аралаш харажатлар;
в) зарарсизликнинг таҳлили график усули;
г) зарарсизлилик нуқтаси ва унинг моҳияти;
д) ялпи фойда;
е) бошқарув усули;
ё) зарарсизлик зонаси.

Ҳозирги бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида безнесни бошқарувчилар, тадбиркорлар зарарсизликни таҳлил этиш қобилиятига эга бўлишлари лозим. Буларга:

а) бизнес режалаштириш;
б) мақсадли фойда таҳлили;
в) ишлаб чиқаришда мақбул технологияни танлаш ва ҳоказолар киради.

Зарарсизликни таҳлил этиш орқали ҳар бир менеджер (бошқарувчи) бизнесда ишбилармонлик соҳасидаги ўзгаришларни баҳолай олиш имконига эга бўлади. Сабаби бизнес қачон юксалса, ундан фойда олинади. Бизнесга кириш стратегиясини танлашда корхона фойдалилиги бош ўринни эгаллайди. Шундай экан, "Менеджерлар" ўзгаришлар таъсирини баҳолашга муҳтож бўлади. Бу вақтда асосий эътиборни қуйидагиларга қаратмоғимиз лозим:

– ишлаб чиқарилаётган (ёки ишлаб чиқариш кўзда тутилаётган) маҳсулотга бўлган бозор талаби;
– маҳсулот ишлаб чиқариш учун кетадиган зарурий харажатлар;
– ишлаб чиқариш харажатлари тузилиши ва таркиби;
– ишлаб чиқариш технологияси янгиланиши (ўзгариши) ни корхона самарадорлигига (фойдалигига) таъсири.

Шуни унутмаслик керакки, ҳар қандай бизнесни ёки тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишда бир қатор муаммолар юзага келади. Улар:

а) қандай ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқариш зарурлиги;

б) товар баҳосини қандай белгилаш кераклиги;

в) ўзгарувчи харажатлар даражаси қандай бўлиши лозимлиги;

г) арзон қўл меҳнатини ёки ишлаб чиқаришни механизациялашни танлашлиги;

д) маҳсулот сотишни 20% га ортиши корхона фойдалилигига қандай таъсир этиши;

ж) ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланишни қай даражага кўтарганимизда иш фойда бера бошлаши ва ҳоказо.

Ушбу муаммоларни ҳар томонлама чуқур ўрганиш тадбиркорга фаолият юзасидан тўғри қарор қабул қилишлигини олиб келибгина қолмай, бозорда муваффақиятли фаолият кўрсатиши, бозорда ўз ўрнига эга бўлишнинг калитини ҳам кафолатлайди.

Шунинг учун ҳам бошқарув қарорлари қабул қилишнинг асосийси зарарсизликни таҳлил этиш ҳисобланади.

Зарарсизлик таҳлили корхона маҳсулот баҳоси, ишлаб чиқариш ҳажми, маҳсулот бирлигига тўғри келувчи ўзгарувчан харажат, доимий харажат ва фойдалилигини ўрганувчи усулдир.

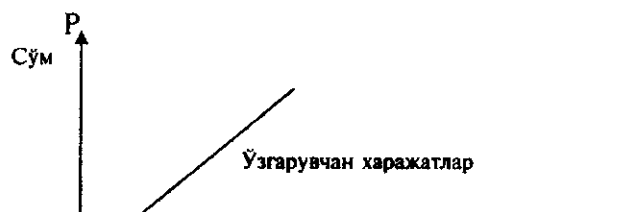
Зарарсизлик таҳлилининг энг асосий томони, бу харажатларни икки гуруҳга бўлиб ўрганишдир:

1. Доимий харажатлар.

2. Ўзгарувчан харажатлар..

Ўзгарувчан харажатлар маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми ортиши ва камайишига қараб ортиб ёки камайиб боради.

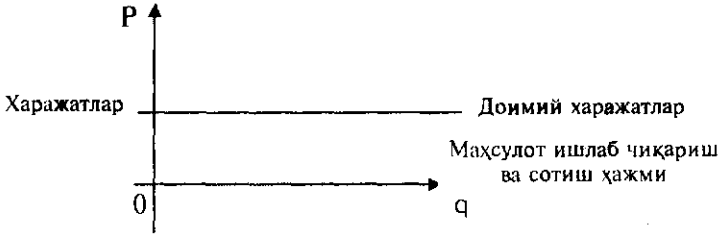
График кўринишда қуйидагича тасвирланади:



Буларга хом ашё ва материаллар, иш ҳақи, техник хизмат кўрсатиш, мукофотлар ва бошқа ўзгарувчан харажатларни киритиш мумкин.

Доимий харажатлар – бу маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажмига боғлиқ бўлмаган харажатлар.

Доимий харажатлар график кўринишда қуйидагича ифодаланади:



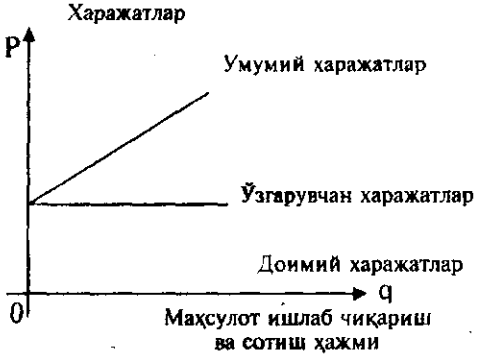
Бу харажатларга ижара тўлови, доимий маошлар, йиллик реклама харажатлари, коммунал хизмат тўловлари, суғурта суммаси ва бошқалар киритилади.

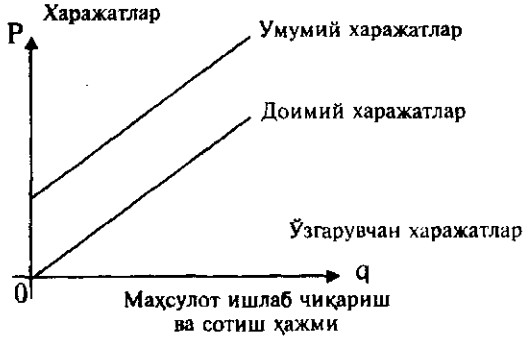
Юқоридаги харажатларни ўзгариши корхона (фирма)нинг молиявий ҳолатини ўзгаришига олиб келади. Шунинг учун ҳам ушбу масала ҳар бир "Бошқарувчи"нинг диққат марказида бўлмоғи лозим.

Зарарсизлилик нуқтаси

Зарарсизлилик нуқтаси – бу маҳсулот сотишдан тушган тушумни уни ишлаб чиқариш ва сотиш учун қилган харажатларга тенг бўлиши ёки фойда суммасини нолга тенглиги.

Корхоналар умумий харажатларини маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотишга боғлиқлиги қуйидаги кўринишини олади:





Ялпи фойда ва харажатлар

Ҳар бир бирлик тушум ҳисобига, маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ортишида, бир хил суммага ўзгарувчан харажатлар ортади. Бундан ташқари, доимий миқдор ҳам ортиб боради.

Ҳар бир маҳсулот бирлигида сотиш баҳоси билан ўзгарувчан харажатлар орасидаги фарқ, ўзгармас миқдор бўлиши керак. Бу фарқ ялпи фойда деб юритилади.

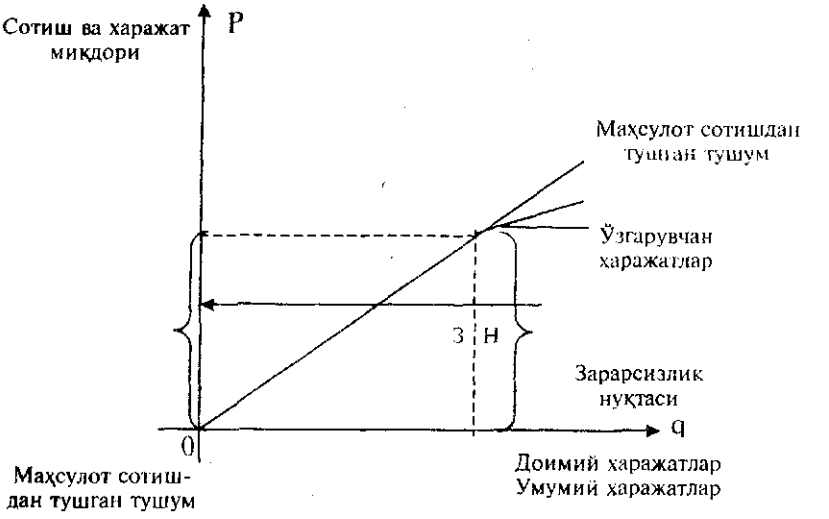
1-мисол:

Маҳсулот баҳоси – 50 сўм;
Ўзгарувчан харажатлар ҳиссаси – 28 сўм;
Доимий харажатлар – *11000 сўм*;
Битта маҳсулот ҳисобига ялпи фойда – 50-28=22 сўм;
Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми – 3000 дона;
Ялпи фойда умумий ҳажми – 22 х 3000=66000 сўм;
Маҳсулот сотишдан тушган тушум 50 х 3000=150000 сўм;
Ўзгарувчан харажатлар чегириб ташланади – 28х3000=84000 сўм;
Ялпи фойда – 66000 сўм.

Ялпи фойда	+	Доимий харажатлар	=	Фойда

Ялпи фойдадан (66000 сўм) доимий харажатларни (11000 сўм) айириб ташласак фойда қолади.

66000 – 11000=55000 сўм.



Зарарсизлиликни таъминлаш учун ялпи фойда миқдори доимий харажатларни қоплашга тенг бўлиши лозим.

$$\frac{\text{Ишлаб чиқаришнинг критик ҳажми (зарарсизлик нуқтаси)}}{\text{Ишлаб чиқаришнинг критик ҳажми (зарарсизлик нуқтаси)}} = \frac{\text{Талаб қилинган ялпи фойда}}{\text{Ягона бирлик ялпи фойда}} = \frac{\text{Доимий харажатлар}}{\text{Ягона бирлик ялпи фойда}}$$

2-мисол:

Маҳсулот бирлигига ўзгарувчан харажатлар – 30 сўм;
Реализация (сотиш) баҳоси – 36 сўм;
Доимий харажатлар – 110000 сўм;
Битта маҳсулот фойдаси – (36-30)=6 сўм.

$$\text{Зарарсизлик нуқтаси} = \frac{110000}{6}$$

Маҳсулот сотишдан тушган тушум	
ўзгарувчан харажатлар	
Ялпи фойда	
Доимий харажатлар	110000
Фойда	0

Зарарсизлилик нуқтаси хусусиятлари – ҳар қандай зарарсизлилик нуқтасидан юқори қўшимча ишлаб чиқарилган маҳсулот фойда беради. Зарарсизлик нуқтаси доимий ҳисобланмайди, у сотиш

баҳоси ўзгариши билан ўзгариб боради, технологик янгиликларни жорий этишда доимий ва ўзгарувчан харажатлар муносабатида бўлади.

Мақсадли фойда таҳлили

Зарарсизлик таҳлили маҳсулот сотиш ҳажмини баҳолашда қўлланилиши мумкин, чунки у фирмани мақсадли фойда олишини таъминлайди.

Тушум = Фойда + Ўзгарувчан харажатлар + Доимий харажатлар
Тушум – Ўзгарувчан харажатлар = Фойда + Доимий харажатлар

Талаб этилаётган ялпи фойда миқдори мақсадли фойдани таъминлаш ва доимий харажатларни қоплашга етарли бўлиши керак.

Маҳсулот сотишнинг зарурий ҳажми.

$$N = \frac{\text{фойда (мақсадли)} + \text{доимий харажатлар}}{\text{Маҳсулот бирлигига ялпи фойда}}$$

3-Мисол:
Маҳсулот баҳоси – 30 сўм;
Ўзгарувчан харажатлар – 10 сўм;
Доимий харажатлар – 60000 сўм.

Энди, 55000 сўм фойда олиш учун маҳсулот ишлаб чиқариши ҳажми қандай бўлиши керак?

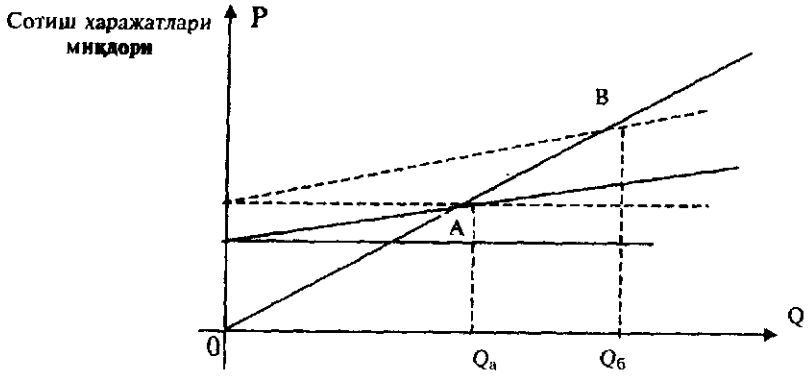
Ягона ялпи фойда 20 сўм (30-10)

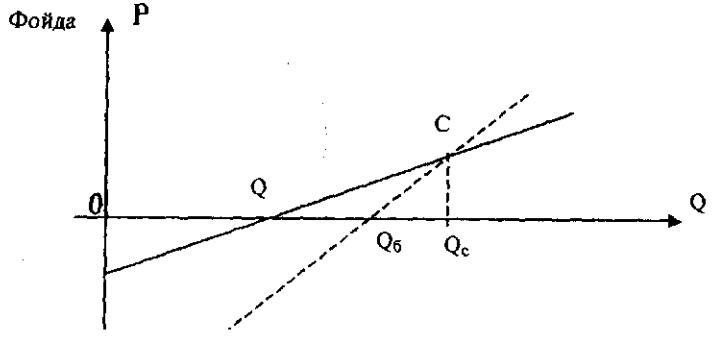
$$N = \frac{55000 + 60000}{20} = \frac{110000}{20} = 5500\ дона$$

Ишлаб чиқаришга мақбул (оптимал) технологияни танлаш.

Ишлаб чиқариш технологияси ҳақида бошқарув қарорларини танлашда керак бўлади.

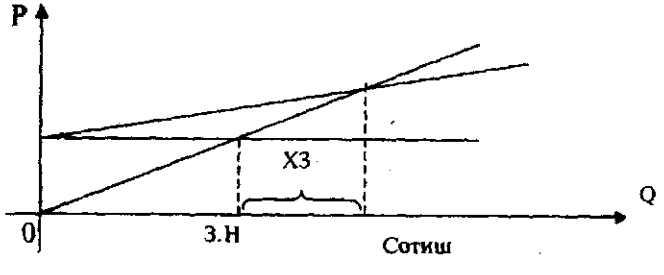
1. Ҳар бир вариантлар бўйича фойда миқдорини аниқлаш.
2. Ҳар бир вариантлар бўйича зарарсизлик нуқтасини аниқлаш.
3. Кўзланган (мақсадли) фойдага эришиш учун зарур бўлган зарурий маҳсулот сотиш ҳажмини аниқлаш.
4. Иккита технология бир хил фойда берадиган, сотиш ҳажмини аниқлаш.
5. Қарорни шакллантириш.





Хавфсизлик зонаси

Бизнес муваффақиятида кўзда тутилаётган маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми билан фирмани зарарсиз ишлаш ҳажми орасидаги фарқ алоҳида аҳамиятга эга, бу ерда маҳсулотга талаб камайиши мумкин.



Ушбу "Сотиш ҳисоби ҳажми" билан зарарсизлилик нуқтаси орасидаги фарқ хавфсизлик зонаси (ХЗ) деб аталади. Хавфсизлик чегараси сотиш ҳисоби ҳажмига нисбатан фоизда аниқланади.

4-мисол: Айтайлик зарарсизлилик нуқтаси 30000 дона миқдорда. Сотиш ҳисоб ҳажми 35000 дона. Бу ерда хавфсизлик чегараси (35000-30000) 5 дона ёки 14% сотиш ҳисобига нисбатан.

Агар сотиш 14 фоиздан камайиб кетадиган бўлса, корхона бир хил ишлашини таъминлай олмайди.

Хулоса қилиб, бир сўз билан айтганда, зарарсизликни таҳлилий усули асосан қуйидагиларда фойдали:

- бизнесни режалаштиришда;
- қарорлар қабул қилишда;

тадбиркорликда таваккалчиликни қисқартиришда ва ҳоказо.

II БЎЛИМ КИЧИК БИЗНЕСНИ РЕЖАЛАШТИРИШ

7.1. Олдиндан кўра билиш(прогнозлаш) моҳияти

Тадбиркорликда ижтимоий ҳаёт, келажакни олдиндан кўра билишсиз ижтимоий иқтисодий тараққиётда олдинга силжиш бўлмайди.

Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида жамият тараққиётини мақсадларини аниқлаш, ривожланишнинг энг қулай самарали йўлларини белгилаш, уларни илмий жиҳатдан асослаш учун уларни олдиндан кўра билиш керак бўлади.

Шунинг учун ҳам биз бугунги кунда олдиндан кўра билиш доирасини иложи борича кенгайтиришимиз, олдиндан кўра билиш борасида кенг қамровли ишлар олиб боришимиз, уларнинг метод ва методологиясини такомиллаштиришимиз зарурдир.

Олдиндан кўра билиш(прогноз) бу объектнинг келгуси даврдаги ҳолатини белгиловчи, илмий жиҳатдан асосланган тасаввур ёки фикр, уларнинг алтернатив йўли ва амалга ошириш муддати тўғрисидаги тасаввур, фикр ва қарашдир.

Ушбу фикр ва қарашларни ишлаб чиқиш жараёни (прогнозлаш) олдиндан кўра билиш дейилади.

Ўз навбатида олдиндан кўра билиш назария билан амалиётни боғловчи асосий бўғин ҳам ҳисобланади.

Унинг асосий кўринишлари:

Гипотеза, олдиндан кўра билиш(прогноз) ва режа ҳисобланади.

Гипотеза – умумназарий даражада илмий жиҳатдан тараққиётни олдиндан кўра билишдир. Гипотезалар асосан умумий характерга эга бўлади. Уларни ишлаб чиқишни бошланғич асоси ўрганилаётган объектнинг ривожланиши, ҳаракат қилишни сабаблари ва қонуниятлари асосида яратилган назариялар ҳисобланади.

Олдиндан кўра билиш(прогноз) тахминий хусусиятга эга бўлиб гипотезага нисбатан маълум бир миқдорда аниқликка эга. Олдиндан кўра билишда фақатгина сифат кўрсаткичларга асосланмай, унинг миқдори, ўлчамларига ҳам эътибор қаратилади.

Режа – белгиланган мақсадни ва аниқ олдиндан кўрилган воқеани ҳал этишга қаратилган йўлдир. Бунда қабул қилинган қарорларга асосланади, унинг ривожланиши манбалари ва йўллари қайд этилади. Унинг энг асосий ажралиб турадиган томони – аниқликдир.

Иқтисодий олдиндан кўра билиш ва уларнинг турланиши. Иқтисодий олдиндан кўра билиш(прогнозлаш) – иқтисодий жараёнларни тараққиётини илмий жиҳатдан асосланган усуллар ёрдамида белгилаб беришдир.

Иқтисодиётда фойдаланилаётган олдиндан кўра билиш-(прогноз)лар белгилари, мақсади, вазифаси, объекти ва ташкил этилишига қараб турланади.

Олдиндан кўра билиш ўз қамрови бўйича:

– макроиқтисодий олдиндан кўра билиш;

– структуравий олдиндан кўра билиш;

– халқ хўжалиги комплексларини тараққиётини олдиндан кўра билиш;

– тармоқ, регионал ва халқ хўжалик бўғинлари олдиндан кўра билишга бўлинади.

Муддатига қараб оператив (1 ойга), қисқа муддатли (1 ойдан 1 йилгача), ўрта муддатли (1 йилдан 5 йилгача), узоқ муддатли (5 йилдан 15 йилгача) ва узоқ муддатни кўзлаган (15 йилдан ортиқ).

Олдиндан кўра билишлар ўрганилаётган объектнинг хусусиятиига қараб:

– ишлаб чиқариш муносабатлари ривожланиши;

– илмий-техника тараққиёти юксалишининг иқтисодий, иқтисодий-ижтимоий оқибатлари;

– халқ хўжалиги ривожланиши динамикаси;

– кадрлар тайёрлаш, меҳнатга жалб этиш, меҳнат ресурсларини такрор ишлаб чиқариш;

– аҳоли турмуш фаровонлиги ортиши;

– баҳо, даромадлар ва молиявий муносабатлар;

– ташқи иқтисодий алоқалар ривожланиши;

– ва бошқа олдиндан кўра билишлар.

Юқоридаги қайд этилган олдиндан кўра билишлар ўз асосига эга бўлиб алоҳида аҳамиятга эга ҳисобланади.

Амалиётда иқтисодий олдиндан кўра билишлар бошқа турдаги социал(ижтимоий), сиёсий, демографик илмий-техник ва бошқа олдиндан кўра билишлар билан биргаликда тузиб чиқилади. Юқоридаги олдиндан кўра билишларни ишлаб чиқишда уларни тузиш тартибига риоя қилиш керак. Биринчи навбатда илмий-техник табиий манбалар, демографик жараёнлар ва иқтисодий олдиндан кўра билишлар.

Олдиндан кўра билишлар функционал белгисига қараб, улар изланувчан ва норматив бўлади.

Ҳозирги кунда олдиндан кўра билишда учта асосий ахборот манбасига асосланамиз:

- тарихий тўпланган тажриба;
- мавжуд ривожланиш тенденцияси;
- модел тузиш.

Юқоридаги учта асосий манбага таянган ҳолда бир-бирини тўлдирувчи олдиндан кўра билиш (прогноз)лар ишлаб чиқилади.

Олдиндан кўра билишнинг эксперт усулида социологик тадқиқотлар натижаларига таянилади(сўровлар, анкета ўтказиш ва ҳоказо).

Экстрополяция усулида объектнинг ўтган даврдаги тараққиёти ўрганилади ва келгусидаги ривожланишига асос қилиб олинади.

Моделлаштириш бу ўрганилаётган объектнинг изланувчан ва норматив моделига асосланиб унинг ўзгариши ва келгусидаги ҳолатини тасаввур этишдир.

Олдиндан кўра билиш амалиётида барча маълумотлар ва усуллар биргаликда қўлланилади.

Олдиндан кўра билишнинг қонуниятлари ва функциялари. Иқтисодий олдиндан кўра билиш(прогнозлаш)ни ривожлантиришда асосий ролни унинг амалга ошириш қонуниятлари бажаради. Бундай қонуниятларга биз таризий ёндашув, комплекс ёндашув тузилмавий ёндашув ва бошқаларни олишимиз мумкин.

Тарихий ёндашув маълум бир воқеа ва ҳодисани ўрганишда унинг тарихий тараққиётига таянишга айтилади. Ҳар қандай ҳодисани ривожланиши жараёнини олсак, унда доимо ўтган давр қолдиғи ва ҳозирги давр асоси келажак куртаги бўлади.

Шунинг учун ҳам олдиндан кўра билишда унинг тарихий тараққиёт йўлига эътибор беришимиз лозим.

Тарихий ёндашувнинг яна бир ижобий томони унинг амалиёт билан боғлиқлигидир.

Комплекс ёндашув воқеа ва ҳодисалар тараққиётни келгуси даврдаги ҳолатини баҳолашда, уларни ҳар томонлама, бир-бирига боғлиқ равишда ўрганилишидир.

Системали ёндашувда таркибий ўзгаришлар алоҳида аҳамият касб этади.

Олдиндан кўра билишнинг асосий функциялари қуйидагилардан иборат:

1. Ижтимоий-иқтисодий, илмий-техник жараёнлар ва ўзгаришларни илмий таҳлил этиш.

2. Маълум бир даврда, аниқ шароитларда халқ хўжалиги ривожланиши ҳолатларини объектив боғлиқда тадқиқ этиш.

3. Олдиндан кўра билинаётган объектларга баҳо бериш.

4. Иқтисодий-ижтимоий тараққиётни алтернатив тараққиёт йўлини белгилаш.

Илмий таҳлил этиш учта асосий босқичда амалга оширилади.

I- босқич. Ретраспекция – керакли маълумот олиш мақсадида объектнинг тарихий тараққиёти (ривожланиши) тадқиқ этилади (ўрганилади). Бу босқичда маълумотлар йиғилади, қайта ишланади, келгусида олдиниан кўра билиш мақсадларида маълумотлар сақланади.

II- босқич. Диагноз – олдиндан ўрганилаётган объект таҳлил этилади.

III- босқич. Проспекция – таҳлил маълумотларига асосланган ҳолда аниқ режалар ишлаб чиқилади. Ишончли ва асосли маълумотлар таҳлил қилинади.

Воқеа ва ҳодисаларнинг юзага келиши бир қатор сабабларга боғлиқ. Уларни биргаликда ўрганиш иккинчи функция моҳиятини ифодалайди.

Олдиндан кўра билишнинг яна бир асосий функцияси бу ўрганилаётган объектга баҳо бериш ҳисобланади. Унинг келгусидаги ҳолати ҳақида аниқ тасаввур берилади.

Олдиндан кўра билишнинг яна бир хусусиятли томони унинг кўп вариантлилиги ҳисобланади.

Олдиндан кўра билишда улар орасидан энг мақбул вариант аниқланиб олинади.

Олдиндан кўра билиш(прогноз)лар ишлаб чиқиш жараёни қуйидаги тартибда амалга оширилади.

1. Олдиндан кўра билиш мақсади шаклланади ва вазифалари белгиланади.

2. Юзага келиш вақти ва аниқлик даражаси аниқланади.

3. Маҳсулот истеъмолчилари доираси ўрнатилади.

4. Маҳсулотни истеъмол қилишдаги ҳиссаси аниқланади ва баҳолаш мезони ишлаб чиқилади.

5. Объект ҳақида ўрганиш юзасидан жорий маълумотлар тўпланади.

6. Маълумотлар манбалари аниқланади ва мезонлар бўйича баҳоланади.

7. Миқдор жиҳатдан баҳо бериш имкониятлари бўйича нормативлар ишлаб чиқилади.

8. Олдиндан кўра билиш усули танланади.

9. Ўрганилаётган даврга маҳсулотга бўлган эҳтиёж ҳисобланади ва унинг тузилиши аниқланади.

7.2. Режалаштиришнинг моҳияти ва унинг зарурлиги

Бозор иқтисодиёти шароитида корхоналарнинг муваффақиятли фаолият юритиши бир қатор омилларга боғлиқ бўлади. Улар жумласига: талаб ва таклифга асосланган ҳолда, қачон, қайси вақтга, қанча, қандай сифатда маҳсулот ишлаб чиқаришни тўғри аниқлаш; ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва технологиянинг оқилона ҳолатини танлаш; манбалар билан доимий равишда ва ўз вақтида таъминланишига эришиш; асосий ва айланма капитал миқдори, маҳсулотнинг сотиш шакллари ва усуллари киради.

Бугунги иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида хўжалик фаолиятини юритишда юқоридаги омиллардан фойдаланиш даражаси нақадар улкандир. Шунинг учун ҳар бир корхона улардан оқилона фойдаланишга ҳаракат қилади.

Бу эса ўз навбатида маълум бир дастаклардан ёки хўжалик юритишнинг механизмларидан фойдаланишни талаб этади. Бундай кўриниш корхона хўжалик ва ишлаб чиқариш фаолиятини режалаштириш деб аталади. Бир қатор самарали иш юритувчи корхоналар тажрибаси шуни кўрсатдики, бозор шароитида кескин рақобат ҳолатида режалаштириш иқтисодий ўсиш ва юксалишнинг бош шарти ҳисобланади. Бу ўз-ўзидан маълумки, ишлаб чиқаришни бозордаги талаб ва таклифга

оқилона мос келиши ҳамдир. Юқоридаги ҳолат режалаштиришнинг моҳиятини англатади ва қуйидагича намоён бўлади:

– биринчидан, имкониятларни танлаб олиш таққослаш мавжудлиги билан алоқадорликда;

– иккинчидан, танлаб олинган усул (вариант) юзасидан қарор қабул қилишга асос бўлади;

– учинчидан, режалаштириш қарорлар қабул қилишнинг узлуксиз жараёни, бу даврда доимий равишда вақт, мақсад ва вазифа ойдинлаштириб борилади, яъни маҳсулот ишлаб чиқаришдан тортиб то сотишга қадар бўлган жараёнлар;

Режалаштириш ёрдамида корхоналарнинг мақсадга эришиш стратегияси ишлаб чиқилади. Стратегияда аниқ режанинг бўлимлари асосланилади ва барча кўрсаткичлари бўйича тегишли координация (тузатиш)лар амалга оширилади.

– тўртинчидан, режалаштиришнинг асосий қонунияти: самарали фаолият олиб бориш ва корхона эгалари, таъсисчилар, акциядорлар жамоаси ва давлатнинг манфаатдорлигини таъминлашдан иборат;

– бешинчидан, режалаштириш ишлаб чиқариш омиллари ва топшириқлар хусусиятидан келиб чиқиб, узоқ, ўрта ва қисқа муддатли бўлади.

Узоқ ва ўрта муддатли режалар ёрдамида корхоналарнинг машина ва қурилмалар сотиб олиши, улардан фойдаланилиши, маҳсулотлар турларини аниқлаш, янги турдаги маҳсулотларни яратиш, уларни ишлаб чиқаришга жорий этиш, кадрлар сиёсати, сотиш бозорларини танлаш каби муҳим масалалар ўз ечимини топади. Шу билан бир қаторда ишлаб чиқаришни хом ашё ва материаллар билан таъминлаш масалалари қисқа муддатли жорий режаларда ҳал этилади.

Ҳозирги кунда юқоридаги узоқ муддатли, ўрта муддатли ва жорий режалардан ташқари стратегик режалардан ҳам кенг фойдаланилмоқда.

Режалаштиришнинг юқоридаги барча турлари ўзининг услуби, шакли, усуллари ва кўрсаткичларни ҳисоблаш тартибига эга. Бу эса "Истиқболни белгилаш ва иқтисодий фаолиятни режалаштириш"да кенг фойдаланилади.

Режалаштириш жараёни товар ва хизматларга эҳтиёжни аниқлаш, ишлаб чиқарувчиларга топшириқларни етказиб бериш, бажарилишини таъминлашга қулай имкониятлар яратиш ва уни назорат қилишни ўз ичига олади. Топшириқлар бажа-

катларда ҳам биз юқорида таъкидлаб ўтган режалар тизимидан кенг фойдаланилади.

Ҳозирда республикамизда фаолият кўрсатаётган ҳар қандай тадбиркорлик фаолияти ўзларининг режаларига эгадир. Уларнинг кенг тарқалган шакли бизнес режа ҳисобланади.



13-чизма. АҚШ фирмасининг ишлаб чиқаришни бошқариш режаси бўлимлари.

рилишини таъминлаш ва назорат қилиш режалаштиришнинг асосий ва ҳал қилувчи босқичидир.

Стратегик режалаштириш — корхонанинг мамлакат иқтисодий-ижтимоий қурилишида ва иқтисодиётида, келгусидаги ўрни ҳамда ролини белгилаб бериш ҳисобланади, шу жумладан, унга эришишдаги асосий пулларни ҳам. У режада эмас атрофдан унинг иқтиеодий тараққиётидаги эришган йўлларини ҳам ифодалайди, стратегик режаларни тузиб чиқишда атрофлича таҳлил этилган кўрсаткичларда ва истиқболни белгиловчи барча турдаги тахминлардан фойдаланилади.

Стратегик режалар 10-15 йилларга тузилади. Бу корхонанинг олий бошқарув органи воситаси ҳамдир.

Стратегик режалар узоқ ва ўрта муддатли режаларнинг бошланғич маълумоти базаси ҳам ҳисобланади.

Доимий равишда стратегик режа кўрсаткичлари шароитни ҳисобга олган ҳолда аниқлаштирилиб берилади. Узоқ муддатли режалаштириш натижаси барча фаолият турлари бўйича 3-5 йиллик режа тузиб чиқилади (сотиш, ишлаб чиқариш, харажат, молия ва ҳоказо).

Узоқ муддатли режалаштириш асосида қисқа муддатли режалар ишлаб чиқилади. Улар муддатига кўра 1-3 йилга мўлжалланган бўлади. Уларнинг алоҳидалик томонлари шундан иборатки, бу ерда биринчи йилига ойлар ва кварталларга тақсимланган ҳолда, сўнгра иккинчи ва учинчи йилларига ярим йиллик ва йилликка тақсимланиб кўрсатилади.

Корхоналарда жорий режалар ҳам ишлаб чиқилади, одатда, улар 1 йилга тузилади. Унинг асоси бўлиб, талаб ва таклиф хизмат қилади. Бу режаларда йиллик кўрсаткичлар кварталларга тақсимланган ҳолда кўрсатилади. Ушбу режаларнинг биринчи уч ойлик кўрсаткичлари ўзгармас ва қатъий ҳисобланади, қолган 9 ойлиги корректировка қилиниши мумкин.

Корхонанинг бошқа бўлимлари фаолиятини бир-бирига узвий равишда боғлашда оператив ёки календар режалар роли беқиёсдир. Ушбу режалар қисқа вақтга тузилади. Энг кенг тарқалгани 10 кунлик режалар ҳисобланади.

Стратегик режа топшириқларини белгилашда ҳар томонлама ёндашиш мумкин. Қуйидаги 13-чизмада АҚШнинг айрим фирмалари ишлаб чиқаришни режалаштириши ва бошқариши акс эттирилган.

Чизма маълумотидан кўриниб турибдики, ишлаб чиқаришни режалаштириш ва бошқаришда ривожланган мамла-

• кўзланган мақсадни сақлаб қолишга ёрдам бериш, тўсатдан юзага келган ҳолатларда танланган мақсаддан воз кечмасликни таъминлаш.

Бу яна, режада белгиланган барча вазифаларни тўла бажарилишини ҳам англатади:

• Бизнес-режа – бошқарувчига корхоналарни танглик ҳолатларини тўғри баҳолаш имконини беради ва ундан олиб чиқиб кетиш йўлларини кўрсатади. Бу ўз навбатида бошқарув самарадорлиги ортишини ифодалайди ёки таъминлайди.

• Бизнес режа қўшимча маълумот келиб тушиши ва маълум тажрибага эга бўлиш билан мақсад ҳамда вазифа мосланиб олинади. Бизнес режанинг бош мақсади фирманинг кўзлаган мақсадига эришиши, режа-иқтисод бўлими ходимларига ва сармоядорларга танланган йўлнинг мақсадга мувофиқлигини кўрсатиб беришдир.

Бундан ташқари, бизнес режа тадбиркорларнинг қуйидаги саволларига жавоб ҳам беради:

Бизнеснинг жорий ҳолати (биз қаерда турибмиз?).

Кўзланган мақсад (қайси томонга ҳаракат қилмоқдамиз?).

Энг қулай йўл (мақсадга қандай эришамиз?).

Бундан шуни хулоса қилишимиз мумкинки, бизнес режада ҳозирги ҳолатда кўзлаган мақсадга эришишнинг самарали йўллари кўрсатилиши, жорий мақсадларга эришиши, ўрта ва узоқ даврлардаги вазифалари ҳал этилиши акс эттирилади.

Хулоса қилиб айтишимиз мумкинки, бизнес режа тадбиркорларнинг иш қуроли бўлиб, ривожланаётган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари, фирмалар фаолиятида катта аҳамиятга эга. Бизнес режа ҳақида гап юритишдан олдин бизнесни баҳолаш бош ролни ўйнайди. Бу ерда биз бизнесни таҳлил этишимиз лозим.

Бизнес таҳлили – бу корхоналарда самарали режа ишлаб чиқишнинг зарурий шартларидан бири ҳисобланиб, уларнинг ташқи ва ички муҳит ҳолатлари ҳақида тўла маълумот беради. У ташкилотнинг ички ва ташқи талабларига мувофиқлигини аниқ маълумотлар асосида баҳолайди.

Ташқи муҳит таҳлили жараёни бу – бошқарувчи ёки тадбиркорнинг ташқи хавфни имкониятини баҳолаш, кўзланган мақсадга эришишдаги тўсиқ ва муаммоларни олдиндан билиш имконини беради. Ташқи муҳит омилларига қуйидагилар киради: маҳсулот ишлаб чиқариш ва тармоқ ривожланиши истиқболлари; рақобат ҳолати; маҳсулотнинг истеъмолчилари (харидорлар); сотиш фаолияти; макромуҳит ривожланиши тенденцияси киради.

7.3. Бизнес режа мақсади, вазифаси ва тузишдаги айрим алоҳидаликлар

Тадбиркор бизнесга биринчи қадам қўяётган пайтида ёки янги бир лойиҳани амалга ошириш жараёнида қуйидаги қийинчиликларга дуч келади:

Биринчидан – молиявий маблағларнинг етишмаслиги.

Иккинчидан – олдиндан белгиланмаган, кутилмаган ҳолатлар кўплиги.

Булар корхонани танланган йўлдан боришга имкон бермаслиги мумкин. Бундай нохуш ҳолатдан чиқишнинг йўли олдиндан ўз мақсадини қоғозга қайд этиш, баҳолаш ва истиқболни белгилашдир. Бу ўз навбатида ўша бизнес режани тузишдир. Бизнес режа кенг, ҳар томонлама аниқ тизимга туширилган ва чуқур ўйлаб тайёрланган ҳужжатдир. У фирманинг қай мақсадга ҳаракат қилаётганлиги, кўзланган мақсадга қайси йўллар билан эришиши ва кўзланган мақсадга эришгандан сўнг натижа қандай бўлади, деган саволларга жавоб беради. Бизнес режа ўзида олинган лойиҳани имкониятлари бўйича тўла маълумотларини акс эттиради. Бизнес режа корхона (фирма)нинг стратегик истиқболини белгилаб берадиган асосий ҳужжат ҳисобланади ва уни 3-5 йилга тузиш тавсия этилади. Бизнес режанинг биринчи ва иккинчи йилларига кўрсаткичларни (топшириқларни) кварталларга тақсимланган ҳолда берилиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади ва фақат учинчи йилдан бошлаб йиллик кўрсаткич (топшириқ)лар билан чегараланиш мумкин. Бизнес режа қуйидаги асосий масалаларни ҳал этади. Яъни:

– тадбиркорларга корхона (фирма)лар стратегиясини ишлаб чиқишнинг асоси бўлибгина қолмай, уни муваффақиятли амалга оширишга кафолат ҳам беради;

– бозор иқтисодиёти шароитида тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш, тартибга солиш ва бажаралишини назорат қилишнинг асосий қуроли бўлиб хизмат қилади;

– тадбиркорлик фаолиятни амалга ошириш жараёнида тўсатдан юзага келган салбий ҳолатлар юзасидан тадбиркорларни огоҳлантиради ва уларни ўз вақтида батараф этиш тадбирларини ишлаб чиқишга ёрдам беради;

– тадбиркорлик фаолияти юзасидан банклар, инвесторлар ва қарз берувчиларга тегишли маълумотлар олишга имкон беради.

Бундан ташқари, бизнес режа тузиб чиқишнинг иккита асосий сабаби ҳам мавжуд:

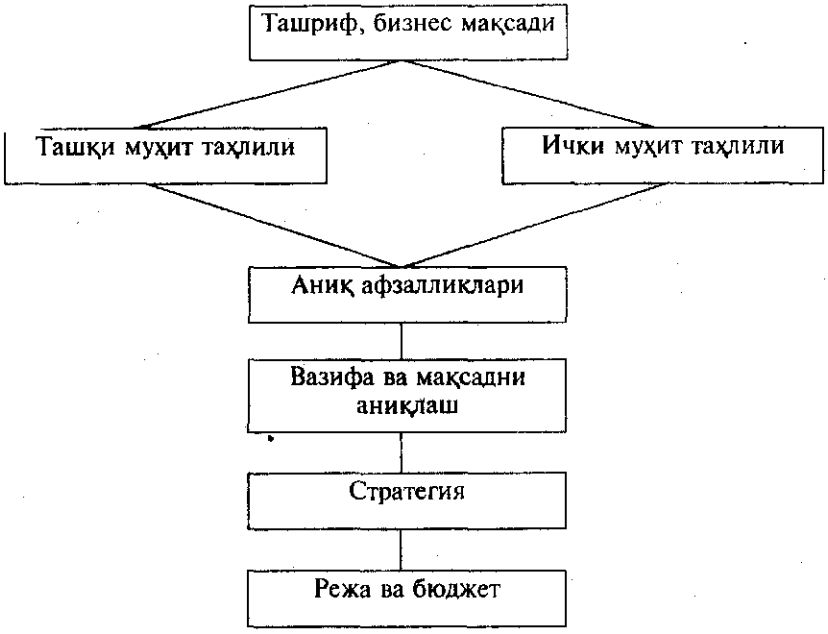
• ташқаридаги сармоядорларни, бизнесни мақсадга мувофиқлиги ҳақида ёки ссуда беришга ишонч ҳосил қилдириш;

ларга, фирма ходимларига тушунарли, аниқ ва равшан бўлишини исботлашдир.

Иккинчи босқичи режалаштириш даври: бизнес режаларнинг аниқ давомийлиги, товар ишлаб чиқариш ва бизнес хусусиятидан келиб чиқиб ҳар хил бўлиши мумкин. Одатда бизнес режалар икки-уч йилга тузилиб, биринчи йилнинг барча кўрсаткичлари ойлар бўйича аниқ-равшан кўрсатилади. Кейинги йилларга умумлашган истиқбол йўналишлари бўйича асосий топшириқлар акс эттирилади.

Бизнес режалар ўз муддатига қараб бир йилдан беш йилгача бўлиши мумкин.

Учинчи босқичининг асосийларидан бири, уни мақсадга эришиш ҳисобланади. Бунда, бизнес режа айрим товар бозорларидаги фирманинг стратегик (иетиқболли) фаолиятини ифодалайди. Қуйидаги 14-чизмада бизнес режа тузиш технологияси акс эттирилган.



14-чизма. Бизнес режа тузиш технологияси.

Бизнес режа тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланаётган корхона (фирма)ларнинг келгуси даврига ишончли асосдир. Чун-

7-жадвал

Бизнесга таъсир этувчи муҳитлар таркиби

Ташқи муҳит	Ички муҳит
1. Маҳсулот ва тармоқ ривожланиши истиқболлари	1. Маркетинг
2. Рақобат ҳолати	2. Молия
3. Маҳсулот иетеъмолчилари	3. Ишлаб чиқариш фаолияти
4. Сотиш фаолияти	4. Инсон омили (одам манбалари)
5. Макромуҳит ривожланиши тенденцияеи	5. Маъмурий фаолият

Улар асосан корхонанинг мавжуд имкониятларига боғлиқ бўлмайди.

Ички муҳит таҳлили бу корхонанинг барча фаолиятига услубий жиҳатдан баҳо беришдир. Унинг асосларига маркетинг; молия; ишлаб чиқариш фаолияти; инсон омили; маъмурий фаолият киради.

Ички муҳитни таҳлил этиш ёрдамида корхонанинг кучли (ижобий) ва кучсиз (салбий) томонлари аниқланади ва келгусида улардан оқилона фойдаланиш тадбирлари белгиланади. Бундан ташқари, муваффақиятсизлик сабабларини ўрганиш имконияти туғилади. Ички муҳит таҳлили ёки ўз-ўзини таҳлил этиш корхонанинг барча фаолиятига услубий баҳо беришдир. Унинг ёрдамида: корхонанинг кучли ва кучеиз томонлари аниқланади, унга ёрдам бериш йўли белгиланади, жорий йилда турли вазифаларни баробарига ҳал этиш ва муваффақиятсизлик сабабларини ўрганиш имкони туғилади.

Одатда ўз-ўзини таҳлил этишда бошқарувнинг бешта асосий функциясини ўрганиш тавсия этилади: Маркетинг, молия, ишлаб чиқариш, ходимларни бошқариш ва маъмурий фаолият. Шуни ҳам таъкидлаш лозимки, бизнес таҳлили натижалари бизнес режа тузиб чиқишдагина керак бўлмай, балки уни жорий фаолиятига баҳо беришда ҳам фойдалидир. Бизнес таҳлилининг асоси корхона (фирма) фаолиятини ўрганиш ҳисобланади. Қуйида ушбу масалага батафсилроқ тўхталиб ўтамиз.

Корхоналар фаолияти таҳлили босқичи истиқболли (стратегик) режалаштиришнинг бошланғич босқичи ҳиеобланиб, корхоналар ривожланишини ўрганиш ва бизнес режалари ишлаб чиқишнинг асоси ҳисобланади. У сўнгги бир неча йиллар учун асосий йўналишни белгилашда ҳам фойдаланади. Сабаби таклиф этилаётган ривожланишнинг йўналишларини сармоядор-

ки бизнес режаларда барча бизнесга оид молиявий ҳужжатлар, фирма тарихи, ривожланиш тажрибалари ва йўл қўйилган ҳолатлари илова қилинган бўлади. Янги ташкил этилаётган корхона (фирма)лар учун юқоридаги иловалар зарур эмас. Кўпроқ бу ерда режа тузиш асоси қилиб бозорни ўрганиш натижаларини олишимиз мумкин, яъни маркетинг тадқиқотлари натижалари. Бу ерда биз бир неча саволларга жавоб беришимиз керак. Бу саволлар: Бизнес режани ким тузади? Бизнес режа қачон керак бўлади? Қандай алоҳидалик томонлари мавжуд?

Юқоридаги саволларга жавобни қуйидаги бўлимлар орқали атрофлича билиб оламиз.

Одатда, бизнес режанинг сифати, уни ким томонидан тузиб чиқилишига боғлиқ бўлади. Халқимизда шундай нақл бор: "Нима эксанг, шуни ўрасан". Бу бизнес режа учун тўла тааллуқлидир. Бизнес режани кимлар ишлаб чиқиши борасида ҳар хил фикрлар юради. Айримлари корхона раҳбарининг иши, чунки у бунга мутахассис ва консультантлар ёрдамидан фойдаланиш имкониятига эга деб ҳисоблайди. Бошқа бир фикр шундан иборатки, бизнес режа тузишда корхона ишчиларини кенг жалб этиш мумкин. Агар корхона жамоаси ўзлари мустақил ишлаб чиқса, "ўзинг туздингми – ўзинг бажар" тамойили асосида анча осон бўлади. Бизнес режани тузишнинг аниқ йўллари бу – мақсадни аниқлаш, режалаштириш даврини белгилаш, раҳбар шахси, корхона ходимларини ишга лойиқлигини баҳолаш, уларни тажрибасига таяниш, билими ва бошқалар ҳисобланади.

Агар сиз ўз ишингизни (лойиҳангизни) яхши билсангиз, ахборот билан тўла танишган бўлсангиз, унда сизга "Бизнес режа" тузиб чиқиш унчалик мураккаб эмас. Аммо бу жараёнга мутахассис жалб этиш, улар фикрини ҳисобга олиш, режа сифатини ошишига олиб келади. Ҳозирги кундаги тажриба шуни кўрсатадики, энг тўғри вариант режа тузишда тадбиркор ёки мутахассисларнинг маслаҳатига кенг таянишдир.

Маслаҳатчилар ва тажрибали мутахассислар муаммони тўғри қўйиш билан бир қаторда "Бизнес режа"га товар хусусиятини таъминлаб беради. Бундан ташқари, маслаҳатчиларни бизнес режа ишлаб чиқиш жараёнига жалб этилиши маҳсулотлар сотиш бозорини танлашда ва молия режасини ишлаб чиқишда ҳам беқиёсдир.

Энди, навбат бизнес режаларнинг тадбиркорлар учун қачон кераклигидадир.

Кўпчилик иш юритувчилар, тадбиркорлар, корхона (фирма) раҳбарлари "Бизнес режа" қачон керак дейилганда, банкдан

ссуда ёки сармоядордан пул олишда зарур бўладиган ҳужжат деб ҳисоблайди. Шу сабабли айрим қўшимча маблағ талаб этилмайдиган корхоналар бизнес режа тузмайдилар. Режалаштириш жараёнини тўлиғича тўгри тушунмайди ва унинг афзаллиги, фойдаси ҳақида етарли тасаввурга ҳам эга бўлмайдилар. Бундай қарашлар нотўғри ҳисобланади. Мулк формасидан қатъи назар барча тадбиркорлик фаолияти учун бизнес режа зарурдир. Бизнес режалар кимларни кўпроқ қизиқтиради? У асосан хўжалик фаолияти юритувчилар ва инвестиция (сармоя)га муҳтож бўлганлар учун тузилади:

- иш юритувчилар;
- мулкдорлар;
- сармоядорлар.

Иш юритувчилар, одатда, бизнес режа ташкилотчиси ва бажарувчиси ҳамдир. Кам эътибор берилса-да, иш юритувчининг имконияти бизнес режада эмас, балки уни режалаштириш жараёнида юқори бўлади. Мулкдорнинг бизнес режа тузишдан манфаатдор бўлиши, ўз фирмасини келгусидаги ривожланиши ҳақида маълумотга эга бўлишдир. Кичик корхоналарда иш юритувчи бир вақтнинг ўзида мулкдор ҳам бўлиши мумкин ёки бизнес режа ташкилотчиси, бажарувчиси ва назорат олиб борувчиси каби ҳар хил ролни бажариши ҳам мумкин. Одатда, бизнес режалар банклар учун тузилади. Ғарб банкларининг кўпчилигига бизнес режаларни тақдим этилиши мажбурийдир. Кредит берувчилар бизнес режани кредит бериш ҳақидаги қарорларни қабул қилишдан олдин ахборотларини қўшимча манбаи сифатида кўрадилар. Аммо кредит аниқ бир шахсларга белгиланган мақсадлари учун берилади. Бундан кўриниб турибдики, мақсадни ҳам билиб олиш фойдадан холи бўлмайди.

Бизнес режа тузилиши иш юритувчи, мулкдор ва сармоядор учун манфаатлидир. Бу уларнинг қуйидаги саволларига тўла жавоб беради:

– Фирма лойиҳа имкониятларини баҳолашда лойиҳа келгусида тижорат ва молиявий ютуқ келтирадими?

– Фирма ва бюджет тўла фаолияти юзасидан мақсадни белгилашда фирманинг қандай умумий вазифаси мавжуд ва уни келгусида ривожланиши қандай? Бюджет, унинг тузилиши, даромади ва харажати ҳақида тўла тушунча мавжудми?

– Зарур бўлган сармоя мақсадини аниқлаш ва режаларни бажариш учун қандай миқдорда маблағ керак бўлади?

Ғояга аниқлик киритишнинг охирги якуний ҳужжати бу бизнес режа ҳисобланади. У ўзида таҳлил натижалари, ғоя ва тўсатдан юзага

келган фикрларни умумлаштиради. Фаолият юзасидан тўла маълумот беради.

Амалиётда таништириш (презентация) ва таҳлил ўтказишда.

Яхши ишлаб чиқилган бизнес режа тўла кафолат бермасада пул олишга ёрдам беради. Сармоядор бизнес режадан ахборот манбаи сифатида фойдаланади. Шу асосда фаолиятни баҳолайди.

– Лойиҳа таваккалчилиги (риск) ва ликвидация даражаси.

– Бошқарув сифати.

– Бошқарув сифати кўп ҳолатларда кредит учун кафолат омили бўлиб хизмат қилади. Айрим ҳолатларда пул бериш юзасидан қарор қабул қилинишича асосий бўлим бизнес режани мазмуни эмас, унинг тақдим этилиши ва расмийлаштирилиши ҳам аҳамият касб этади.

Бизнес режани ишлаб чиқишдан асосий мақсад – фирма фаолиятини келгуси давр ва айрим олинган даврдаги бозор эҳтиёжлари ҳамда зарурий манбалар олиш имкониятларидан келиб чиқишдир. Бизнес режалар тадбиркор учун қуйидаги асосий вазифаларни ҳал этишда ёрдам беради:

– Фирма фаолияти асосий йўналиши, бозор мақсадлари ва фирманинг бозордаги ўрнини аниқлаш.

– Фирманинг узоқ муддатли ва қисқа давр мақсадлари, стратегияси, тактикасини амалга оширишга эришишни белгилаб бериш.

– Фирманинг истеъмолчиларга тавсия этадиган товар (хизмат)лар таркибини танлаш ва асосий кўрсаткичларни аниқлаш.

– Кадрларга қўйилган талаблар ва уларнинг ўз вазифаларига мос келишини баҳолаш.

– Бозорни ўрганиш бўйича фирма маркетинг тадбирлари таркибини, реклама реализациясини рағбатлантириш, баҳони шакллантириш ва реализация йўлларини аниқлаш.

– Мавжуд материал ва молиявий маблағлардан келиб чиқиб, фирманинг материал ва молиявий ҳолатини баҳолаш.

– Бизнес режани муваффақиятсизлигига таъсир этувчи омиллар ҳақида огоҳлантириш.

Бугунги кундаги шароит тадбиркордан бизнесда муваффақиятсизликка учрашдан кўра, маълум вақт сарфлаб бизнес режа ишлаб олишни талаб қилади. Ёзма шаклда жиҳозланган бизнес режа ишни ташкил этиш ва уни бажаришни таъминлашда катта аҳамиятга эгадир. Агар бозор тез суръатлар билан ўзгариб турган тақдирда ҳам уни ишлаб чиқишни эсдан чиқармаслик шарт.

Корхона (фирма) фаолиятида бизнес режалардан фойдаланиш қуйидаги самарани беради:

а) раҳбарларни фирманинг келгуси фаолияти билан қизиқишга ундайди;

б) кўзланган мақсадга эришишда қабул қилинаётган қарорни ўта аниқ бўлишига имконият яратади;

в) фирма фаолияти устидан келгусида назорат олиб бориш учун кўрсаткичларни белгилайди;

г) раҳбарларнинг мақсадларини аниқ белгилаш ва унга эришишнинг тўғри йўлларини танлашга ундайди;

д) бозордаги ҳолатларни тўсатдан ўзгариш шароитида ҳар қандай салбий ҳолатлардан муваффақиятли чиқиб кетишни таъминлайди;

е) фирманинг барча раҳбарлари бурч ва мажбуриятларини аниқ кўрсатиб беради.

Яна бир яхши томони, тўғри тузилган бизнес режа фирманинг келгусида ривожланишини кўрсатади, бизнесменнинг зарур бўлган қуйидаги асосий саволларига ҳам жавоб беради:

Пулни ушбу фаолиятга сарфлаш мақсадга мувофиқми?

Даромад олиб келадими?

Қилинган харажатларни қоплайдими?

Қоида бўйича, бизнес режага эҳтиёж жуда мураккаб ва зарур масалаларни ҳал этишда юзага келади, масалан:

1. Ҳаракатдаги ва янги тузилаётган хусусий ҳамда ҳиссадорлик фирмалари кредит олиш учун буюртма тайёрлашда.

2. Давлат корхонасини хусусийлаштиришни асослашда.

3. Янгича иш ташкил этиш, фирманинг келгусида маҳсулот ишлаб чиқариш йўналиши ва тижорат фаолияти ҳолатини аниқлашда.

4. Фирма фаолиятини ўзгартириш ва янги турдаги маҳсулот ишлаб чиқариш, йўналиш ва усуллар танлаш орқали тижорат жараёнларини амалга ошириш йўналишларида.

5. Хусусийлаштирилган ва хусусий фирмалар акцияларини чиқариш ҳамда реализациясини таъминлашда.

6. Ташқи бозорга чиқиш, чет эл инвестициясини жалб этишда ва бошқалар.

Бизнес режалар кўлами кўзланган мақсаднинг йўналиши ҳажмига боғлиқ ҳолда ўзгариши мумкин. Бу ерда кўрилаётган масалаларини ўрганиш даражаси ҳам асосий рол ўйнайди. Бундан ташқари, бизнес режа тузишда тадбиркорларнинг ўзлари қатнашуви даражаси жуда ҳам зарур ҳисобланади. Чет эл инвесторлари шахсан раҳбар томонидан тузилган бизнес режаларни алоҳида баҳолайдилар. Консультантлар томонидан ишлаб чиқилган ва раҳбар имзолаган бизнес режалар кўп ҳолатларни тан олмайдилар. Бу ўз вақтида консультантлардан фойдаланмасликни билдирмайди, аммо экспертларни жалб этишни кенг қўллаб-қувватлайди. Гап шахсан раҳбарни бизнес режа тузишда иштироки ҳақида боради.

8. Бизнес режа тузиш технологияси

8.1. Ишчи гуруҳни ташкил этиш ва бизнес режа ишлаб чиқиш

Бизнесни режалаштиришнинг биринчи қадамларидан бири юқори малакали кадрларга асосланган ишчи гуруҳни ташкил этиш ҳисобланади. Ушбу гуруҳга ўта масъулиятли вазифа юклатилиб, корхона учун бизнес режа ишлаб чиқиш ва бозор шароитида муваффақиятли ишлаш имконини яратиб беришдир. Бутун бир "Бизнес режа" ва унинг бўлимлари кенг ҳар томонлама муҳокама қилиниши зарур. Бизнес турига қараб ишчи гуруҳ таркибига маркетологлар, юристлар, инженер-техник ходимлар, иқтисодчилар, руҳшунос (социолог)лар жалб этилади. Иш ҳажмини катта бўлган ҳолатда улар таркибидан майда ишчи гуруҳлар ташкил этилиши мумкин. Ҳар бир гуруҳга масъулиятли шахс ёки раҳбар тайинланади. Бизнес моҳиятидан келиб чиқиб аниқ топшириқлар берилади ва уларни бажаришнинг аниқ муддати белгиланади. Агар бизнес режа ишлаб чиқишда маълум бир чегараланган шахслар иштирок этса, ушбу бизнес ўта юқори муваффақиятга эришмайди. Шу мақсадда бизнес режа ишлаб чиқишга корхонанинг барча асосий бўлимлари бошлиқлари (менеджерлари)ни жалб этилиши мақсадга мувофиқдир. Чунки улар доимий равишда раҳбарият олдида режа бажарилиши ҳақида ҳисобот бериб турадилар.

Бизнес режа тузиш – корхонани олдиндан белгилаб олган стратегияси ва тактикаси асосида молиявий-иқтисодий аҳволини таҳлил этиш ҳамда баҳо бериш жараёни. Юзага келган ҳисоботга баҳо бериш жараёнида қуйидаги саволларга жавоб берилиши керак:

Корхонанинг тармоқ ичида тутган ўрни қандай?

Корхона фаолият кўрсатадиган бозор ҳолати қандай?

Корхона мавжуд бозорнинг қанча қисмини эгаллашни хоҳлайди?

Қандай сезиларли ўзгаришлар бўлиши мумкин?

а) ишлаб чиқариладиган маҳсулот ва кўрсатилган хизмат соҳасида;

б) тармоқда қўлланиладиган технология даражасида;

в) рақобат тури борасида.

Корхона келгусида маҳсулот ишлаб чиқариш сифатини (рақобатбардошлигини) оргтириш мақсадида қандай тадбирлар амалга оширишни кўзда тутади?

Корхона қандай афзалликларга эга? Кучли томонлари мавжудми?

Корхонанинг кучсиз томонлари мавжудми?

Корхонани кўзлаган мақсадига эришишида қўшимча капитал маблағ зарур бўладими?

... ва ҳоказо.

Бозор иқтисодиёти шароитида хўжалик юритиш раҳбарнинг ўтган даврда корхона молиявий ҳолатини чуқур таҳлил этишни тақозо қилади. Мақсади - мавжуд активлардан оқилона фойдаланиш ва корхонани келгусида стратегияни режалаштиришни аниқлашдир.

Корхонанинг молиявий ҳисоботи кенг маънода олганда имкониятли шериклар (ҳиссадорлар, қарз берувчилар, мол етказиб берувчилар) билан узвий алоқани бош манбаи ва воситачиси бўлиб хизмат қилади. Ҳисобот кўрсаткичлари таҳлил этишни тўғри йўлга қўйилиши корхона молиявий хўжалик фаолиятини таҳлил этиш ва шерикларда ишбилармонлик жараёнларини биргаликда амалга оширишга ишонч туғдиради. Корхона молиявий-хўжалик фаолиятини таҳлил этишда ахборот манбаи этиб бухгалтерия баланси ва молиявий натижалар ҳисоботи олинади. Корхона балансидан аниқ бир даврга (квартал, йил) молиявий ҳолат тўғрисида тавсифнома олиш мумкин. Таҳлил этишда қуйидаги асосий коэффициентлардан фойдаланиши мумкин. Жорий ликвидлик коэффициенти (К. т. л).

Жорий ликвидлик коэффициенти (даражаси) қарз миқдори билан ликвид маблағ (қарз тўлашга қодир маблағнинг) миқдори ўртасидаги нисбатга боғлиқ бўлади. Агар қарз ликвид маблағдан кўп бўлса, корхона банкрот бўлади. Бу кўрсаткичлар корхоналарни айланма маблағлари билан тўла таъминланганлиги ва ўз вақтида муддатли мажбуриятларни бажарилишини ифодалайди. У корхонада мавжуд бўлган ишлаб чиқариш қувватлари, тайёр маҳсулотлар, пул маблағлари, дебиторлик қарзлари ва бошқа айланма активларини муддатли мажбуриятларига ҳисоботи билан аниқланади.

$$К.\ т.\ л = О\ С\ /\ К\ О$$

Бу ерда: О С – айланма маблағлар;
К О – қисқа муддатли мажбурият.

Шахсий маблағлар билан таъминланганлик

Бу кўрсаткич корхонани молиявий турғунлигини таъминловчи айланма маблағларини мавжудлигини билдиради. Шахсий маблағлар билан таъминланганлик коэффициенти бу шахсий айланма маблағлар ҳажми манбаидан ҳақиқий асосий воситалар қиймати ва айланмадан ташқари активлар фарқини корхона айланмасида бўлган мавжуд ишлаб чиқариш захиралари кўринишидаги айланма маблағлар, тугалланмаган ишлаб чиқариш, тайёр маҳсулот, пул маблағлари, дебиторлик қарзлари ва бошқа айланма маблағлар фарқига нисбати билан

аниқланади. Молиявий-иқтисодий талаб қониқарли деб ҳисобланади. Қайсики қуйидаги шартлардан бири бажарилса:

- Йил охирига ликвидлик коэффициенти 2 дан кам бўлмаган аҳамиятга эга бўлса.
- Йил охирига айланма маблағлар билан таъминланганлик 0,1 кам бўлмаган аҳамиятга эга бўлса.

Юқоридагиларни баҳолаш мақсадида қуйида капитал маблағлар тузилиши коэффициентлари таҳлили берилган.

7- жадвал

Молиявий боғлиқлик коэффициенти	= Қарзга олинган / Шахсий капитал	[<1]
Ўз мулки бўйича тўла мустақиллик коэффициенти	= Шахсий капитал / Активлар ўртача йиллик қиймати	[>0,5]
Молиявий барқарорлик коэффициенти	= Шахсий маблағ + узоқ муддатли қарзлар / Активлар ўртача йиллик қиймати	[> 0,5]
МОСЛАНУВЧАНЛИК (маренвност) КОЭФФИЦИЕНТИ	= Ишчи капитал / Шахсий капитал	[<0,5]
АСОСИЙ ВОСИТАЛАР ЯНГИЛАНИШ КОЭФФИЦИЕНТИ	= Ажратилган амортизация / Асосий воситалар бошланғич қиймати	[<0,5]

Рентабеллик коэффициентлари

АКТИВ РЕНТАБЕЛЛИГИ (САМАРАДОРЛИГИ)	= Соф фойда / Активлар ўртача йиллик қиймати	.
СОТИШ (РЕАЛИЗАЦИЯ) РЕНТАБЕЛЛИГИ	= Ялпи (соф) фойда / Маҳсулот сотишдан тушган соф тушум	.
ШАХСИЙ КАПИТАЛ РЕНТАБЕЛЛИГИ	= Соф фойда / Шахсий капитал ўртача йиллик қиймати	.
ҚАРЗГА ОЛИНГАН КАПИТАЛДАН ФОЙДАЛАНИШ РЕНТАБЕЛЛИГИ	= Шахсий капитал рентабеллиги / Заём маблағининг ўртача фоиз даражаси	.
МАҲСУЛОТ (ТОВАР, ХИЗМАТ) РЕНТАБЕЛЛИК ДАРАЖАСИ	= Ялпи (соф) фойда / Товар маҳсулот таннархи	.
АКЦИЯ ФОЙДАЛИГИ (САМАРАДОРЛИГИ)	= Соф фойда / Муомаладаги акция миқдори	.

ФОНД СИҒИМИ КОЭФФИЦИЕНТИ	= Асосий воситалар ўртача йиллик қиймати / Реализациядан олинган соф тушум

Корхона ишбилармонлик активлиги коэффициентлари

АКТИВЛАР АЙЛАНИШИ	= Маҳсулот сотишдан тушган соф тушум / Активлар ўртача йиллик қиймати

ДЕБИТОРЛИК ҚАРЗЛАРИ АЙЛАНИШИ	= Маҳсулот сотишдан тушган соф тушум / ўртача йиллик соф дебиторлик қарзлари
КРЕДИТОРЛИК ҚАРЗЛАРИ АЙЛАНИШИ	= Реализация қилинган маҳсулот таннархи / ўртача йиллик кредиторлик қарзлари

ШАХСИЙ МАБЛАҒ АЙЛАНИШИ	= Реализация ҳисобга олинган соф тушум / Шахсий капитал ўртача йиллик қиймати

ЎЗ-ЎЗИНИ МОЛИЯЛАШТИРИШ ИМКОНИЯТЛАРИ	= Инвестиция суммаси / Накд пул тушуми оқими

МАВЖУДЛИК ОҚИМИ (ПОТОК НАЛИЧНОСТИ)	= Соф маҳсулот+амортизация ажратмаси+асосий маблағлар–асосий маблағлар қиймати ортиши+ +резерв фонди қиймати ортиши ёки камайиши

Шу билан бир қаторда ишлаб чиқариш дастури бажарилишига таъсир этувчи омилларни ҳисобга олишимиз зарур. Уларга: маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми ва тузилмаси (структураси), меҳнат унумдорлиги; асосий ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланиш; янги техника ва технологияни ишлаб чиқаришга жорий этиш; ишлаб чиқариш имкониятларидан оқилона фойдаланиш; фойдалилик; тўлов қобилияти; муомала харажатлари камайиши ва ҳоказо.

Юқоридаги омиллар таъсирини таҳлили ёрдамида бой берилган имкониятлар аниқланади. Шу асосда асосий воситалар, меҳнат, молия материаллар ва ахборот манбаларидан фойдаланиш даражасини оширишни моддий имконияти туғилади. Ўзўзини баҳолаш жараёни келгусида корхонанинг стратегияси ва тактикасини ишлаб чиқиш шароитини яратади ҳамда кўзланган мақсадга тезда эришишга олиб келади. Корхонанинг барча шаклланган бўлим ва бўғинларида аниқ ҳамда реал мақсадлар бўлиши керак. Улар тармоқ ва бозор нуқтаи назаридан асосланиши шартдир.

Янги лойиҳа юзасидан бизнес режа ишлаб чиқишдан аввал биринчи навбатда уларни техник-иқтисодий жиҳатдан асослаш, яъни қўйилган мақсад бўйича лойиҳанинг мувофиқлигини аниқлаш лозимдир. Агар лойиҳа мақсадга мувофиқ

бўлса, уни яна қўшимча равишда ўрганиш ва тўла қонли даражада лойиҳани асослаш керак. Унинг кейинги босқичида кўзланган мақсадни ҳал этиш йўлида стратегик режа ишлаб чиқишдир. Бу режага барча бўғин ва бўлимларнинг стратегияси киритилиши шарт. Бу ерда энг кераклиги бўлим ва бўғин режаларини координация қилиниши, муддатлари билан бир-бирига боғланганлигини таъминлаш мақсадга мувофиқдир. Кўзланган мақсад бўйича корхона ишлаб чиқариш стратегиясини шакллантиришда қуйидаги саволларга жавоб бериш керак:

1. Мавжуд ташкилий тизимга қандай таъсири бўлади?
2. Янги ёки олдинги фаолият тури корхона узоқ муддатли мақсадига эришишга мос келадими?
3. Ушбу лойиҳа бўйича қўйилган вазифани бажаришга корхона тайёрми?
4. Раҳбарлик даражаси лойиҳа талабларига мос келадими?
5. Молиявий нуқтаи назардан корхона ўзини бошқариши мумкинми?
6. Кўзланган лойиҳани амалга ошириш учун корхонани молиявий маблағлари етарлими?
7. Корхона лойиҳани амалга ошириши йўлида зарурий маблағларни бир жойга жамлаши мумкинми?
8. Ўйланган стратегия корхонанинг ижобий томонларини ёритишга имкон берадими?
9. Муваффақиятни юзага келиши қай даражада юқори, уни амалга оширишда корхона яна нима ишлар қилиш керак?
10. Қандай таваккалчиликка дуч келади, агар у амалга оширилмаса ёки қўлланилмаса мақсадга эришиб бўладими?
11. Ишлаб чиқариш стратегиясининг амалга ошириш қанча вақт талаб қилади ва у қандай натижалар беради?
12. Таваккалчилик даражаси қандай ҳолатларда камайиши мумкин?
13. Қачон маҳсулот ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатишда зарарсизлик нуқтасига эришилади?
14. Ташқи омиллар таъсири қандай бўлиши мумкин?
15. Қабул қилинган режани корректировка қилиш мақсадида вақти-вақти билан кўриб турилиши қандай?

Юқоридаги саволларга бизнес режада атрофлича, аниқ таҳлил маълумотларига асосланган ҳолда жавоб берилиши кўзланган мақсадга эришишнинг бош мезони ҳисобланади.

8.2. Бизнес режани амалга ошириш жараёни ва қайта кўриш

Ҳар қандай бизнес режа доимий равишда қайта қуриб борилиши шарт. Аниқ ва самарали режа ҳам ташқи муҳит шартлари ўзгариши ҳисобига мақсадини йўқотиши мумкин.

Бизнес режа мақсади, вазифаси ташқи ва ички омиллар ҳисобига ўзгариши мумкин, яъни умумиқтисодий аҳвол, харидорнинг ҳолати, янги технология, рақобат ички омиллар юқори малакали кадрларни йўқотиш ва ҳоказо.

Бундан ташқари, бозордаги, тармоқдаги ва корхонадаги барча ўзгаришларни ҳисобга олмоқ керак. Чунки бу ўзгаришлар бизнес режани бажарилишга таъсир этиши эътибордан холи эмас. Шунинг учун корхона раҳбарлари томонидан тегишли ўзгаришлар киритилиб борилиши мақсадга мувофиқдир. Раҳбар бозор шароитидан келиб чиқиб режага нисбатан фарқланишни тушуниши ва тўғри баҳолаши лозим. Раҳбарнинг бундай ёндашуви режа топшириқларини бажариш ва мақсадга эришишда тўғри йўлни танлаганлигини билдиради ҳамда ўз навбатида муваффақият гарови ҳам бўлиб қолади. Юқоридаги мақсадга эришишнинг бирдан бир тўғри йўли, унинг етарли ахборот манбаига эга бўлишидир. Ҳозирда бизнес кўпроқ ахборот манбаи етарли эмаслиги ҳисобига қийинчиликларга дуч келмоқда. Уларга:

– корхона раҳбари иш столида тезкор маълумот мавжуд эмаслиги;

– товар материал бойлик ҳисоби етарли даражада тўлиқ олиб борилмаслиги;

– товар материал захиралари зарари, маҳсулотларни табиий йўқолиши, унумсиз йўқотишлар ҳисоби ва тўла амалга оширилмаганлиги;

– маҳсулот тури бўйича ҳисоб янги ҳолатда олиб борилмаганлиги;

– дебитор кредиторлик қарзлари ҳисоботлари кеч тайёрланиши ёки раҳбар томонидан таҳлил этилмаслиги ва ҳоказо.

Бундан ташқари, бозор иқтисодиёти шароитида корхона раҳбарлари ташқи ахборот манбаларидан кам фойдаланади. Уларнинг сабаби:

– ахборот ва консалтинг марказлар хизмати жойларда талаб даражасида эмаслиги;

– тижорат банклари фаолият тури нисбатан чекланганлиги;

– товар ишлаб чиқарувчилар ва тадбиркорлар палатасининг ишлари тадбиркорларни тўла қониқтирмаслиги;

– концерн, тармоқ уюшмалари, инвестицион уюшмалар;

– касб журналлари кам даражада чоп этилиши. Ўз вақтида етиб келмаслиги;

– биржа янгиликлари доимий равишда бериб борилмаслиги;

– бизнес фонд материаллари ўз вақтида етказилмаслиги.

бозор талаби доимо юксалиб боради. Корхона раҳбари фирма дастурини ишлаб чиқишда фаолиятни ўта тор ёки ўта кенг доирасида танлаб олмаслиги зарур.

Фирманинг фаолият дастурини ишлаб чиқиш стратегик режалаштиришнинг биринчи босқичи ҳисобланади.

Стратегик режалаштириш бу фирманинг барча куч ва имкониятларга таянган ҳолда ўзгарадиган ташқи шартларга ўта тез мослашувни таъминловчи хўжалик механизмини яратишдир. Бу хўжалик фаолиятида таваккалчилик ва ишончсизликни камайтирди, танланган йўналиш бўйича манбаларни мужассамлашишини таъминлайди.

Бошқаришнинг олий бўғинида фирма раҳбарларининг асосий функциялари стратегияни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш ҳисобланади.

Стратегик режа фирманинг асосий мақсади ва унга эришиш йўлларини белгилайди.

Юқоридагилардан келиб чиқиб стратегик режалаштиришнинг маъносини қуйидагича англаш мумкин:

Фирма даромадларини кўпайтиришга шароит яратиш.

Фирма раҳбарларини ташқи муҳитни олдиндан кўра билишга ундаш.

Фирма раҳбарларига доимо кўзланган мақсадга эришиш йўлида мавжуд манбаларни оқилона тақсимлашга имконият бериш.

Стратегик режалаштиришнинг зарурий шартларидан бири фирманинг юқори органлари томонидан ишлаб чиқилган стратегияда унинг ўрта ва қуйи бўғинларни қўллаб-қувватлаши ҳисобланади. Бунда фирманинг ҳар бир ходими кўзланган мақсадга эришишда ўз вазифаси, ҳуқуқи ва бурчини тўла англаб етган бўлиши керак.

Стратегик режалаштиришнинг иккинчи босқичи фирма мақсади ва вазифаларини белгилаб олишдир.

Фирма мақсадини белгилашда миқдор ва сифат кўрсаткичлардан фойдаланилади. Миқдор кўрсаткичлари орқали фирманинг бозордаги улуши, маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари, фойда миқдори ва ҳоказолар акс эттирилса, сифат кўрсаткичлари орқали эса қуйидагиларни хусусиятлаш мумкин:

– бозорни жалб қилиш (ўзлаштириш);

– янги маҳсулот яратиш ва сотишни ташкил этиш;

– фирма фаолият кўрсатаётган давлатда атроф-муҳит муҳофазаси;

– савдо-сотиқ амалга оширилаётган давлатда бандлик;

– ва ҳоказо.

Демак бизнес режа шароитни ўзгартиришини ҳисобга олган ҳолда доимий равишда таҳлил этилиб ва ўзгартириб борилиши керак. Бу ерда корхона раҳбарининг шароитни баҳолаш ва олдиндан кўриш имкониятлари бунга халақит бермайди. Юқоридаги қобилиятлар ўз навбатида раҳбарнинг ижобий ва салбий томонларида намоён бўлади. Яхши, кучли раҳбар ички истиқбол йўллари асосида тўгри йўлни танлайди.

8.3. Бизнес режа тузилиши ва бўлимлари ишлаб чиқишнинг алоҳидалиги

Ҳозирги кунда жаҳон амалиётида бизнес режаларнинг 5 та бўлимлардан тортиб 18 та бўлимгача тузиб чиқилган кўринишлари мавжуд. Бизнес режалар таркиби одатда бизнес мазмуни, моҳияти, доираси ва даражасидан келиб чиқиб белгиланади. Аниқ тасаввур ҳосил қилиш мақсадида, айрим мисоллар келтирамиз.

Бизнес режалар тахминий тузилиши:

1-бўлим. Фирма имкониятлари (кириш).
2-бўлим. Товарлар (хизматлар) турлари.
3-бўлим. Товарларни (хизматлар) сотиш бозорлари.
4-бўлим. Сотиш бозорида рақобат ҳолати.
5-бўлим. Маркетинг режаси.
6-бўлим. Ишлаб чиқариш режаси.
7-бўлим Ташкилий режа.
8-бўлим. Фирма фаолияти ҳуқуқий таъминоти.
9-бўлим. Таваккалчиликни баҳолаш ва суғурта.
10-бўлим. Молия бўлими.
11-бўлим. Молиялаштириш стратегияси.

Энди ҳар бир бўлимнинг алоҳида шарҳини кўриб чиқамиз.

Бозор шароитида ҳар қандай фирма доимий равишда ўз олдига қуйидаги саволларни қўяди:

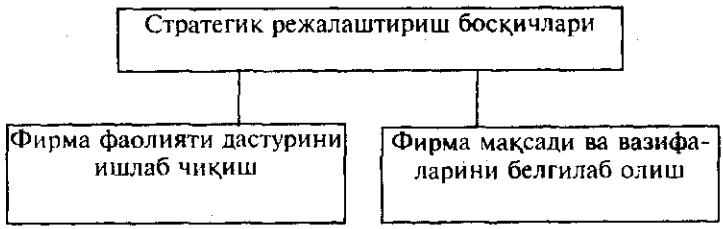
1. Фирма ўзида нимани акс эттиради?
2. Фирма ишлаб чиқарган товарларни (хизматлари) истеъмолчилари кимлар ҳисобланади?
3. Харидорларнинг имкониятлари қандай ва уларга қайси товар (хизмат)лар қадрли?
4. Келгусида фирма қандай бўлиши керак ва қандай бўлади?

Ушбу саволларга берилган жавоблар:

Жавоблар мажмуи фирма фаолияти дастурини акс эттиради. Яхши ишланган дастур фирманинг келгуси истиқболлари кафолатидир.

Дастур тайёрлашда фирма фаолияти ва йўналиши аниқ белгилаб олиниши зарур.

Ишлаб чиқарилаётган товар сифати фирма ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлигини белгиловчи омил бўлади. Шуни эсда тутиш лозимки, товар, технология эскириши мумкин, аммо



15- чизма. Стратегик режалаштириш босқичлари.

Фирма ўз мақсадини қанчалик аниқ белгилаб олса, стратегия амалга оширилишида шунчалик муваффақиятга эга бўлади.

Қуйида стратегик режани умумий кўриниши берилган (8-жадвалда).

8-жадвал

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётига ўтиш босқичида стратегик режалаштириш қуйидаги кўринишда бўлиши мумкин.

Фирма фаолияти дастури	- мамлакатда иқтисодиётни барқарорлашуви босқичида муваффақиятли фаолият кўрсатиш
Фирма мақсади	- ички ва ташқи иқтисодий шароитлар ўзгаришишига иложи борича тезроқ мослашиш;
	коллектив, мутахассислар ва раҳбарлар жамоасини иложи борича мақбул ҳолатда сақлаб қолиш;
	- кўзланган бозорда ва тармоқда фирмани молиявий ва материал ҳолатини сақлаб қолиш;
Фирма стратегияси	давлат бюджети ҳисобидан қўллаб-қувватланадиган дастурларда иложи борича кўпроқ иштирок этишни таъминлаш;
	доимий равишда буюртмачилар қидириб топиш;
	- талабни таҳлил этиш, янги турдаги маҳсулотлар ишлаб чиқаришни ташкил этиш;
	Фирмани барча товар ва хизматларига самарали рекламани ташкил этиш;
	- чет эллик харидорлар (буюртмачилар) қидириб бориш борасида доимий ишлар олиб бориш;
	актив тижорат фаолияти олиб бориш;
	фирма ишлаб чиқараётган товарлари (хизматлари) муомала харажатлари ва ёндашма харажатларни камайтириш

Корхона фаолияти ва уни ривожлантириш истиқболлари

Ҳозирги кунда ишбилармон тадбиркор шундай товар турларини танласин, уни ишлаб чиқариш, сотиш иложи борича кам кооперацияни талаб этиб ва четдан келтирувни ёки хом ашё ва материалларини ўрни алмашувини таъминласин.

Шундай экан фирма бошқарувчининг асосий функцияларидан бири товар турларини режалаштириш ҳисобланади.

Бу ерда биринчи навбатда қуйидагилар ҳисобга олиниши керак бўлади:

- фирма имкониятлари;
- ишлаб чиқариш, молия ва материал ресурслар манбаи;
- маҳсулотни сотиш тизими;
- мавжуд ходимларнинг малакаси ва бошқа омиллар.

Шу асосда бозор талаби ва имкониятли харидорларни товар кўрсаткичлари бўйича талаблари ўрганилади.

Фирманинг имкониятлари харидорлар ва бозор талабларидан келиб чиқиб товарлар ассортименти танланади. Бундан ташқари, ҳар бир товарнинг бозорда тутган ўрни ҳам аниқланади.

Бу ерда мезон қилиб рақобатчилар товарлари ва шу турдаги бошқа ишлаб чиқарувчилар товарлари олинади.

Фирма доим ўзи ишлаб чиқараётган маҳсулотларни сифатини ошириш бўйича мақсадли ишлар олиб боради, иложи борича харидорлар талабига мос келишини таъминлашга интилади.

Товарлар ассортименти (тури)ни танлашда барча маҳсулотларни ҳисобга олиш лозим. Бу ерда маҳсулотларнинг сифатига қараб шартли равишда уларни 4 та гуруҳга бўлиб олишимиз мумкин.

Олий навли маҳсулотлар – бу барча кўрсаткичлари бўйича бошқа товарлардан устун турадиган маҳсулотлар ҳисобланади. Уларга кўп ҳолларда янги турдаги маҳсулотлар киради. Бундай товарларни ишлаб чиқарувчилар маҳсулотларга юқори баҳо белгилаш ёрдамида ўз фойдасини ва бозордаги улушни (ҳиссаси)ни ошириши мумкин.

Рақобатбардош маҳсулот – олий навли маҳсулотга мос келади ва бошқа товарларга нисбатан бозорда ўртача даражага эга бўлади. Одатда, рақобатбардошлик қуйидаги омиллар ҳисобига эришилади. Уларга рекламалар орқали мақсадли маркетинг тадбирлари олиб бориш, сотишни рағбатлантириш,

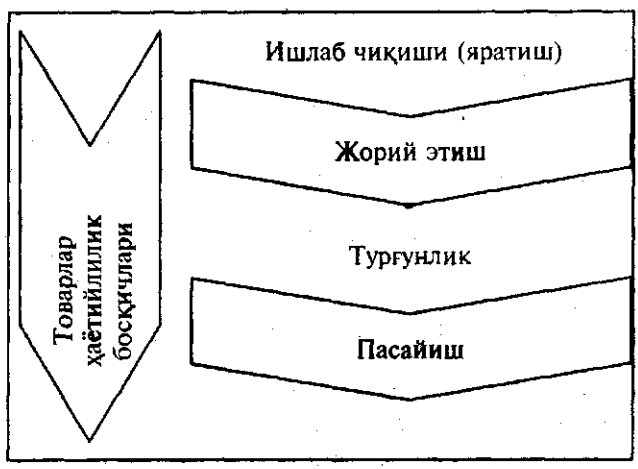
Товарнинг ҳаётий даврини қуйидаги босқичларга бўлишимиз мумкин (чизма).

Ишлаб чиқиш (яратиш) босқичида товарнинг бошланғич кўрсаткичлари атрофлича таҳлил этилади, янги техник – иқтисодий тавсифи, ранги, номи, дизайн, ўраш, сотиш ва сотишдан кейинги хизматлар, кафолат, фойдаланиш юзасидан кўрсатма ва ҳоказо. Бу ерда шундай хулосага келиш керакки, бугун ва эртага харидорлар тавларларни қандай бўлишини хоҳлайдилар. Ишлаб чиқиш (яратиш) босқичида товарлар самараси уч тоифага бўлинади:

1. Товарни тасвир этиш бўйича олинадиган самараси – бу товарни сотиб олгандан сўнг олинадиган самараси ҳисобланади.

2. Аниқ фойдаланиш ҳолатидаги товарлар самараси – бу ерда хусусиятлари, ташқи кўриниш, сифати, маркаси ва бошқа ҳолатлари билан аниқланади.

3. Товарнинг йўлдаги самараси – бу ерда зарурий ўрнатиш кафолат сотишдан кейинги хизмат, етказиб бериш ва молиялаштириш эвазига олинадиган самара ҳисобланади.



17-чизма. Товарлар ҳаётийлилик даври босқичлари.

Жорий этиш – бу янги товарнинг бозорга чиқиш босқичи. Янги товарни бозорга олиб чиқишда фирма қуйидаги вазифаларни ҳал этиши лозим.

баҳони шакллантириш, сотишдан кейинги хизматларни жорий этиш ва ҳоказо.

Сифати пасайтирилган даражадаги маҳсулотлар – бу бошқа рақиб маҳсулотларига нисбатан бир неча салбий истеъмол хусусиятларга эга бўлган маҳсулотлардир. Бу ерда ишлаб чиқарувчи баҳони пасайтириш стратегиясидан фойдаланиши мумкин.

Паст сифат даражасидаги маҳсулотларга рақобатбардош ҳисобланмайдиган, ўз истеъмолчиларини топа олмайдиган, кўп ҳолатларда паст баҳолар билан сотиладиган маҳсулотларга айтилади. Бу ҳолатда ишлаб чиқарувчи маҳсулот сифатини яхшилаши ёки ташлаб юбориб янги маҳсулот ишлаб чиқариши мумкин.

Товар ассортиментини шакллантиришда маркетинг тадқиқотлари асосида товарнинг ҳаётийлик даврини билиб олиш лозим (чизмага қаранг).



16-чизма. Товарлар ҳаётилилик даври турлари.

Товар ҳаётийлик даври – бу бозорда товарни ишлаб чиқарилгани ва сотилгани оралиғидаги давр. Бу кўрсаткичдан ҳозирда маркетинг стратегиясини белгилаш, ишлаб чиқиш ва сотишни ташкил этишда кенг қўлланилади.

Товар ҳаётийлик даври қуйидаги босқичларга бўлинади. Бу чизмада яққол акс эттирилган бўлиб, уларни яратиш, жорий этиш турғунлик, пасайиш босқичларига бўлишимиз мумкин.

– Анъанавий – аста-секин ўсиши ва талабни пасайиши.

– Мода – талабнинг тез ўсиши ва узоқ даврга сақланиб туриши.

– Ортиши – тез ўсиш ва талабни сусайиши.

– Мавсумийлиги – йилнинг айрим даврларда талаб мавжудлиги.

Товарни қачон, қаерга, кимга ва қандай таклиф этиш мумкин.

Бу босқичда фирмадан маркетинг хизматини кучайтиришни тақозо этади.

Талабни ортиши – бу босқич харидорларнинг тан олиши ва бу маҳсулотга бўлган талабни тез ортиши билан ифодаланади. Товарларни янги модификацияси юзага келади, сотиш тезлашади, қайта сотиб олиш сони ортади, товарнинг оммавийлашувига олиб келади.

Бу босқичда фирманинг ишлаб чиқариш қуввати етарли бўлмаслиги мумкин. Таннарх пасайиши кутилади, баҳони юқори даражаси сақланиб қолади.

Талабни ортишини узоқ давр сақлаб туриш учун қуйидаги стратегияни амалга оширишимиз мумкин:

1. Товарлар сифатини ошириш унга янги истеъмол хусусиятлари бериш.
2. Рекламани сотишни рағбатлантиришга йўналтириш.
3. Сотишнинг янги йўлларини жорий этиш.
4. Харидорларни жалб этиш мақсадида баҳони камайтириш.
5. Янги бозорга чиқишга интилиш.

Турғунлик – бу аста-секин ушбу товарга талабни таъминланиб бориши. Бу даврда талабни ортиши пасайиб боради, сотиш ҳажми турғунлашади. Бу вақтда реклама харажатларини орттириш, товар сифатини яхшилаш, сотишдан кейинги хизматларни орттириш, зарур бўлса баҳони пасайтириш мақсадга мувофиқдир. Фойдалилик – бу босқичда олдинги даражада сақланиб қолади. Ишлаб чиқариш қувватларини ортиқчалик ҳолати сезилиб қолиши мумкин. Йирик партияда товарлар ишлаб чиқариш давом этади. Рақобатчилар орасида бозорни тақсимланиши турғунлашади ва бозорни сегментацияси вужудга келади.

Бу босқични охирида товарни тузилишини такомиллаштириш, янги модификациясини жорий этиш ёки модернизация қилиш ҳақида қарор қабул қилиш тавсия этилади.

Пасайиш босқичида – товарга талаб кескин пасаяди, оқибатда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми ва фойда камаяди. Ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш ҳолати ёмонлашади. Фирма рақобатчилар билан курашишдан чиқа бошлайди, рақиблар сони камаяди ва баҳо пасаяди. Босқич охирларига келиб ортиши мумкин.

Пасайиш босқичини охирида товарнинг ҳаётийлик даври тугайди. Бу тадбиркордан самарали товар сиёсати олиб боришни талаб этади.

Фирманинг товар сиёсати учта асосий элементдан ташкил топади.

1. Ўз вақтида товарга ўзгартириш киритиш (модификациялаш).

2. Бозор учун янги товар яратиш ва уни ишлаб чиқаришга жорий этиш.

3. Товар ишлаб чиқаришни тўхтатиш ёки ишлаб чиқаришдан олиб ташлаш.

Товарларга ўзгартиришлар киритиш асосан истеъмолчилар ҳолатидан уларнинг миллий урф-одатларидан, ташкилотларини хизмат кўрсатишини ташкил этиш ҳолатидан, ишчи кучи қийматидан, солиқ тизими ва бошқа ҳолатлардан келиб чиқилади.

Модификациялаш сиёсати олиб боришдан олдин маҳсулот, тадбиркор ишлаб чиқаришни кўпайтириш зарурлигини ва баҳо ортишини олдиндан кўра билиши зарур. Бу ерда олинадиган самарани модификациялаш учун кетган қўшимча сарфга таққослаш лозим.

Тажрибалар шуни кўрсатадики, юқоридаги ҳолатдан келиб чиқиб икки хил ёндашув мақсадга мувофиқ.

Паст баҳоли ва ёмон сифатли, бошқаси юқори баҳо ва аъло сифатли. Бу сотиш ҳажмини ва фойда миқдорини орттиради, сотиш дорирасини(бозорни) кенгайтиради.

Янги товар – бу харидорларни бутунлай янги эҳтиёжини таъминловчи товардир.

Доимий равишда турғун фаолият кўрсатиб борувчи фирма ўртача 7-8 йил орасида янги товар ишлаб чиқади.

Янги товар муомалага қўйилгандан сўнг унинг сотилиши таҳлил этилади. Истеъмолчилар фикрлари ўрганилади. Таҳлилда эътиборни товар ташқи кўриниши, ўраш, истеъмол хусусияти, рекламаси ва бошқа кўрсаткичларга қаратилиши яхши самара беради.

Кўп ҳолатларда ўрашга алоҳида эътибор берилади, чунки у товарни ажралмас қисми ҳисобланади. Функцияси бўйича ўраш товарни барча босқичларидаги ҳаракатида ҳимоя вазифасини ўтайди. Эстетик нуқтаи назардан ҳам ўраш алоҳида ўрин тугади. Натижада товар кўзга яққол ташланади, харидор эътиборини жалб этади, фирмани бозордаги ўрнини мустаҳкамлайди.

Ўраш жараёнида барча имкониятлардан тўла фойдаланиш мақсадида лаборатория, органалептик ва истеъмолчилар синови ўтказилади:

– Лабаратория синови – ташиш, сақлаш, сотиш жараёнлари ўтказилади.

– Органалептик баҳолашда – рангига, шаклига, ҳажмига эътибор берилади.

– Истеъмолчилар синови.

Юқоридаги синовлар таҳлили тадбиркорларга бир қатор саволларга жавоб топиш имконини беради:

1-ўраш. Товарлар сотилишига қай жиҳатдан мос келади?

2-ўраш. Товар сотилаётган жой талабларига мос келадими (ёзуви, ранги, шакли ва ҳоказо)?

3-ўраш. Бузилишдан ўраш ҳимоя қиладими?

4-ўраш. Сотувчига ёрдам берадими?

5-ўраш. Ўрашни реклама мақсадларда фойдаланиш мумкинми?

Товарлардан фойдаланишда истеъмолчиларга кўрсатма ҳам асосий ролни ўйнайди.

Янги товарни режалаштириш жараёнида эскирган товарларни ишлаб чиқариш ва сотишни аста-секин қисқартириш графиги ишлаб чиқилади. Янги товарларни танлашда қатъий рақобатбардошликни таъминлаш лозим. Гарвард университети профессори Майкл Портер рақобатбардошликни уч афзаллик турини ажратиб кўрсатади.

⇒ "Нисбатан кам сарф (харажат)"

⇒ "Табақалашув"

⇒ Тадбиркор имкониятларидан келиб чиқиб, рақобатбардошлик стратегиясини белгилаш.

Рақобатбардошлик юзасидан барча фикрларимизни умумлаштириш жараёнида шуни хулоса қилишимиз мумкинки, рақобатбардошлик имкониятларни нисбатан паст даражали ва нисбатан юқори даражали ҳолати бўлиши мумкин.

Нисбатан паст даража, тадбиркорнинг ўта қиммат бўлмаган манбалардан фойдаланишини билдиради.

– кадр;

– хом ашё;

– энергия ва ҳоказо;

– нисбатан юқори даражага қуйидагиларни киритишимиз мумкин;

– конструкциянинг оригиналлиги;

– технологиянинг ўзига хослиги;

– юқори малакали мутахассислар;

– фирманинг мавқеи юқорилиги.

Агар фирма ориғинал маҳсулот ишлаб чиқариш эвазига рақиблардан ўзиб кетса, юқоридаги устунликни бартараф этиш учун рақиблар ҳам шундай маҳсулотни яратиши ёки ундан афзалроғини излаб топиш лозим бўлади, зарур ҳолларда фирма сирларини ўғирлашлари ҳам мумкин.

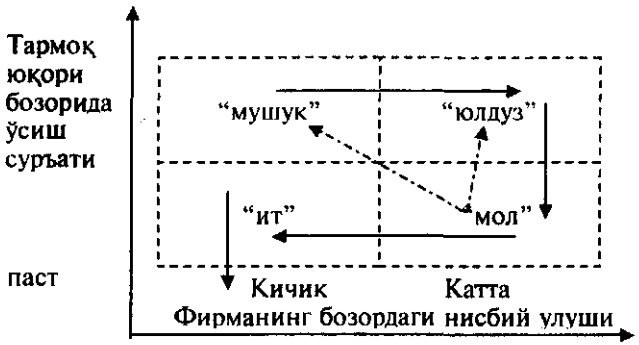
Барча вариантлар фирма учун арзон эмас ва уларни татбиқ этиш кўп вақт талаб этади. Бу эса маълум бир давр фирмани бозорда алоҳида ҳолатда туришини билдиради. Буларнинг барчаси ўзига хос технология "ноу-хау" ва юқори малакали мутахассисларга нисбатан адолатлидир.

Асосан юқори рақобатбардошлик имконияти – фирма маркаси учун яхши қадамдир. Бундай устунлик катта меҳнатлар эвазига эришилади, узоқ вақт ва қўллаб-қувватлаш учун кўп харажат талаб этади.

Фирма бозорда доимий фаолият олиб бориш учун бир неча турдаги ҳаётийлик даврида бўлган товарларни ишлаб чиқариши зарур.

Бу ерда фирманинг стратегиясини ишлаб чиқишда жаҳон тадбиркорлик амалиётида кенг фойдаланилаётган "Бостон консалтинг груп" кўрсатмасидан фойдаланган маъқул. Бу кўрсатма товарларни бозорда ўсиш даражасига қараб ва фирманинг ушбу товар бўйича бозордаги улушига қараб туркумлаш имконини беради.

Чизмани ушбу кўринишда акс эттиришимиз мумкин:



18-чизма. Товарларни группалар бўйича тақсимланиши.

Бу ерда:

Товарлар ривожланиши йўналиши

Молиялаштириш йўналиши

Барча товарларни кўрсатилган чизма асосида тасдиқлангандан сўнг қуйидаги умум стратегик қарорлардан фойдаланиш мумкин.

Фирма товар гуруҳлари бўйича барча товарларни тақсимлаб бўлгандан сўнг, қуйидаги стратегик қарорга амал қилиш мақсадга мувофиқдир.

1. "Юлдуз" товарлар гуруҳи, "Сигир" товарлар гуруҳи томонидан олинган даромаднинг бир қисми эвазига ўзларини сақлаб ва мустаҳкамлаб олишлари мумкин.

2. "Ит" гуруҳи товарларида иложи борича воз кечиш ёки унинг сақлаб қолишни барча йўлларини ўрганиб чиқиш.

3. "Сигир" гуруҳи товарлари капитал сарфлар ва пул тушумларини "Юлдуз" ва "Мушук" гуруҳи товарларига бериши юзасидан қатъий назорат ўрнатиши лозим.

4. "Мушук" гуруҳи товарларини "Юлдуз" гуруҳи товарларига мавжуд капитал маблағлар доирасида айланиш имкониятларини ўрганади.

Бундан кўриниб турибдики, бозорни ўрганишининг муҳим объектларидан бири харидор ҳисобланади. Бу усул иложи борича кенгроқ "Маркетинг режаси" бўлимида акс эттирилади.

Товарларни сотиш бозорлари

Фирманинг яна бир муҳим вазифаларидан бири ҳар бир ишлаб чиқараётган товарлар бўйича аниқ бир бозорларни сиғимини аниқлашдир. Бу кўрсаткичлар товарларни сотиш ҳажми имкониятларини ифодалаб, улар маълум бир даврда сотилган товарлар миқдори билан аниқланади.

Ушбу миқдор бир қатор омилларга боғлиқ бўлади: ижтимоий, маҳаллий, маданий, иқтисодий ва ҳоказо.

Булар орасида энг асосийси иқтисодий омил ҳисобланади, шу жумладан имкониятли харидорнинг даромадлар даражаси, харажатлари тузилиши, инфляция даражаси, ушбу турдаги товарларни илгари сотиб олган миқдори.

Бозор сиғимини таҳлил қилишда қуйидагиларга баҳо бериш лозим:

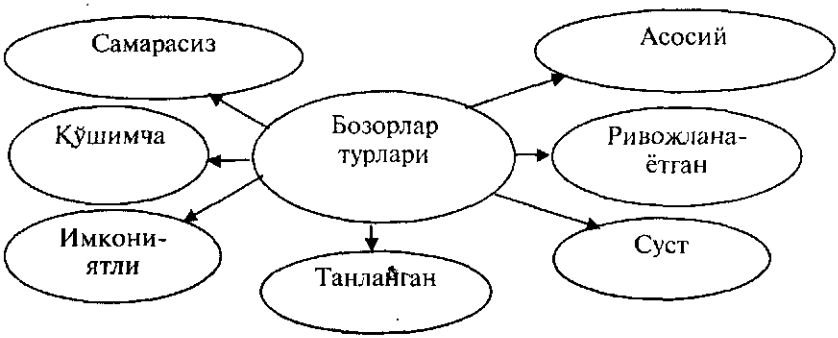
1. Имкониятли бозор сиғими – корхонанинг бу маълум даврда харидорни сотиб олиш мумкин бўлган товар ҳажми.

2. Имкониятли сотиш ҳажми – корхонанинг имкониятли бозорда ҳиссаси. Бу кўрсаткич ёрдамида тадбиркор ўз мижозлари миқдорини билиб олиши мумкин бўлади.

3. Аниқ сотилган товар ҳажми – бу мавжуд ишлаб чиқариш ҳолати, реклама сарфлари ва мавжуд баҳо даражасида маълум давр давомида тадбиркор қанча товар сота олиши.

Ҳаракатдаги товарлар ва бозорларда баҳо ҳақиқий маълумотларга асосланади, янги бозорлар ва янги товарларда эса тахминий маълумотларга асосланиш мумкин.

Бозорларни ўрганишда биринчи навбатда ҳар бир товар (хизмат)лар бўйича бозор турини аниқлаш керак. Шу мақсадда бозорларни қуйидагича классификация қилишимиз мумкин.



19-чизма. Бозор турлари.

Бозорлар истеъмолчилар турига қараб ҳам турлича бўлиши мумкин. Уларга:

- ҳарбий бозори;
- саноат бозори;
- истеъмол бозори.

Ҳарбий бозор хом ашёнинг юқори сифат ва рухсат этилганлиги билан хусусиятланади.

Саноат бозорининг хусусиятлилиги сотиш ва сотишдан кейинги хизматларнинг мавжудлиги.

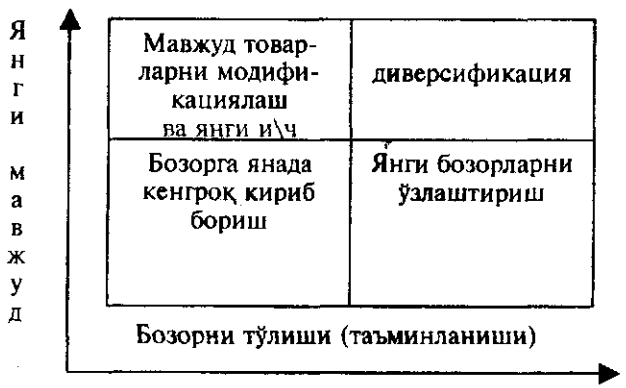
Истеъмол бозори – қулай баҳо ва мол етказиб беришнинг ўз вақтидалиги.

Бозорни ўрганиш бир неча босқичга бўлинади, уни тузиб чиқиш қуйидаги 7 та саволга жавоб бериш имконини беради.

1. Нима сотиб олинмоқда?
2. Қандай баҳода?
3. Ким сотиб олмоқда?

4. Нима учун сотиб олмоқда?
5. Сотиб олиш қандай амалга оширилмоқда?
6. Қачон сотиб олади?
7. Қаердан сотиб олади?

Фирма бозорларини кенгайтиришни таҳлилининг фойдали усулларидан бири "товарлар ва бозорлар ривожланганлиги" сеткаси ҳисобланади. Бу усул қуйидаги кўринишда (чизмада) акс эттирилиши мумкин.



20- чизма. Товарлар ва бозорлар ривожланганлиги.

Фирма барча товарларни бозорлар бўйича тақсимлаб бўлгандан сўнг таклиф этилган чизма бўйича стратегияни қўллаши мумкин.

1. Мавжуд бозорларда мавжуд товарлар бўйича фирманинг фаолияти бозорга янада чуқурроқ кириб бориш, рекламага таяниш, баҳони пасайтириш, сотишни рағбатлантириш каби самарадорли йўллардан фойдаланиши.
2. Янги бозорларда мавжуд товарлар бўйича фирма фаолияти янги бозорлар қидириб топиш, бозорларни ташкил этиш, ҳудудий ва жойлашувига таянган ҳолда самарали рекламадан фойдаланиш.
3. Мавжуд бозорларда янги товарлар бўйича фирма фаолияти янги товарлар яратиш уларни модификациялаш ва мавжуд бозорлар бўйича ҳаракатни таъминлаш.
4. Диверсификация янги бозорлари янги товарлар таклиф этиш.

Юқорида кўриб ўтилган ёндашув фирма раҳбарларига товарлар ва бозорларни комплекс таҳлил қилиш имконини беради ва шуни танлаб олиш мумкин.

Маркетинг режаси

Маркетинг қуйидаги шартларда қўлланилади:

1. Бозорни товарлар билан тўла таъминлаш, яъни таклифни талабдан ортиб кетишига эришиш.

2. Кескин рақобот, яъни харидорлар учун курашни кучайтириш.

3. Эркин бозор муносабатлари, яъни бозорни танлашда, баҳо белгилашда, товарлар сотишда, маъмурият аралашувини чекланишида ва ҳоказо.

4. Тўла мустақиллик – яъни мақсадни, бошқарув тузилишини, иш ҳақларини, бюджет моддалари бўйича маблағлар тақсимлашда мустақилликка эришиш учун.

Маркетинг режасини амалга оширишда қуйидаги қонуниятларга асосланиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

1. Истеъмолчиларни тушуниш бу бозор конъюнктураси ўзгариши ва эҳтиёжларни ҳисобга олишга асосланиш. Бизнесда истеъмолчи ва уни эҳтиёжини ҳисобга олмай туриб юқори фойдани кўзлаб бўлмайди.

2. Мижоз учун кураши бу ерда раҳбар мижоз менга бўйсуниши керак эмас, балки мен мижозга боғлиқман деган таъбирда иш тутиши лозимлиги. Ҳар қандай тадбиркорлик фаолияти натижасини мижоз баҳолайди.

3. Ишлаб чиқаришни бозор талабларига юқори даражада мослаш.

Корхонада маркетинг стратегиясини белгилашда маркетинг фаолияти беш концепциясига асосланиш тавсия этилади. Бу:

1. Ишлаб чиқаришни такомиллаштириш концепцияси (ишлаб чиқариш).

2. Товарларни такомиллаштириш концепцияси (товар).

3. Тижорат ҳаракатларини жадаллаштириш концепцияси (сотиш).

4. Маркетинг концепцияси (истеъмолчи).

5. Социал – этник маркетинг.

Социал – этник маркетинг концепциясининг мақсади нафақат товарлар ишлаб чиқариш, истеъмолчилар эҳтиёжини

таъминлаш ҳисобланмай, балки жамият эҳтиёжларини ҳам таъминлашдир.

Маркетинг стратегиясини ишлаб чиқаришда фирма юқорида айтиб ўтилганларнинг бир ёки ундан ортиқ концепцияларидан фойдаланиши мумкин.

Ҳозирда аниқ шароитдан келиб чиқиб маркетингни 8 турга бўлишимиз мумкин.

1. Конверцион маркетинг – бу кўпчилик имкониятли харидорларни товар ва хизматлардан воз кечишидир. Бу ерда бош вазифа харидорлар фикрини ўзгартириш ҳисобланади.

2. Рағбатлантирувчи маркетинг – товарларга талабни йўқлиги билан боғлиқ бўлиб, асосий вазифаси сабабини ўрганиш ва уни ҳал этиш тадбирларини ишлаб чиқиш.

3. Ривожланаётган маркетинг – янги яратилаётган товарларга талабни шаклланиши.

4. Ремаркетинг – товарларнинг ҳаётийлик даврининг маълум бир вақтда барча товарларга талаб сусайиши. Маркетингнинг мақсади – янги имкониятларга таянган ҳолда талабни жойлаштиришни такомиллаштириш.

5. Синхромаркетинг – сотишни турғунлаштириш мақсадида талабни ўзгариб туришидан (қалқиб туришдан) фойдаланишига айтилади.

6. Кўмаклашувчи маркетинг – товар даражаси ва тузилишини тўлиғича талаб даражаси ва тузилишига мос келиши.

7. Демаркетинг – товарга талабни таклифдан ҳаддан ташқари ортиб кетишида қўлланилади.

8. Қарши характерловчи марктеинг – талабни камайтириш мақсадида қўлланилади.

Маркетинг борасида фирманинг комплекс тадбирларини белгилашда қуйидагиларга асосий эътиборни қаратмоғимиз лозим:

– фирма товарлари истеъмолчилари ва уларнинг хулқ-атворини етарли даражада ўрганиш;

– фирманинг бозор имкониятлари таҳлили;

– ишлаб чиқарилаётган товарларга баҳо бериш ва уларнинг келгусидаги истиқболларини белгилаш;

– товарларни сотиш (тарқатиш) шакли ва йўллари таҳлил этиш;

– фирма фойдаланилаётган баҳони шакллантириш усулларига баҳо бериш;

– бозорда товарлар ҳаракатини ўрганиш;

– рақибларни ўрганиш;

– бозор улушини (ҳиссасини) аниқлаш ва танлаш.

Бозорни сегментларга ажратишда бир қатор талабларга жавоб беришимиз мақсадга мувофиқ бўлади.

1. Ҳар бир кўрилаётган бозор сегменти аниқ белгиланган бўлиши керак.

2. Танланган бозор сегменти кўзда тутилган даромад келтириши лозим.

3. Бозор сегментлари сотишнинг самарали йўлларидан фойдаланишга мос келиши зарур.

4. Бозор сегмент ўринли бўлиши шарт.

5. Бозор сегментлари мосланувчан, ўрин алмашувчи бўлиши керак.

6. Маълум турдаги харидорлардан фойдаланиш иш тажрибаларига жавоб бериш лозим.

7. Рақобатдан максимал даражада ҳимояланганликни таъминлаши керак.

Фирма бозор сегментни танлашда қуйидаги мезонларга таянади:

– ижтимоий - иқтисодий;
– демографик;
– ҳудудий (регионал).

Бозорни сегментларга ажратилиши тадбиркорга айрим харидорлар гуруҳларини чуқур ўрганиш ва улар эҳтиёжларини таъминлашни баҳолаш имконини беради.

Жаҳон амалиётида бозорни эгаллашнинг бир неча стратегияси мавжуд. Уларга:

– Ялпи маркетинг.
– Товар – табақалашган маркетинг.
– Мақсадга қаратилган маркетинг.

Маркетинг режасининг муҳим элементларидан бири – баҳони шакллантириш ҳисобланади. Баҳо мураккаб иқтисодий категория ҳисобланиб, маҳсулот қийматининг пулда ифодаланишидир.

Товарлар ҳаётийлик даврида баҳо ўзгариб туриши мумкин. Баҳони юқори ва қўйи чегараси – бу аниқ бир товарга хос бўлади.

Фирма баҳони шакллантиришда қуйидагиларга таяниш мақсадга мувофиқдир:

– маҳсулот тан нархига;
– рақиб товарлар баҳосига;
– товарнинг афзалликларига ва камчиликларига;
– ушбу товарга бўлган талаб даражасига.

Баҳо сиёсатининг бош мақсади бозорда маълум бир улушга эга бўлиши ва юқори фойда олишдир.

Маркетингнинг муҳим элементларидан бири товарларни тақсимлаш схемасига асосланиб, бу сотиш йўлларини ташкил этишни англатади.

Маркетинг режасининг яна бир элементи товарлар ҳаракатини рағбатлантириш усулларидир.

Сотишни рағбатлантириш олди-сотди жараёнини амалга оширишда ҳар хил турдаги рағбатлантирувчи воситалардан фойдаланишга айтилади.

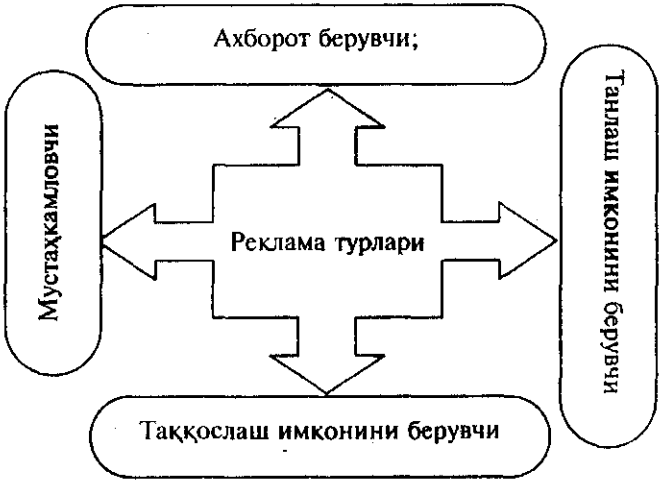
Уларга:

- истеъмолчиларни рағбатлантириш;
- савдо фаолиятини рағбатлантириш;
- фирма савдо ходимларини рағбатлантириш.

Маркетингнинг яна бир муҳим элементларидан бири сотиш ва сотишдан кейинги хизматларни ташкил этишдир.

Маркетинг яна бир муҳим элементи бу – реклама. Рекламанинг мақсади харидорларга товарларни таништириш, уларни эътиборини жалб этиш, товар сотиб олишга маслаҳатлар ва кўрсатмалар беришдир.

Рекламанинг бош функцияси истеъмолчиларга товарнинг ўзига хос хусусиятлари тўғрисида тўла масъулият беришдир.



21-чизма. Реклама турлари.

1) Ахборот берувчи реклама имкониятли харидор (истеъмолчи)ларни янги товарлар билан таништиришдан иборат.

2) Танлаш имконини берувчи рекламадор маълум бир бозор сегментларига қаратилган.

3) Таққослаш имконини берувчи реклама товарларимизни рақиб товарларидан афзалликларини ифодалайди.

4) Мустаҳкамловчи ва эслатувчи бу истеъмолчиларни товарлар мавжудлиги ҳақида маълумот бериш ва уларни сотиб олишга ундовчи рекламалардир.

Эсда тутиш лозим реклама бу қимматбаҳо тадбирдир. Бу биринчидан, истеъмолчига маълумотни етказишнинг қулай йўли бўлса, иккинчидан, фирма мавқеини мустаҳкамлашга ҳам хизмат қилмоғи лозим.

Рекламалар фойдалилиги (самаралилиги) бўйича тўрт гуруҳга бўлинади:

1. Рационал фойдалилик – товар истеъмолчининг қандайдир эҳтиёжини таъминлаши.

2. Сенсор фойдалилик – ўша товарга эга бўлиш эвазига олинадиган қониқиши.

3. Ижтимоий мавқе фойдалилиги – бу товарга эга бўлиш эвазига истеъмолчининг мавқеи ортиши.

4. Ўз-ўзини қониқтириш.

Реклама ишлаб чиқиш жараёни икки босқичдан иборат. Биринчи босқичда рекламанинг тузилиши ва уларнинг ифодаланиши кўзда тутилади.

Иккинчи вақти бу реклама материалини ишлаб чиқиш текст, сўзларни танлаш, ранг танлаш ва ҳоказо. Бу ерда қуйидаги принципларга риоя қилиш зарур:

– реклама маълумотларини истеъмолчилар эътиборини жалб этиш;

– товарлар тузилишини реклама воситаси орқали тарқатилишига мос келиши;

– реклама тексти аниқ, қисқа ва содда бўлиши;

– имкониятли харидорларга таниш бўлган сўз ва расмлардан фойдаланилганлилиги;

– товарни ички сирларини ёритишда истеъмолчилар талабига мос келиши.

Реклама тузилишида 5 та асосий ҳолатга алоҳида эътибор бериш лозим.

– эътиборни жалб этиш қобилияти;

– эмоционал таъсир кучи;

– ҳақиқий хулқ-атворга тўғри келиши ва маълумотларнинг таъсир кучи юқорилиги;

– реклама маълумотлари билан тўла танишишга ундаш;

– реклама маълумотларини аудиторияга мос танланиши, уни аудитория томонидан тўғри қабул қилиниши маркетинг режада жамоатчилик фикри эътибордан четда қолмайди.

Рекламада маълумотлар аудиторияга мос танланиши, аниқ бўлиши, уни аудитория томонидан тўғри қабул қилиниши. Ахборотларнинг асосий ғоясини аниқлаш ва уни тўғри йўналтириш керак.

Маркетингнинг охирги элементи жамоатчилик фикрини жалб этиш ҳисобланади.

Тармоқ фаолияти таҳлили

Тармоқ фаолияти таҳлили – бизнес режанинг асосий бўлимларидан бири ҳисобланади. Бўлимнинг вазифаси: Корхонада фаолият кўрсатаётган тармоқ ишини таҳлил этиш ҳисобланади. Потенциал (имкониятли) инвесторларни қизиқтирган ҳолатлардан бири тармоқ ҳисобланади. Қайсики, корхона фаолият кўрсатаётган ёки келгусида фаолият кўрсатмоқчи бўлган тармоқлар назарда тутилади.

Қайсики корхона фаолият кўрсатаётган ёки кўрсатмоқчи бўлаётган. Масалан: Агар тармоқ бозорга тез суръатлар билан кириб бораётган бўлса, бу инвестор учун қулай ҳолат ҳисобланади. Бизнес режада тармоқда яратилган ва ишлаб чиқариш кўзда тутилаётган янги маҳсулотлар ҳақида ҳам маълумотлар бериб борилади. Бу бўлимнинг яна бир асосий қисми рақобатни (баҳолаш) таҳлил этишдир. Шунинг учун бизнес режада рақобатчилар, уларнинг кучли ва кучсиз томонлари ёритилиши мақсадга мувофиқдир. Бундан ташқари, асосий мол етказиб берувчилар ва харидорлар ҳақида ҳам тўла маълумотлар бериб борилишига ҳам эътибор қаратилиши лозимдир. Ушбу бўлимни ишлаб чиқишда қуйидаги саволларга жавоб беришимиз керак:

– корхонани келгусида ривожланишига таъсир этувчи тўсиқлар, янги корхоналарни тармоқ таркибига киритиши ва тармоқ таркибидан чиқарилиши;

– технологияни модернизация ва инновациялашда тармоқнинг роли;

– тартибга солишни ҳуқуқий асослари;

– иқтисодий тенденция;
– охирги йилларда тармоқдаги сотишнинг умумий ҳажми;
– тармоқнинг режадаги ривожланиши;
– сўнгги йилларда тармоқ таркибга кирган корхоналар сони;
– тармоқда охирги йилларда юзага келган янги маҳсулотлар;
– асосий рақиблар *ва уларнинг бозордаги роли*;
– асосий рақибларнинг маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмини ортиш суръатлари;
– ҳар бир рақибнинг кучли ва кучсиз томонлари;
– бош рақибнинг молиявий аҳволи;
– ҳар бир харидор ҳақида маълумот;
– рақиб харидорларига нисбатан харидорларнинг асосий фикрлари ва ҳоказо.

Юқоридаги саволларни етарли даражада ёритилиши бизнес режа муваффақиятининг гаровидир.

Корхона ишлаб чиқариш режаси

Корхона ишлаб чиқариш режаси бўлими бизнес режанинг ядровий бўлимларидан бири ҳисобланади. Ишлаб чиқариш фаолиятни техник иқтисодий жиҳатдан асослари бизнес хусусиятидан келиб чиқиб белгиланади. Бу ерда режада ишлаб чиқарилиши керак бўлган маҳсулот бўйича мавжуд кўзда тутилган жараёнлар ва активлар тасвирлаб берилади. Агар корхона қайта ишловчи ёки саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарадиган бўлса, ишлаб чиқариш режаси зарур. Бу бўлимда ишлаб чиқариш ва технологик жараён тўла тасвирланган бўлиши керак. Режадаги тадбирлар босқичлар бўйича жуда аниқ шаклга эга бўлиши лозим. Масалан, янги турдаги маҳсулотни ишлаб чиқиш, тайёрлаш муддати, истеъмол бозорини ташкил этиш, бозорга маҳсулотни олиб чиқиш даври ва ҳоказо. Бундан ташқари, бу бўлимда ишлаб чиқариш қуввати, ходимлар сони, хом ашё материаллар манбаи ва сотишдан кейинги хизматлар стратегияси кўрсатилган бўлиши керак. Агар ишлаб чиқариш жараёнининг маълум бир қисми, бирор бир ташкилот ёки корхонага топшириладиган бўлса, уларни ҳам ҳисобга олиш лозим. Бунда уларнинг жойлашган ўрни, фикри, тузилган шартномалар, ишлаб чиқариш учун зарур бўлган машина ва қурилмаларнинг жойланиши, хом ашё етказиб берувчилар, хом ашё таркиби ҳақидаги маълумотлар, уларнинг манзилгоҳлари, етказиб бериш йўллари, ишлаб чиқариш харажатлари ва ишлаб чиқариш қурилмаларига қўшимча эҳтиёжлар кўрсатилиши зарур. Агар сўз ноишлаб чиқариш соҳаси бизнес режа-

си ҳақида борса, бу бўлимни соҳа фаолияти мазмунидан келиб чиқиб номланиши мақсадга мувофиқдир. Масалан: савдо ва хизмат кўрсатиш корхоналарида "Сотиш режаси" деб юритилиши мумкин. Бу ўз навбатида маҳсулот сотиб олиш, сақлаш захира назорати, омбор майдонига эҳтиёж каби жараёнларни олади.

Корхона ишлаб чиқариш режаси бўлимини ишлаб чиқишда қуйидаги саволларга тўла жавоб бермоғимиз керак:

– Ишлаб чиқариш харажати ҳажмини жорий ва режадаги миқдори;

– Ишлаб чиқариш жараёнини назорат қилиш тартиби ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар сифати;

– Хом ашёларни сотиб олиш билан боғлиқ бўлган харажатлар;

– Хом ашё ва материалларни асосий етказиб берувчилари: номи, жойлашган ўрни, маҳсулот етказиб бериш шарти, афзалликлари ва камчиликлари. Кутилаётган ўзгаришлар;

– Жой мавжудлиги, жойга бўлган тўла эҳтиёж, уни таъминлаш йўллари (шахсий ёки аренда);

– Корхонада мавжуд ишлаб чиқариш қувватлари, шуларнинг қайси қисми корхона ўзига қарашлилиги, афзаллиги, камчилиги, таклиф этилаётган ўзгаришлар;

– Ишлаб чиқариш учун зарур бўлган қурилмалар рўйхати, келгусида қурилмалар сотиб олиш учун ажратилаётган капитал маблағлар;

– Мавжуд ходимлар ва уларнинг малака даражаси, иш ҳақи, кадрлар келгусида тайёрланадими, мавжуд ходимлар ҳолати, меҳнат ресурсларига бўлган режадаги эҳтиёж, кадрлар қўнимсизлиги, меҳнат бозори таҳлили, ўрнини қоплаш, ўрганилаётган дастурга эҳтиёж;

Бизнес режани "Сотиш режаси" бўлимини ишлаб чиқишда юқорида жавоб берилган асосий саволлардан ташқари қўшимча қуйидаги саволларга ҳам жавоб беришимиз керак:

– Кимдан товарларни сотиб олади;

– Захира тизими назорати қандай амалга оширилмоқда;

– Омбор майдонига бўлган эҳтиёж қандай ва у қай тартибда таъминланади.

Юқоридаги маълумотларни сотиш режаси бўлимида бўлиши зарур чунки бу нарса корхонанинг бир хил фаолият кўрсата олиш ва доимий равишда фойда билан таъминланиш имконини беради.

Ташқи инвесторлар ҳақиқий ва режадаги ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш даражаси, инфраструктура ҳолати, тармоқнинг меҳнат муносабатлари, стратегик иттифоқчилари (шериклари) технологик имкониятлари ва захира (манбаи)лари билан ишлаб чиқариш режасининг стратегик элементларига қизиқадилар. Инвестор учун энг зарури янги капиталнинг

миқдоридир. Уни келгуси ишлаб чиқаришнинг ривожланишини таъминлашга, янги бозорни ташкил этишга ишонч ҳосил қилдириши ва мавжуд бозорларни сақлаб қолишидан фойда кўришининг кафолати бўлиб хизмат қилади. Корхона учун эса ишлаб чиқариш режаси катта аҳамиятга эга. Ишлаб чиқариш молиявий манбаларни бошқаришни осонлаштиради. Айниқса, ишлаб чиқариш қувватини ишчи кучи, молия ва материал манбаларга бўлган эҳтиёжни аниқлайди. Ишлаб чиқариш режаси маҳсулот номенклатураси, сотиш ҳажми ва маркетинг башоратига асосланиши керак. Бу бўлимда ҳар бир маҳсулотлар тури бўйича меҳнат ва материалларни нисбий меъёри аниқланиши керак.

Меҳнат ресурси ва қурилмаларга бўлган эҳтиёж ишлаб чиқариш ҳажмига асосланган ҳолда аниқланади. Улардан харажат сметаси, ишчи кучидан фойдаланиш режаси ишлаб чиқариш графигини тузишда фойдаланилади.

Ташкилий режа

Бу бўлимда фирманинг ташкилий бошқарув тузилишининг атрофлича ёритилиши зарур. Бундан шундай хулосага келиш мумкинки: ким нима билан шуғулланади, бўлимлар бир-бирлари билан қандай ҳамжиҳатликда иш олиб боради. Фаолият қандай тартибга олиб борилади ёки назорат қилинади.

Ташкил этишда йўл қўйилган хатолар фирма фаолиятига катта салбий таъсир кўрсатиши мумкин.

Фирма ишида кадрларни танлаш жой-жойига қўйиш ва улардан фойдаланиш алоҳида аҳамият касб этади. Ишга қабул қилиш (ишга ёллаш) қоидаларига ривоя қилиш мақсадга мувофиқ.

Бу ерда синалган жаҳон амалиёти тажрибаларидан фойдаланиш яхши самара беради.

Корхонада кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни ҳам унутмаслик лозим.

Бу бўлимда яна шуни ҳам кўрсатиб ўтиш керакки, малакали мутахассисларни жалб этмоқдами ёки хизмат кўрсатувчи ташкилотлар хизматидан фойдаланмоқдами?

Бошқарув ходимлари учун "Касб – малака ҳаракати" тизимида ишлаб чиқариш керак, бу юқори натижаларга эришишга қизиқишини орттиради.

Акс ҳолда қисқача биографик маълумотлар юритилиши ҳам мумкин.

Фирмани ҳуқуқий таъминоти

Бу бўлим, айниқса, янги ташкил этилаётган фирмалар учун зарурдир.

Биринчи сўз фирма мулк шакли ва ҳуқуқий асоси ҳақида боради (хусусий, кооператив, давлат. Ҳиссадорлик жамияти. Қўшма корхона ва ҳоказо).

Ҳар бир шакл ўзаро хусусиятлари, кучли ва кучсиз томонларига эга. Бу лойҳани муваффақиятли амалга ошишига таъсирини ўтказади.

Агар давлат корхонаси бўлса, бўйсуниш тизими ва давлатни хўжалик фаолиятига аралашуви дорасида ёритилиши керак. Ҳиссадорлик жамияти бўлса, таъсисчилар ва уларни низом капиталидаги улуши аниқ кўрсатилиши шартдир.

Бунинг бош сабаби – тадбиркор нима учун ушбу тадбиркорликнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклини танлади, келгусида уни такомиллаштириш режаси борми, нима учун ушбу стратегия энг қулай ҳисобланади.

Ушбу бўлимда мулк шаклини асослаш билан бир қаторда фирма фаолиятини тартибга солувчи қонуний норматив ҳужжатлар берилиши керак бўлади.

Фирмани ҳуқуқий таъминоти

Бу бўлим, айниқса, янги ташкил этилаётган гаплар учун зарурдир.

Биринчи гап мулк шакли ва ҳуқуқий асоси ҳақида гап боради: хусусий, кооператив, давлат. Ҳиссадорлик жамияти. Қўшма корхона ва ҳоказо.

Ҳар бир шакл ўзаро хусусиятлари, кучли ва кучсиз томонларига эга бу лойҳани муваффақиятли амалга ошишига таъсирини ўтказиши мумкин.

Агар давлат корхонаси бўлса, бўйсуниш тизими ва давлатни хўжалик фаолиятига аралашуви дорасида ёритилиши керак. Ҳиссадорлик жамияти бўлса, таъсисчилар ва уларнинг низом капиталидаги улуши аниқ кўрсатилиши керак.

Буларнинг асосий танлаш сабаби, ишни ташкил этилиши, келгусида ўзгартириш истиқболлари, яна нима учун ушбу стратегиянинг қулайлигини ҳам ёритиш керак.

Ушбу бўлимда мулк шаклини асослаш билан бир қаторда фирма фаолиятини тартибга солувчи қонуний норматив ҳужжатлар берилиши керак бўлади.

Изланувчанлик ва янгиликларни жорий этиш

Агар ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ёки кўрсатиладиган хизматларни келгусида янада такомиллаштириш зарур бўлса, бизнесни доимий равишда илмий изланиш ва тажриба конструкторлик ишлари билан боғлиқ равишда олиб борилиши шартдир. Шу мақсадда асосий эътиборни изланувчанлик ва янгиликларни жорий этиш бўлимида қуйидаги масалаларни ёритишга қаратмоғимиз лозим:

Жорий этиш ва ишлаб чиқиш жараёнининг ҳозирги ҳолати;

Иш ҳажми, жараёни якунлаш учун зарур бўлган ходим, моддий-техника базаси, харажат ва молиялаштириш манбалари ва кутилаётган муаммолар;

Кўзда тутилаётган ва ўтказилаётган янги илмий изланишлар: вазифа, маблағ, эҳтиёж, харажат ва молиялаштириш манбалари ва ундан кутилаётган ютуқлар.

Бу бўлимда маҳсулотлар рақобатбардошлигини оширишдаги илмий изланиш ва тажриба конструкторлик ишлари аҳамиятини аниқ кўрсата билиш зарур. Бўлимни ёритишда унинг афзаллигига, қоплаш муддатини юқорилигига алоҳида эътибор бериш керак. Янги турдаги маҳсулот ёки янги технология жараёнлари яратилишини, мавжуд маҳсулотларни модернизация ва модификация қилишни алоҳида ажратиб кўрсатиш лозимдир.

Шу жумладан, корхонадан барча турдаги капитал маблағлар талаб қилувчи тадбирлар ҳам ушбу бўлимда кўрсатилиш керак.

Таваккалчиликни баҳолаш

Ҳар қандай бизнес ўз фаолияти давомида маълум бир таваккалчилик билан боғлиқ бўлади. Ушбу таваккалчилик тармоқ хусусияти рақобат шартлари, республика иқтисоди ва сиёсий ҳолатларидан келиб чиқади. Демак, бизнес режада корхонанинг келгуси 2-3 йил ичида дуч келадиган муаммо ва қийинчиликлари ҳисобга олиниши керак. Бу ерда асосийси, раҳбарнинг таваккалчиликни аниқлаши ва у билан курашнинг самарали йўлини танлашдан иборат.

Бизнес режани ушбу бўлимида, мумкин бўлган таваккалчилик ҳолатларини имкониятли муаммоларни ёритиш керак. Чунки улар корхона стратегиясини амалга оширишда тўсиқлик қилиши мумкин. Бизнесда таваккалчилик рақибларни тўғри баҳолай олмасликда, ишлаб чиқариш, маркетинг ва бошқариш ходимларини малакаси пастлиги, техника соҳасида янги ютуқларни юзага келиши оқибатида вужудга келади. Янги техникани юзага келиши ўз навбатида ишлаб чиқарилаётган маҳсулотни маънавий эскиришга олиб келади.

Ҳар бир кўрилаётган таваккалчиликка унинг таъсирини камайтириш тадбирлар режаси берилиши керак. Бу режа ва стратегиялар ҳолат юзага келганда тузилади ҳамда потенциал инвесторга раҳбар таваккалчиликни асосий томонларини тушуниш ва тегишли қарор қабул қилишга тайёр эканлигини кўрсатади.

Бу бўлимнинг асосий кўрсаткичи, раҳбарнинг корхона олдига қўйган мақсадига эришишга хавф туғдирадиган ҳолатни сезиши ва самарали йўл тутишга тайёр эканлиги ҳисобланади.

Молия режаси

Бу бўлим фирма фаолиятидаги молиявий таъминот масалаларини кўриб чиқади, жорий йилдаги молиявий маълумотлар ва келгусидаги бозорларда товарлар сотилиши ҳолатларига асосланиб мавжуд пул маблағларидан оқилона фойдаланишни таъминлайди.

Бугунги кунда Республикамизда бухгалтерия ҳисобини халқаро стандартлар асосида юритишга ўтказилмоқда. Бу эса раҳбарлардан молиявий коэффициентлар усули ёрдамида фирманинг ўз-ўзини қоплаш ҳолатини таҳлил этиш ва капитал маблағларга эҳтиёжини аниқлашни талаб этилади.

Тезкор молиявий режа (ҳисобот) ҳар бир товар ва бозорлар бўйича фирманинг маълум бир давр натижаларини боғлиқлигини ифодалайди. Фирмада бу маълумотни маркетинг бўлими тайёрлаб бериши мақсадга мувофиқдир.

Режа-иқтисод бўлими товар ишлаб чиқариш эвазига даромадлар ва харажатлар ҳисобини юритади. Товарлар сотишдан олинаётган фойда миқдорини аниқлайди.

Пул оқими масалалари билан молия бўлими шуғулланади.

Баланс ҳисоботлари одатда бош ҳисобчи томонидан тузиб чиқилади. Молиявий ҳисоботлар орқали ҳар бир товарлар бўйича иқтисодий самарадорлигини баҳолай олишимиз мумкин.

9-жадвал

Фирманинг бозордаги улушини белгиловчи омиллар

	Кўрсаткичлар	Ойлар		Шу жумладан	Давр давомида жами	
		режа	ҳақиқат		режа	ҳақиқат
1.	Товар бирлигига фирманинг бозордаги имконияти.					
2.	Товар баҳоси.					
3.	Товар бирлигига сотиш ҳажми.					
4.	Маълум товар бўйича тармоқ бозорда фирма улуши.					
5.	Ишлаб чиқарилган товарлар ҳажми.					
6.	Йил охирига фирма омборларидаги товар захиралари.					

Юқоридаги жадвал ёрдамида фирманинг бозордаги улушини билиб олишимиз мумкин ва уни келгусидаги кенгайтириш борасидаги қарор қабул қилишда ҳам асос сифатида фойдаланилади.

Молиявий ҳисоботнинг иккинчи ҳужжати бу даромадлар ва харажатлар ҳақидаги маълумот (9-жадвалга қаранг)

10-жадвал

Даромадлар ва харажатлар

№	Кўрсаткичлар	Ойлар (кв. йил)		Шу жумладан	Йил бошида	
		режа	ҳақиқат		режа	ҳақиқат
1	Товар сотишдан тушган тушум.					
2	Товар ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари.					
3	Молдалар бўйича умум ишлаб чиқариш харажатлари.					

4	Солиқ ва ажратмалар.					
5	Соф фойда.					
6	Фирма ихтиёрига қолган фойда*.					

Эслатма: * Ҳиссадорлик жамиятларида дивиденд тўловларидан сўнгги фойда.

Бу жадвал орқали фирманинг алоҳида олинган товар ҳисобига фойда олишини кўриб оламиз. Унинг давр мобайнида ўзгаришини ҳам баҳолашимиз мумкин.

Бу фирма бошқарувининг асосий воситаси, шу жумладан кредитга мурожаат ва солиқ декларацияларини тўлдиришнинг асоси ҳам бўлади. Юқоридаги ҳисоботлар умумий натижаларга асосланиб тузилади.

11-жадвал

Ҳисобот таркибига қуйидаги кўрсаткичлар киритилади.
Ҳисобот таркиби

№	Кўрсаткичлар	Ойлар (кв. йил)		Шу жумладан	Йил бошида	
		режа	ҳақиқат		Режа	ҳақиқат
1	2	3	4	5	6	7
1.	Товарлар сотишдан олинган даромад.					
2.	Товар ишлаб чиқариш ва сотишдаги пул сарфлари.					
3.	Солиқлар.					
4.	Иш ҳақи фондига ажратма.					
5.	Дивиденд тўлови.					
6.	Мавжуд қурилмаларни инвестициялаш.					
7.	Янги сотиб олинган қурилмаларни инвестициялаш.					
8.	Хом ашё, бутловчи материаллар сотиб олиш.					
9.	Муомала харажати фоиз.					
10.	Янги моделларни яратиш ва сифатни ошириш билан боғлиқ сарфлар.					
11.	Пул маблағлари умумий сарфи.					
12.	Баланс актив қийматига қўшимча.					

Жадвалдаги 6, 7, 8, 10 кўрсаткичлар фирма фаолиятининг режадаги ва ҳақиқий капитал сарфлар миқдорини ифодалайди.

Молиявий ҳисоботнинг якуний ҳужжати бу баланс ҳисоботи ҳисобланади. Қуйида баланснинг кўриниши берилган:

БАЛАНС

АКТИВЛАР	ПАССИВЛАР
1. Ҳисоб рақамдаги пуллар	1. Тўлов зарур бўлган ҳисоблар
2. Қиммат баҳо қоғозлар	2 Солиқ ва иш ҳақидаги тўланмаган
3. Ҳисоблар бўйича тўловлар	қарзлар
4. Ишлаб чиқариш ва товар захиралари.	3. Бошқа тўланмаган қарзлар
5. Муомаладаги маблағлар.	
Активлар айланмаси.	Пассивлар айланмаси.
6. Иморат, иншоот ва қурилма.	4. Узоқ муддатли ёлланган маблағлар
7. Ер	5. Қисқа муддатли ёлланган маблағлар
8. Бошқа капитал маблағлар	6. Облигация маблағлари.
	7. Ҳиссадорлар умумий капитали
Асосий активлар	−Ҳиссадорлар шахсий капитали
	−Тақсимланмаган фойда
	Асосий пассивлар
Активлар абсолют миқдори	Пассивлар абсолют миқдори

Шундай қилиб, молиявий ҳисоботда активлар ва пассивлар таркиби ёритилган. Бу ҳужжатлар ёрдамида фирманинг ликвидлик ҳолатини ҳам билиб олиш мумкин.

Инвесторлар одатда қоида бўйича баланс ҳисоботини сўрайди. Баланс ҳисоботи солиқ декларациялари тақдими учун ҳам зарурдир.

Юқоридаги ҳисобот маълумотларидан келиб чиқиб ўз-ўзини қоплашни таҳлил этиб чиқамиз. Бунинг учун ҳар бир товар бўйича доимий ва ўзгарувчан харажатларни аниқлаб олиш зарур. Шундан сўнг ишлаб чиқаришни зарарсизлигини таъминловчи товар ишлаб чиқаришни қуйи чегарасини белгилаймиз.

$$\text{Зарарсизликни таъминловчи товар ҳажми} = \frac{\text{доимий харажатлар}}{\text{сотиш баҳоси} - (\text{ўзгарувчан харажат: сотилган товар ҳажми})}$$

Агар талаб зарарсизликни таъминловчи товар ҳажмидан кам бўлса, уни ишлаб чиқариш самарасиз ҳисобланади.

Корхона молиявий ҳолатини таҳлил қилишда нисбий молиявий коэффициентлардан фойдаланилади. Ушбу коэффициентларни уч гуруҳга бўлишимиз мумкин.

Биринчи гуруҳ коэффициентларга айланма маблағлар ликвидлиги киради.

$$K_1 = \frac{\text{Активлар айланмаси}}{\text{Пасивлар айланмаси}}$$

$$K_2 = \frac{\text{Активлар айланмаси- Товар захиралари}}{\text{Пассивлар айланмаси}}$$

Бу ерда:

K_1 – айланма маблағлар ликвидлигини аниқлаб берса,

K_2 – айланма маблағлар ликвидлиги тезлигини ифодалайди.

Жаҳон амалиётида муваффақиятли фаолият кўрсатаётган саноат корхоналари учун қуйидаги ҳолат тавсия қилинади:

$$K_1 > 1{,}8 \text{ ва } K_2 > 1.0$$

Булар тайёр маҳсулотлар ортиқчалигини чегаралайди.

Иккинчи гуруҳ (K_3) коэффициентлари орқали товар захиралари айланиши характерланади, (К4) орқали эса абсолют активлардан фойдаланиш самарадорлиги баҳоланади.

$$K_3 = \frac{\text{Товар ишлаб чиқариш ва сотишнинг умумий харажатлари}}{\text{Товар захиралари қиймати}}$$

$$K_4 = \frac{\text{Товарлар сотишдан олинган даромад}}{\text{Активлар абсолют миқдори}}$$

Жаҳон амалиётида муваффақиятли фаолият кўрсатаётган саноат корхонасига коэффициентни қуйидагича тавсия этиш мумкин:

$$K_3 > 2.8 \text{ ва } K_4 > 1.6$$

Учинчи гуруҳ кўрсаткичларига фойдалилик коэффициентлари киради (K_5 ва K_6)

$$K_5 = \frac{\text{Фойда (солиқсиз)}}{\text{Товар сотишдан олинган даромад}}$$

$$K_6 = \frac{\text{Фойда (солиқсиз)}}{\text{Активлар абсолют миқдори}} \times 100$$

Жаҳон амалиётида муваффақиятли иш олиб борувчи саноат корхонаси учун қуйидагилар тавсия этилади:

$K_5 > 8,2\%$ ва $K_6 > 14.7\%$

Кичик корхоналар учун (активлари 1 дан 10 млн. долларгача) бўлса, қуйидаги коэффициентлар тавсия этилади:

$K_1 > 1,8$; $K_2 > 0,3$; $K_3 > 3,2$; $K_4 > 1,7$; $K_5 > 6,7\%$; $K_6 > 1,5\%$

Фирманинг молиявий кўрсаткичларини таҳлил қилиб чиқиб қуйидаги хулосларга келишимиз мумкин.

1. Агар юқоридаги коэффициентлар кўрсатилган рақамларга мос келса, фирма самарали фаолият олиб бормоқда.

2. Агар кўрсаткичлар юқоридаги даражадан паст бўлса, фирма раҳбари томонидан доимий равишда назорат олиб борилиши лозим бўлади.

3. Агар K_3 ва K_4 коэффициентлар тавсия этилгандан паст бўлса, активларнинг барча моддалари самаралидир.

4. Кўпинча коэффициентлар тавсия этилган даражадан пасайиб кетса, фирманинг молиявий ҳолатини чуқур таҳлил қилиш керак бўлади.

Фирма молиявий ҳолатини таҳлил этишда яна бир қизиқ кўрсаткич банкротлик эҳтимоли (Z_1) ҳам кўрилади. Бу корхонанинг молиявий турғунлигини билдиради.

Бу қуйидаги формула орқали баҳоланади.

$$Z = 1,2 \frac{\text{Активлар айланмаси}}{\text{Активлар абсолют миқдори}} + 1,4 \frac{\text{тақсимланмаган фойда}}{\text{Активлар абсолют миқдори}} + 0,6 \frac{\text{Оддий ва имтиёзли акциялар бозор баҳоси}}{\text{Активлар абсолют миқдори}} + 3,3 \frac{\text{Асосий фаолият даромади}}{\text{Активлар абсолют миқдори}} + \frac{\text{сотишдан тушган даромад}}{\text{Активлар абсолют миқдори}}$$

"Z" кўрсаткич даражасига қараб фирманинг банкротлик эҳтимоли аниқланади:

1,8 гача	- жуда юқори
1,81дан – 2,7 гача	- юқори
2,71 дан – 3,0 гача	- мумкин
3,01 дан юқори	- жуда паст

Бу кўрсаткичлардан тегишли хулоса чиқариб олиш мумкин.

III БЎЛИМ КИЧИК БИЗНЕСНИ БОШҚАРИШ

9. Кичик бизнесни бошқариш

9.1. Кичик бизнесни бошқариш моҳияти

Бозор иқтисодиёти шароитида менежмент асосларини ўрганиш бизнесни самарали (оқилона) бошқариш, корхона (фирма)лар молиявий ҳолатини баҳолаш, уларни келгусида мустаҳкамлаш тўғрисидаги зарурий қарорлар қабул қилиш имконини беради. Тадбиркорлар томонидан бошқарув илмини чуқур эгаллаш, улар орасида иш фаолиятига нисбатан қизиқиш уйғотади, уларнинг изланувчанлик қобилиятини оширади ва меҳнатидан манфаатдорлигини таъминлайди.

Тажрибалар шуни кўрсатадики, бошқарув сирларини яхши эгаллаш, ишлаб чиқаришга янги техника ва технологияни жорий этишдан ҳам юқори самара бериши мумкин.

Бошқарув ўзи нима?

Бу тушунчага бир томонлама таъриф бериш қийин, уни тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришга татбиқ этиб, қуйидагича изоҳлашимиз мумкин:

Инсонларни олдиндан кўзлаган йўналиши (мақсад) бўйича ишлашга ундаш, яъни иш фаолиятида етарли моддий манфаатдорлик ва маънавий озуқа олиш ҳамда уни гуллаб яшнашини таъминлашдир.

Менежмент – ишлаб чиқариш самарадорлиги ортиши (юксалиши) ва юқори фойда олиш мақсадида фойдаланилаётган бошқарув шакллари, воситалари, қонуниятлари ва усуллари мажмуидир.

Ҳар қандай тадбиркорликнинг менежерлик функцияси корхона (фирма) ташкилий-ҳуқуқий шакли ва уни ишлаб чиқариш босқичлари орқали аниқланади. Масалан: тадбиркорлик фаолиятининг бошланғич босқичларида барча вазифалар тадбиркорнинг ўз зиммасига юклатилади, унинг сўнгги

босқичларида эса махсус менежерларни таклиф (жалб) этиш имконияти туғилади ва шунинг негизида уларга корхоналарни бошқаришни ташкил этиш мажбурияти юкланади.

Бошқариш бу:

- олдиндан кўра билиш;
- ташкил этиш;
- рухсат этиш;
- келишиш;
- назорат қилиш каби тушунчаларни ўз ичига олади.

Ҳозирги шароитда юзага келган ҳар қандай муаммони ҳал этиш ёки вазифани бажариш учун тадбиркор учта манбага эга бўлиши шарт: меҳнат, молия ва вақт.

Қоида бўйича молиявий маблағ (пул, сармоя) ва вақт ҳар бир тадбиркор учун чегараланган. Инсонларни фаол, яхши ишлашини рағбатлантириб бориш мумкин. Шунинг учун инсон меҳнати тадбиркорликда энг қимматбаҳо манба ҳисобланади. Уларда ўз ҳаракатларига тўла иштиёқ уйғота билиш, улар ҳиссиётларини ривожлантириш ва етарли даражада рағбатлантира олиш, тадбиркорлик фаолиятида муваффақият негизи ҳисобланади. Бунинг учун тадбиркор одамларни тушуниши, билиши, уларни тўғри йўлга бошлай олиши зарур ва улар сезгирлик, адолатлилик, тарбиялай олиш қобилиятларига ҳам эга бўлиши керак.

Ундаш — бу муайян бир мақсад йўлида ҳаракат қилишга йўналтирилган фаолиятни уйғотиш.

Кўп вақтларда инсонлар ўз меҳнат фаолиятларидан қониқмасликни сезадилар, аммо шу вақтнинг ўзида уни ўзгартиришни хоҳламайдилар.

Нима учун?

Бунинг асосий сабаблари қуйидагилар:

- ўзгартиришдан қўрқиш (чўчиш)и;
- муваффаққиятга (ютуққа) тўла ишонмаслиги;
- муваффақиятсизлик ҳолатида яқин одамларини хафа қилиб қўйишидан қўрқиши;
- айёрлик;
- эришган ютуқлар билан чегараланиб (қониқиб) қолиши;
- рақобат йўқлиги.

Инсонларга муайян шароит яратиш натижасида, уларни ўз фаолиятларини ўзгартиришга ундаш мумкин. Масалан:

Олдига бутунлай янги вазифани қўйиш (юклаш);

Янги фаолият турини афзаллик томонларини кўрсата билиш;

Бошқарувчилар таркибини янгилаш (ўзгартириш).

Бизнес соҳасида эришилган ютуқларининг кўпчилиги кескин тадбиркорликнинг ўз ҳисоб-китоблари маҳсули деб ҳисоблайдилар.

Ишбилармон кишилар ўз фазилатларини (хислатларини) қуйидаги кўринишлар орқали намоён қилади: ташқи қиёфаси, норасмий ҳолатлар ва иш фаолияти давомида одамлар орасида ўзини тута билиши, иш хоналарини жиҳозлаши, хизмат қоғозлари билан ишлаши ва иш услуби, ташкилотчилик даражаси.

Имидж (қиёфаси)- товар, корхона ва тадбиркор обрўси.

Тадбиркорнинг оддий этикаси, унинг жамиятни иш услубига қўйган талабларига риоя қилиши орқали намоён бўлади. Иқтисодий жиҳатдан ривожланган хорижий мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатадики, охирги йилларда бизнесни бошқаришда этик омиллар бош ролни ўйнамоқда.

Этика – ахлоқ, одобни ўрганувчи фан.

Мустақил республикамизда юзага келган тадбиркорликнинг дастлабки натижалари шуни кўрсатадики, бошқарув ҳаракати қачонки самарали бўлади, қайсики улар меҳнатни баҳолашда адолатли қонунларига тўла амал қилинса, одамларни ишонтира олинса. Тадбиркорни корхонани ривожлантиришдаги ҳиссаси, унинг профессионал обрўсини белгилайди. Ҳар қандай маданиятли одам тадбиркор бўлиши шарт эмас. Аммо тадбиркор маданиятли бўлиши шарт, сабаби улар доимо муваффақият (мақсад)га интилувчан бўлади.

9.2. Кичик бизнесни ва хусусий тадбиркорликнинг бошқариш тамойиллари

Аввал, биз тамойил (принцип) тушунчасини мазмунини англаб олайлик. "Принцип" сўзи лотин тилидан олинган бўлиб, "асос", дастлабки хатти-ҳаракат ёки фаолиятнинг асосий қоидаси маъноларини билдиради. Биз бу сўзни "тамойил" шаклида олдик.

Тамойилни кичик бизнесни бошқариш фани ва амалиётининг негизи дейиш мумкин. Тамойил (принцип)ларда кичик бизнесни бошқаришнинг объекти ва субъекти ўртасидаги объектив, муҳим, такрорланадиган, нисбий, турғун, аниқ, муайян

самарали ривожланишини таъминлаш негизида миллий анъаналарни сақлаб қолиш.

Қонун устуворлиги принципи. Ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётининг қонунчилик асосини яратиш бу фақат ўтиш даврининг мажбурий шарти бўлиб қолмай, балки ҳуқуқий давлат барпо этишнинг ўзига хос хусусияти ҳамдир.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ташкил этилиши ҳамда хўжалик фаолиятини муваффақиятли амалга оширилишининг ҳуқуқий нормалари амалдаги республика конституцияси асосида ташкил этилади. Бу ўз навбатида қонун устуворлиги тамойили моҳиятини англатади.

Бозор иқтисодиётига ўтишда кучли ижтимоий ҳимоя. Ўзбекистоннинг ўз янгиланиш ва тараққиёт йўлига асос бўлган энг муҳим қоидалардан бири бозор иқтисодиётига ўзининг босқичларида олдиндан кучли ижтимоий сиёсат ўтказишдир.

Ушбу томойилнинг моҳияти кичик корхоналардаги ижтимоий сиёсат моҳияти, ижтимоий сиёсатнинг ҳозирги кундаги йўналишлари, ўтиш давридаги вазифалар ва уларни амалга оширилиши билан ифодаланади.

Ижтимоий сиёсатнинг асоси:

– аҳолининг моддий аҳволини кескин ёмонлашиб, оммавий қашшоқланишга йўл қўймаслик;

– ижтимоий ҳимоя воситаларидан онгли фойдаланиш, шароитга мослаштириш;

– ижтимоий ҳимоя воситаларини, унга муҳтож бўлганларга нисбатан қўллаш;

– онгли баҳо сиёсати олиб бориш, уни асоссиз ортиб кетишга йўл қўймаслик.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиёти ривожланишида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ташкил этилиши аҳолини турмуш фаровонлигини ошириш, ишсизликни бартараф этиш, инвестиция тақчиллигини олдини олиш имконини яратади.

Босқичма-босқич бозор иқтисодиётига ўтиш. Мамлакатда бозор иқтисодиётига босқичма-босқич ўтилиши иқтисодиётни барқарорлаштириш, бозор инфраструктурасини яратиш ва бозор муносабатларига ўтиш; миллий инфратузилмани сақлаб қолиш ва уни бузилишига йўл қўймаслик учун асос яратади.

Иқтисодий ислоҳотларнинг ғоят муҳим вазифаси давлат мулки монополизмини тугатиш ва бу мулкни хусусийлаштириш ҳисобига кўп укладли иқтисодиётни реал шакллантиришдан иборат. Юқоридаги вазифанинг ҳал этилиши хусусий тад-

алоқадорликлар маълум шарт-шароитларда воқеалар ривожининг йўналиши ва хусусиятини белгилаб беради.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқариш курсининг ўрганиш қонуният (принцип)ларини иккита асосий гуруҳга бўлиб олишимиз мумкин:

- Макродоирадаги қонуният тамойиллар.
- Микродоирадаги қонуният тамойиллар.

Макродоирадаги қонуният (принцип)лар	Микродоирадаги қонуният (принцип)лар
1. Иқтисодиётни сиёсатдан устуворлиги 2. Давлат бош ислоҳотчи 3. Қонун устуворлиги 4. Кучли ижтимоий сиёсат 5. Босқичма-босқич бозор иқтисодиётига ўтиш 6. Демократиялаш ва байналминаллик	1. Илмийлик 2. Умумийлик 3. Мосланувчанлик 4. Режалилик 5. Мақсадлилик ва адреслилик 6. Тезкорлик 7. Самарадорлик 8. Тарихийлик ва муайянлик

22-чизма. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқариш курсини қонуниятлари.

Иқтисодиётни сиёсатдан устуворлиги – иқтисодиётни эркинлаштириш мулкдорлар синфини шакллантириш, тадбиркорликни ривожлантиришга қаратилган бўлиб, улар сиёсий мақсадларни амалга оширишга хизмат қиладиган иқтисодиёт эмас, балки иқтисодий тараққиёт масалаларини ҳал қилишга, инсон учун муносиб турмуш шароитларини таъминлашга йўналтирилган сиёсатга асосланишини англатади.

Давлат бош ислоҳотчи. Бозор муносабатларига ўтиш шароитида давлатнинг бош ислоҳотчи бўлиши, иқтисодий ва ижтимоий турмушнинг ҳамма соҳаларини ўзгартиришни маълум режалари асосида изчиллик билан амалга оширишни англатади. Давлат бош ислоҳотчи принципининг моҳияти давлат иқтисодий фаолиятининг қуйидаги асосий йўналишларида яққол намоён бўлади: бозор иқтисодиёти ҳуқуқий асосларини таъминлаш; бозор механизми яхлитлиги ва уни нормал ишлаши учун шарт-шароит яратиш; аҳолини иқтисодий жиҳатдан ҳимоя қилиш ва даромадларини адолатли тақсимлаш; атроф-муҳитни муҳофаза этиш; халқаро иқтисодий муносабатларни

биркорликни ривожлантиришга боғлиқдир. Бу эса юқоридаги тамойил моҳиятини англатади.

Демократиялаш ва байналминаллик тамойили моҳияти кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари низомида тўла аксини топган. Улар:

- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг фаолияти тенг ҳуқуқлилик тамойилига асосланган;
- ҳудуди, миллати, ирқидан қатъи назар барча тадбиркорлар тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиш ҳуқуқларига эгадирлар;
- ишлаб чиқариш натижаларидан ўз улушлари доирасида тенг манфаатдор бўлиши;
- ишлаб чиқарилган товарлар ошкоралигини таъминлаш.

Илмийлик тамойили – моҳияти кичик бизнес корхоналари ишлаб чиқариши фаолиятини муваффақиятли бошқаришида иқтисодий қонунлар, фан ва техника тараққиёти ютуқлари, табиат қонунларини чуқур ўрганган ҳолда қарорлар қабул қилишда намоён бўлади. Ички ва халқаро бозорда эришилган илғор тажрибалар натижаларини ўрганиш, улардан корхона стратегияларини ишлаб чиқаришда фойдаланишни билдиради.

Илмийлик тамойилининг бузилиши кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарда ишлаб чиқариши самарадорлигини пасайишига ва жаҳон бозорида ўз ўрнини йўқотилишига олиб келади.

Мақсадлилик ва адреслилик тамойили – бу кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари ишлаб чиқариш фаолиятини маълум бир мақсад ва адресга қаратилганлигини, ишсизликни чеклаш, ички бозорни тўлдириш, миллий имкониятдан тўла фойдаланишни англатади.

Тезкорлик тамойили – бу кичик корхона фаолиятини муваффақиятли бошқаришда қарорларни ўз вақтида қабул қилиш ва тез амалга оширилишини билдиради. Яратилган ғоя билан уни ишлаб чиқаришга татбиқ этиш муддатини иложи борича минималлаштириш бунга яққол мисол бўлиши мумкин.

Самарадорлик тамойили – кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналари ишлаб чиқариш ва хўжалик фаолиятини, таъсисчилар молиявий ҳолатини, натижаларни ифодалайди.

Умумийлик – кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари ишлаб чиқариш ҳамда хўжалик юритиш фаолиятининг асосий тамойилларидан бири ҳисобланади. Унинг моҳияти шундан иборатки, қабул қилинган қарорлар барча соҳалар,

бўғинлар ва таъсисчилар учун ягоналикни билдиради. Бу ерда таъсисчилар таркибидан ва ҳолатидан қатъи назар корхона бош стратегияси ягона ҳисобланади.

Режали. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида хўжалик юритишининг асосий воситаси истиқболли режалар ҳисобланади. Бу ўз навбатида режали тамойил моҳиятини англатади. Ҳозирги шароитдаги бизнес режалар ишлаб чиқиш ва ундан бошқаришда фойдаланиш бунга яққол мисол бўла олади.

Мосланувчанлик – кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари иқтисоди фанининг ўрганишни ўзига хос тамойили ҳисобланади. Бу ерда икки ва ундан ортиқ таъсисчилар манфаатлари мослиги ўз аксини топиши шартдир. Корхона фаолиятини бошқаришда халқаро конвенция қонунларига итоат этиш, ички ва ташқи бозор талаблари асосида маҳсулотлар ишлаб чиқариш зарурлиги намоён бўлади.

9.3. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқариш усуллари

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик курсининг услубий асоси бу уни ўрганишда фойдаланиладиган қонуниятлар ва усуллар йиғиндисидан иборатдир. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожланиши борасидаги классикларимиз таълимотлари, ҳозирги даврнинг таниқли иқтисодчи олимлари қарашлари Ўзбекистон Республикаси конституцияси ва Ўзбекистон Олий Мажлиси томонидан қабул қилинган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожланиши билан боғлиқ бўлган қонунлар, Президент фармонлари ва Вазирлар Маҳкамасининг қарорларининг назарий асосни ташкил этади.

Усул (метод) – бу фаннинг ўрганишда фойдаланиладиган йўллар йиғиндисидир. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқариш фанининг ўрганиш усулларини уч гуруҳга бўламиз: базавий, аниқ ва таҳлил этиш (3-чизмага қаранг).

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқариш бошқаришнинг ажралмас қисми ҳисобланганлиги учун, уни бошқаришда ҳам базавий усулларга таянилади.

Базавий усуллар жумласига иқтисодий усулни, маъмурий буйруқбозлик усулини ва ижтимоий психологик усулни олишимиз мумкин.

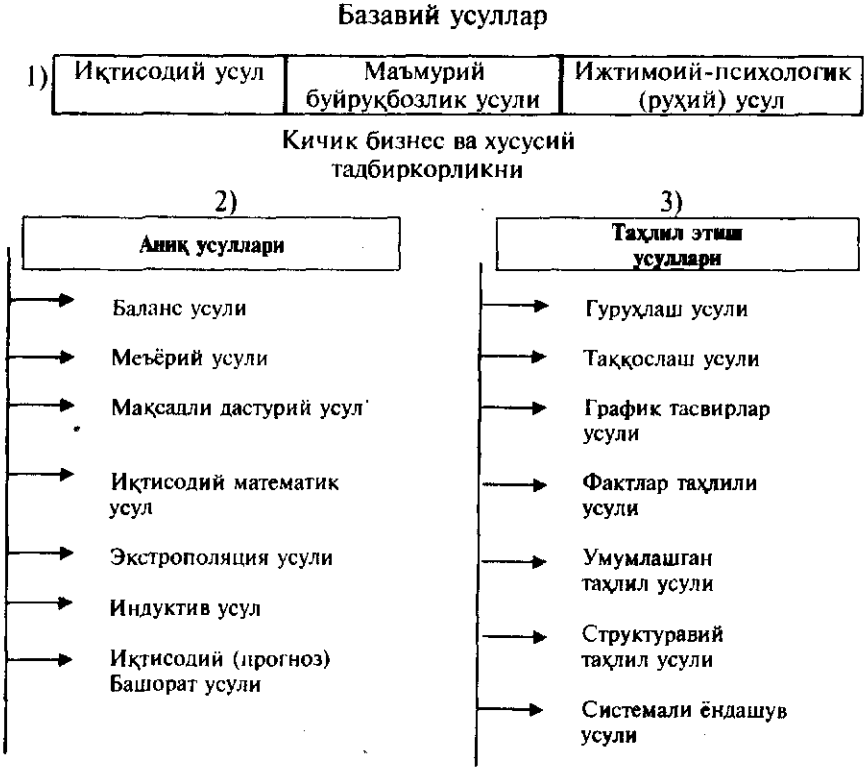
Иқтисодий усул – бу ходимлар ва меҳнат коллективларининг моддий манфаатларига асосланган бўлиб, давлат, жамоат

ва ҳар бир ходимнинг манфаатларини бир-бири билан узвий боғлаш имкониятини яратади.

Маъмурий буйруқбозлик усули кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқаришнинг яккабошчилик тамойилларига асосланади.

Ижтимоий-руҳий бошқарув усули жамоа аъзоларини ишлаб чиқаришни бошқаришда кенг миқёсида иштирок этишига асосланган бўлиб, бу усулни қўллашдан асосий мақсад жамоада соғлом ижтимоий-руҳий муҳитни яратишдир.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб унинг фаолиятини ташкил этиш, амалга ошириш ва назорат қилишда қуйидаги усуллардан фойдаланилади:



23-чизма. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқариш усуллари.

Баланс усули планда – пропорционал ривожланиш, талаб ва таклиф қонунлари моҳиятидан келиб чиқиб, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларига хом ашё етказиб бериш, уларни сарфи ва ишлаб чиқарилган маҳсулотни истеъмолчилар орасида тақсимлашни мувофиқлигини англатади. Бу ерда бир қатор баланслардан фойдаланади. Уларга материал баланси, қиймат баланси, меҳнат ресурслари баланси ва ҳоказоларни киритиш мумкин.

Бугунги кунда баланс ҳисобот сифатида фирма ёки корхонанинг мол мулки ва молия манбаларини таққослаш учун ҳам ишлатилади.

Меъёрий усул моҳияти шундан иборатки, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини бошқаришда илмий жиҳатдан асосланган норма-нормативлардан фойдаланишдир. Нормалар ўз навбатида материал, меҳнат, иш ҳақи, ёқилғи ва энергия сарфи бўйича бўлиши мумкин. Шуни эсда тутмоқ лозимки, норма ва нормативлар ҳеч қачон қатъий эмас, улар доимо ишлаб чиқаришда эришилган ютуқ ва илғор тажрибаларга асосланган ҳолда қайта кўрилиб борилади.

Мақсадли дастурий усулдан бошқаришда кенг фойдаланилади. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини ривожланиш жараёнида бир қатор муаммолар юзага келади. Уларни ҳал этишда мақсадли дастурлардан фойдаланилади. Бу эса ўз навбатида юқоридаги усул моҳиятини англатади.

Иқтисодий математик усул ҳозирги кунда бозор тузилмаларини татбиқ қилишда кенг қўлланилади ҳамда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари муаммоларини моделларда ифодаланишида намоён бўлади. Юқоридаги моделларнинг бир қатор кўриниишлари мавжуд:

– кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожланишининг асосий йўналишларини ифодаловчи моделлар;

– кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг соҳалар бўйича моделлари;

– кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг ривожланишининг ҳудудлараро моделлари;

– кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини иқтисодий-ижтимоий фаолиятини жадаллаштириш моделлари ва ҳоказо.

Замонавий ҳисоблаш техникалари ва ахборот воситаларига таянган ҳолда иқтисодий математик усулдан фойдаланиб, иқтисодий башорат қилиш усули ёрдамида қуйидаги ижобий натижаларга эришилади:

– кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик самарали ўйналиши ва соҳаларини аниқлаш;
– юқори фойда берувчи соҳаларни аниқлаш;
– маҳсулотлар ассортиментини шакллантириш;
– имкониятли ҳамкор (шерик)лар танлаш.

Иқтисодий (прогноз) башорат бу кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари ташкилотлари ҳамда бошқарувчиларига бозорни ўрганиш, истиқболли режалар тузиб чиқишда ижобий самара беради. Иқтисодий режаларда "ақл жумласи" "Дельфи" каби усуллардан кенг фойдаланилади.

Бундан ташқари, экстраполяция ва индуктив усуллардан ҳам фойдаланилади.

Гуруҳлаш усулидан кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини фаолиятига баҳо беришда кенг фойдаланилади. Гуруҳлашнинг мезони кенг қамровли бўлиб, уларга фаолият тури, ишлаб чиқарган маҳсулотлар ҳажми ишчилар сони, жойлашган ҳудуди, технологик даражасини киритишимиз мумкин.

Таққослаш усули кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари самарадорлигини аниқлашда жуда қўл келади. Таққослашнинг асосий мезони бўлиб иқтисодий кўрсаткичлар, яъни ишлаб чиқарилган маҳсулот, унга қилинган харажат (капитал сарф) эвазига олинган умумий фойда, рентабеллик ва ҳоказолар хизмат қилади.

Ҳозирги замон иқтисодий билимларини таҳлил этиш, ишлаб чиқариш фаолиятини бошқаришда кенг фойдаланилаётган усуллардан бири **график тасвирлаш усули** ҳисобланади. Унинг моҳияти тадбиркорлик субъектлари фаолиятини график тасвирлар, диаграммалар, чистограммалар орқали кўргазмали ҳолатда акс эттиришдан иборатдир.

Фактлар таҳлили усулининг моҳияти шундан иборатки, бу ерда тадбиркорлик субъектлари фаолиятига баҳо беришдаги аниқ фактларга таянилади. Фактлар доираси чегараланилмайди, у кўп қиррали бўлиши мумкин.

Фактлар таҳлили кўплаб иқтисодий жараёнларни умумлаштириш ва модел тузиш учун керакли маълумотларни тайёрлаш имконини ҳам беради.

Жаҳон амалиётида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ташкил этиш ҳамда муваффақиятли бошқариш жараёнида тажрибали мутахассислар, экспертлар хизматларидан кенг фойдаланилади. Улар таркибига иқтисодчилар, ҳуқуқшунослар, менеджерлар ва руҳшунослик киритилиши мумкин. Экспертларни асосий вазифаси истиқболли йўналишларни илмий

жиҳатдан асослашда тадбиркорларга ёрдам беришдир. Бу ўз навбатида эксперт баҳолаш усули моҳиятини англатади.

Эксперт баҳолаш усулида социологик тадқиқотлар усулларидан ҳам кенг фойдаланилади. Буларга анкета ўтказиш суҳбат уюштириш ва бошқаларни олишимиз мумкин.

Умумлаштирилган таҳлил усулида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятида бир-бирига мос бўлган ёки айрим белгилари бўйича ўзига хос хусусиятларга эга бўлган маълумотларни тўплаб таҳлил қилиш тушунилади. Бундан ташқари, уни комплекс ёндашув деб атасак ҳам бўлади.

Системали ёндашув усулидан кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқаришда кенг фойдаланилади. Бу ерда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривожланиши ва уни келгусида муваффақият қозонишини таъминловчи омиллар маълум бир тартибга (системага) келтириб олиниб, шу асосда аниқ тадбирлар белгиланади ва қарорлар қабул қилинади.

Структуравий таҳлилдан фойдаланиб кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни келгусида ривожлантириш имкониятларини билиб олишимиз мумкин. Бу айниқса, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик улушини ортиб боришига баҳо беришимизда, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари орасида айрим тармоқ ва корхона ўрнини аниқлашимизда яхши самара беради.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқаришнинг асосий функциялари.

Бошқарув функциялари масаласи бошқарув назариясининг бош бўғини ҳисобланади. У бошқарувнинг барча бўғинларига, жумладан кичик бизиес ва хусусий тадбиркорликни бошқаришга ҳам хосдир.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқаруви функцияси кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ишлаб чиқариш фаолиятининг алоҳида соҳаси ҳисобланиб, у ўз ичига барча бошқарув жараёнлари йиғиндисини қамраб олади.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик бошқарувининг асосий функциялари қуйидагилар ҳисоблаиади:

- режалаштириш;
- ташкил этиш;
- рағбатлантириш;
- ҳисоб ва назорат;
- тартибга солиш.

Режалаштириш ишлаб чиқариш бошқарувинииг асосий воситаларидан бири ҳисобланади. Режалаштириш бу кичик биз-

нес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари мақсадини белгилаш ва шу асосда ишлаб чиқаришни амалга оширадиган барча тадбирларни иқтисодий жиҳатдан самарали эканлигини асослаб бериш каби муҳим вазифани амалга оширади.

Ташкил этиш кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни олдига қўйган асосий вазифаларни ҳал этади, яъни кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари тактикаси мажмуидан иборат бўлади. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни аниқ бир мақсадга қаратилиши эса мақсадли раҳбарлик функцияси моҳиятини беради.

Ҳозирги кунда республикамизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини ривожлантиришнинг бош мақсади иқтисодиётни барқарорлаштиришга ўз ҳиссасини қўшишдан иборат.

Ҳисоб ва назорат функцияси кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларига ўз ривожланишини тўғри баҳолаш орқали келгусида бозорда ўз ўрнига эга бўлиш имконини ҳам яратади.

Тартибга солиш функцияси моҳияти шуидан иборатки, у юзага келган номутаиосибликлар (муаммолар)ни олдини олади.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқаришнинг аниқ функцияси ишлаб чиқаришга фан-техника ютуқларини кенг жорий этиш маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмини орттириш, таннархини пасайтириш, уиинг самарадорлигини ошириш ва шу асосда жамият эҳтиёжларини тўла таъмиилашда ўз ҳиссасини қўшишдан иборат.

10. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда меҳнатни ташкил этиш

10.1. Ишга қабул қилиш қоидалари

Тадбиркорликда муваффақиятни таъминловчи муҳим омиллардан бири — қатъий, ҳамфикр, бир-бириии яхши тушунадиган меҳнат жамоасини ташкил этиш вазифасини қўйинг. Бунинг учун қуйидаги қоидаларга амал қилиш муҳимдир:

– юқори малакали, тажрибага эга бўлган ходимларни ёллаш;

– бирор бир участка ишониб топширилган маълум бир кишига ўз ишчи командасини шакллантиришда тўла эркинлик бериш.

Тажрибали, қобилиятли ходимларни ишга олиш бир томондан корхонанинг юқори самара билан ишлашини таъминлайди, иккинчи томондан рақобат таваккалчилигини кучайтиради. Шуни унутмаслик керакки, айрим ходимлар ўзлари ишлаб турган корхонани ишлаб чиқариш, тижорат сирлари билан таиишиб, ўзига тажриба орттиргандан сўиг, ўзининг корхонасини очиши мумкин. Бундан ташқари, ходимларни, мижоз ва ишчиларни ўз томонига оғдириб олиши ҳам мумкин. Кўп ҳолларда янги корхона, эскининг иш услубига асосланади ва хавфли рақобатчи ҳисобланади. **Ундан қандай қутилиш мумкин**? Шунинг учун ишлаб чиқариш жараёнларидаги майда ва энг нозик томоиларни сир сақлашга ҳаракат қилиш зарур.

Ушбу муаммони ҳал этишнинг муҳим бир томони — малакали ходимлари бир-биридаи фарқ қила олиш қобилиятига эга бўлишидир.

Шуни унутмаслик керакки, энг яхши ходим бу оилали, ўзининг молиявий ва ижтимоий ҳолатидан қониққан кишидир. Энг ишончсизлари эса ёшлар, оилавий ишлар билаи боғланмаганлардир. Аммо улар нисбатан актив, янгиликка интилувчан бўлса-да, айрим ҳолларда нисбатан пастроқ иш ҳақига ҳам рози бўлаверади.

Яхши ходимларни танлаш жараёни ҳеч қачон тўхтамайди. Айниқса, бу муаммо корхона янги ташкил топаётган даврда ўта долзарб ҳисобланади.

Тажрибалар шуни кўрсатадики, янги тез ривожланаётган корхоналар фаолиятининг бошланғич даврида ўз ходимларининг ярмини йўқотади. Учинчи йилнинг охирига келиб қўнимсизлик 25 фоизга камаяди, бешинчи йилга бориб бу кўрсаткич 10 фоизни ташкил этади. Биринчи йилдаги қўнимсизликни юқори бўлишининг сабаби — ходимларни корхонанинг келгусидаги ривожланиш истиқболларини тўла тушунмаслиги, шу жумладан ўзининг келажак истиқболларини тўла тасаввур эта олмасликдир.

Ишга қабул қилишнинг асосий қонуниятларини ўзлаштиришда, олди-сотди тамойилидан фойдаланиш муҳимдир. Ишга ёлловчи (сотиб олувчи)га, ёлланувчи ўз ишчи кучини сотади. Бу ерда ёлловчининг вазифаси "товаршунос" вазифасига, яъни товар сифатиии назорат қилувчига ўхшаб кетади. Ишга қабул қилиш жараёнида бир қатор ҳужжатлар

таҳлил этилади ва тегишли ишлар амалга оширилади. Ушбу ҳужжатлар таркибига қуйидагилар киради:

I. Олдинги иш фаолиятига қисқа тавсифнома.

II. Анкета.

III. Ёзма тест.

IV. Тавсия хати(тавсиянома).

V. Суҳбат ёки интервью натижалари.

Барча йирик чет эл фирмаларида ишга қабул қилиш кўп босқичли, узоқ давом этувчи жараёндир. Масалан, АҚШнинг "Маккей Энвилоуп" фирмасида ишга қабул қилиш ўн босқичида амалга оширилади.

Биринчи босқичда номзод суҳбатга таклиф этилади. Бу суҳбат кадрлар бўлимининг тажрибали ходими томонидан, олиб борилади. Агар номзод салбий тасаввур қолдирса-да, бу вақтнинг ўзида уни ишга қабул қилинмаслик ҳақида хулоса чиқарилмайди.

Иккинчи босқичда номзод маъмуриятининг 7-8 ходими билан суҳбатдан ўтказилади. Ҳар бир суҳбат олиб борувчи, суҳбат натижаларини ёзма равишда кадрлар бўлимига илова тариқасида топширади.

Учинчи ташрифда корхона (фирма) раҳбари номзод билан суҳбат қуради ва унга фирманинг келгусидаги истиқболлари ҳақида гапириб беради.

Тўртинчи босқичда номзод билан раҳбар шахсан учрашгандан сўнг у телефон орқали суҳбатлашади. Бу ерда номзодни ўз фикрини тўла етказиб бера олиш қобилиятини текшириб кўради.

Бешинчи босқичда номзоднинг ташқи ахборот манбалари аниқланади. Унинг бизнес билан қай даражада таниш эканлиги ўрганилади. Бу ерда одамларни яхши фарқлай оладиган ва ишончли ходимлар хизматидан фойдаланилади.

Олтинчи босқичда номзод билан оиласи даврасида суҳбат ўтказилади. Ушбу ҳолат ишга қабул қилинаётган ходим ҳақида қимматли маълумотлар беради, унинг шахсий ҳаёти шу ерда аниқ намоён бўлади. Унинг тўғри кўнгиллигини текшириб олинади.

Еттинчи босқичда номзод норасмий ҳолатда мулоқотда бўлиш учун оиласи билан концертга ёки кинотеатрга таклиф этилади. Номзод одамлар орасида ўзини қандай тутади деган қимматли саволга жавоб олинади. Бу айниқса, савдо агентларини танлашда яхши самара беради.

Саккизинчи босқичда номзодни шу шаҳардаги рақобатчи ҳисобланмаган бир ёки икки корхонага ташрифи тавсия этилади. Бу ташриф қоидага кўра, узоқ давом этмаса-да, кўп нарсаларни аниқлаб беради.

Тўққизинчи босқичда мутахассис фикрини билиш мақсадида шу соҳадаги корхоналарнинг юқори малакали мутахассисларига номзодни таклиф этилади.

Ўнинчи босқичда номзод консултант-психолог қабулидан ўтади. Сўнгра юқоридагиларни тўла таҳлил этиш асосида ходимнинг ишга қабули юзасидан тегишли қарорлар қабул қилинади.

Ҳозирги замон Ўзбекистон тадбиркорларига юқоридаги ҳолат кўп жиҳатдан тўғри келмайди. Ишга қабул қилишнинг асосий мезони этиб "Агар ушбу одам менга эмас, менинг рақибимга хизмат қилганда мен ўзимни қандай ҳис эта оламан" деган саволга жавобни олишимиз мумкин. Тўғри ишга қабул қилишни суҳбатсиз ўтказиш мумкин эмас. Аммо уни тўғри ўтказиш, хатолардан йироқ бўлиш, зарур ҳисобланади. Бу ерда, суҳбат мақсадини унутмаслик, ишга қабул қилинаётганларни ишбилармонлик фазилатларини тўғри баҳолаш зарур. Суҳбат бошланғич ва асосий босқичда ўтказилиши мумкин.

Суҳбатнинг бошланғич босқичи номзодни таклиф этилаётган мансабга, шартга ва талабларга лойиқ эканлигини аниқлаб берса, асосий босқич эса – ундаги ушбу мансаб учун зарурий шахсий фазилатларни аниқлаш имконини беради.

Асосий суҳбат номзод билан яккама-якка, қулай шароитда ўтказилади. Уни телефон орқали ўтказиш қатъиян ман этилади. Иш берувчи ва номзод орасидаги тўғри мулоқот, бир-бирини тўла тушуниш суҳбат натижасига боғлиқ бўлади. Ишга қабул қилиш учун номзод ҳақидаги фикрларни ойдинлаштиради.

Суҳбат бир-бирини тушуниш муҳитида ўтказилиши шарт. Номзодни қўллаб-қувватлаш зарур. Тушунтириш, унга тузатмалар киритиш мақсадга мувофиқ эмас. Иложи борича номзодни ўзи гапириши лозим, фақат уни тинглаб эшитиш керак. Суҳбатдошнинг таржимаи ҳоли билан қизиқиш, мавжуд маълумотларни аниқлаш, у ёки бу сифат фазилатлари ҳақидаги тасаввур (гипотезалар)ни текшириш фойдалидир. Зарур ҳолатларда номзодни меҳнат шартлари, имтиёзлари, ҳуқуқлари, жавобгарлиги билан хабардор қилиш, агар уни салбий

ҳолатлари бўлса, яшириб ўтирмаслик зарур. Шундан сўнг уни келгусида ишга қабул қилиш ҳақида хулоса қилинади.

Суҳбат қуриш чоғида учта асосий элементни фарқлашни лозим:

1. Суҳбатга тортиш.
2. Эшитишни билиш.
3. Айтилган фикрлардан тўғри хулоса чиқариш.

Суҳбатга тортишнинг асосий йўли масалани тўғри қўйиш, вақти-вақти билан пауза бериш ва айтилганларни тасдиқлашдир. Масалани қўйишда ёидашма саволлар самарали таъсир этади. Улардан суҳбат чоғида фойдаланиш мумкии.

Номзод фикрларини тўла эшитиш, фикрларини бўлмаслик лозим. Чидамсизлилик, эшитишни ёқтирмаслик, ортиқча эмоцияга берилиш суҳбатни бузади. Бу яхши одат эмас.

Суҳбатни таҳлил этишда мақсад талабларидан келиб чиқиш лозим. Агар номзоднинг айрим хатти-ҳаракатлари тўғрисида салбий фикрлар юзага келса, бу нарса унинг келгуси иши олдида иккинчи даражали бўлиши мумкин. Бевақт хулоса чиқариш энг қўпол хатодир. Ходимнинг айрим хато ва камчиликлари унинг ижобий томонлари билан ювилнб кетиши ҳам мумкин.

Шунинг учун суҳбатга алоҳида эътибор берилмоғи лозим.

Суҳбатга тайёрланишнинг энг қулай йўлларидан бири унинг дўстона руҳда ўтказилишидир. Бу ерда энг кўп учраб турадиган саволларни бериб кўриш мумкин.

Масалан:

1. Нима учун Сиз бизга ишга киришга мурожаат қилдингиз?
2. Корхона ва бу мансаб ҳақида нималарни биласиз?
3. Нима учун фақат шу касбни танладингиз?
4. Сиз ўзингизга қандай баҳо берасиз?
5. Ўз ҳақингизда гапиришга нима мажбур этди?
6. Ўзингизни кучли тамонларингизни қандай баҳолай оласиз?
7. Сизнинг кучсиз тамонларингиз нимада?
8. Қайси турдаги ишларни кўпроқ ёқтирасиз?
9. Ишдан ташқари қизиқишингиз?
10. Қайси турдаги ишларни ёқтирмайсиз? Нима учун?
11. Қандай натижалар кўпроқ сизнн қаноатлантиради?
12. Сизнинг энг қўпол хатоингиз?
13. Ўзингиз танлаган касбни ўзгартиришни хоҳлайсизми?
14. Ҳаммадан кўпроқ сизга нима ёқади?

15. Олдинги иш жойингизда нимадан қаноатлаимагансиз?
16. Нима учун олдинги ишдан кетдингиз?
17. Ҳаётдаги сизнинг мақсадингиз?
18. Қандай иш ҳақига розисиз? (ойлик маош миқдори)

Демак, мана шу шартларда ишга қабул қилиш мақсадга мувофиқдир. Ҳар иккала томон учун қулай йўл "шартнома" асосида ишга қабул қилиш ҳисобланади. Бу ерда иш берувчи, келгусида ўзига мустақил ҳолат яратиш мақсадида иш олувчига нисбатан кам мажбуриятларни олишн мумкин.

Бошланғич даврда ишни қисқа муддатга тавсия этиш ва бу даврда қатъий талабчанлик муҳити яратиш, шу жумладан эришган ютуқларга қараб рағбатлантириш кўпроқ самара беради.

Ходимни ишдан бўшатиш даврида, ҳаддан ташқари талабчанлик ярамайди. Шуидай сабаб топингки, ишдан кетаётган ходимни шахсиятига салбий таъсир этмасин.

10.2. Кичик бизиес ва хусусий тадбиркорликда бошқарув қарорларини қабул қилиш

Ўз бошқарув вазифасини муваффақиятли ҳал этиш учун раҳбар "етакчи"лик фазилатига эга бўлиши керак. Бу нимани англатади? Унинг моҳияти раҳбарни ўзи мустақил қарор қабул қилиши ва уни бажарилишини назорат қилишини англатади. "Етакчи" ўз вақтида ходимнинг айрим муаммоларии аниқлашда, уларни кейинчалик ҳал этишда ёрдам кўрсатади. Етакчи ўз ходимлариининг ишига ҳам жавобгарликни ўз зиммасига олади.

Раҳбар ҳамда ходимлар ўз ҳуқуқ ва имкониятларидан келиб чиқиб мустақил ҳаракат қилиши лозим. Ўз вазифасини ҳамкасбларига ошириб қўйиш яхши эмас. Агар масалани ҳал этилиши ходим ҳуқуқ ва имкониятлари доирасидан ташқарида бўлса, у ўз вақтида раҳбарни хабардор этиши зарур. Ходимлар фикри раҳбарнинг фикрига мос келмаса, улар маслаҳатлашиши ва фикрини очиқ айтишлари мумкин.

Раҳбар ходимни иш билармонлик фазилатларини аииқлаб олгандан сўнг унга мустақил ишлашга имконият яратиб бериши, зарур ҳолатларда унинг фаолиятига аралашиши мумкин. Бунинг учун раҳбар олдии уларга тегишли вазифалар белгилаши, уларни бажарилиш муддатини кўрсатиши сўнгра

ходимлар фаолиятини назорат қилиши, тартибга солиши мумкин.

Ҳар қандай ходимни ўз таклифи бўйича энг юқори ҳуқуққа эгалигини унутмаслик керак.

Қуйида бошқарувнинг бир қатор асосий вазифаларини кўриб чиқамиз:

1. Айтайлик, сиз хизмат сафари ёки таътилдасиз. Шу вазиятдан фойдаланиб, сиз ўзингизни мижозингиз бўлиб қолдингиз, ўз корхонангизни бирор-бир бўлимига телефон қилиб ёрдам сўранг. Шу вақтда кутилмаган вазият бўлиб қолиши мумкин, яъни сизни хафа қилиб қўйиши, жаҳлингизни чиқариши мумкин, ҳовлиқиб (шошилиб) кетманг, тузатишга ҳаракат қилинг, аммо кескин чора кўрманг.

2. Охирги натижага асосланинг. Тугалланмаган ишга баҳо бермаинг. Агар сиз қандайдир муаммога дуч келсангиз, иима учун деб сўраманг, яхшиси келгусида нима қилсак бўлади, деб сўранг. Қаршилик кўрсатишга уриниб кўрманг. Кимки ҳаракат қилишга тайёр бўлмаса, уларга чора кўришга қодир эканлигиигизни тушунтиринг.

3. Бирор-бир муаммони тез ҳал этиш зарурати юзага келганда кучни бир жойга тўплаш, эътиборни фақат ушбу муаммони ҳал этишга қаратиш, агар зарурати бўлса уни қисмларга ажратиш зарур.

4. Корхона бош раҳбарида коллективда ишлаб чиқариш жараёнидаги ҳақиқий ҳолатни билиш истаги пайдо бўлса кутмаслик, тегишли чора-тадбирлар кўриши керак, чунки бўлим бошлиқлари унга ўз ишлари ҳақида очиқ ахборотлар бермаслиги, ўз камчилигини бартараф қилишга интилиши мумкин.

5. Коллективда вазият кескинлашган ва бу ҳолат узоқ давом этиши мумкин ҳолатда ҳар хил кўнгил очар тадбирлар уюштириш яхши самара беради. Одамлар доимо сезгир бўлади. Уларни кайфиятига эътибор бериш муҳимдир.

6. Шахсий намуна тартибига риоя қилиш. Йиғилишларни ўз вақтида бошлаш, ёмои иллатларга йўл қўймаслик муҳимдир.

7 Яна бир ҳолат, раҳбарнинг бирор-бир ходим билан яқин шахсий алоқада бўлишида, қариндош уруғларни, ўртоқларни ишга қабул қилишда эҳтиёт бўлиш зарур. Агар раҳбар бир ходимга алоҳида эътиборда бўлса, ўз обрўсини йўқотади, коллективда салбий муҳит юзага келиши мумкин.

8. Ходим билан суҳбатлашаётганда унинг кўнглидагини топиб гапиришга ҳаракат қилиш лозим. Одамлар билан ўз тилида мулоқотда бўлиш мақсадга мувофиқдир.

Фирманинг молия-ҳисоб ишларини ким олиб бориши ҳар бир тадбиркор учун жуда зарур. Ву кўп ҳолларда охирги молиявий натижаларга боғлиқ бўлади. Унча катта бўлмаган корхоналарда молия-ҳисоб масалаларини ташкилотчи ёки бухгалтер ҳал этади. Ишлаб чиқариш фаолиятини кенгайиб бориши қўшимча ишчи жалб этиш ёки янги мансаб киритишга олиб келади.

Масалан: **Режа бўлими** бошлиғи (бош иқтисодчи) унга молиявий фаолиятни истиқболли режаларини тузиш, барча молиявий ҳужжат ва хулосаларни таҳлил этиш, вазифаси юклатилади.

Иқтисодчи корхона хўжалик фаолиятини таҳлил этувчидир. У кўрсаткичларни ишлаб чиқиш, таҳлилдан ўтказиш, молиявий смета тузиш, молиявий ишларни такомиллаштириш тадбирларини амалга оширади.

Бош молиячи қимматбаҳо қоғозлар ва пул маблағлари бўйича операцияларни амалга ошириш, шу жумладаи, савдо операцияларини назорат қилиши керак. Унга корхона чекига имзо чекиш ҳуқуқи берилиши мумкин. Унча катта бўлмаган миқдордаги нақд пул уииг ихтиёрида бўлиши мумкин.

Бош молиячи корхона иқтисодий фаолиятига тўла жавоб беради. Шунинг учун ҳам "Вице-президеит" деб юритилади.

Бош ҳисобчи функцияси бухгалтерия ҳисобини юритиш, молиявий ва статистик ҳисоботларни тайёрлашга раҳбарлик қилишдир. Айрим ҳолларда бош бухгалтер иқтисодчи вазифасини ҳам бажариши мумкин.

Аудитор (ревизор) корхона ҳисоб ва ҳисоботлар юритиш тўғрилигини текшириб боради. Директорлар кенгашига аъзо бўлади ва компания билан ташқи аудитор (ревизор) орасида боғловчи вазифасини бажаради.

Солиқ бўйича молиячи бош молиячи ихтиёрида бўлади ва солиқ ҳисобларини амалга оширади.

Йирик корхоналарда соф молиявий масалалардан ташқари номолиявий муаммоларни ҳал этувчи бўлимлар ҳам мавжуд. Масалан: товар запасларини назорати, вақтни ҳисобга олиш ва ҳоказо. Бу бўлимларни ташкил этиш олдиидан режалаштирилмайди, аммо корхона фаолияти давомида зарурат юзасидан шаклланади.

Йирик компанияларда молия қўмитаси тузиш мумкин. Корхона ҳажмига қараб молия қўмитаси доимий ҳаракат қилувчи ёки вақтинчалик орган бўлиши мумкин. Қўмита функцияларини компания молия сиёсатини аниқлаш, аудиторлик назорати хулосаларини кўриб чиқиш, таклиф этилган лойиҳани баҳолаш, баҳони шакллантириш юзасидан таклифлар бериш ва ҳоказолар киради. Унча катта бўлмаган компанияларда уларга ходимларнинг мансаб, иш ҳақларини белгилаш вазифаси ҳам юклатилиши мумкин.

Яна бир муҳим масалани кўриб чиқамиз. Мажлис ва йиғилишлар корхона бошқаришда қандай ўрин тутади, у керакми ёки йўқми?

Ҳаммага аён, мажлис ва йиғилишларни камроқ ўтказиш, уларда қатнашчиларни камроқ бўлиши, бу яхши. Аммо, умуман мажлиссиз иш бўлмайди. Авваламбор, уни ўтказишдан олдин, асосий масалани ҳал этиш зарур. Юзага келган муаммо йиғилишда ҳал этилиши зурурми? Агар масала тезкор ҳал этилиши зарур бўлмаса, уни хат орқали тегишли қатнашчиларга етказиш мумкинми?

Одатда йиғилишлар икки кўринишда ўтказилади: оператив (тезкор) ва хафталик йиғилиш. Бу барча бўлим бошлиқларига маълум бир ахборотни тезда етказиш ва муҳокама қилиш мақсадида ўтказилади. Ҳафталик йиғилиш корхонанинг ҳафта давомида амалга ошириши зарур бўлган масалаларга бағишланади ва доимий хусусиятга эгадир. Бу йиғилишлар доимо бир вақтниинг ўзида ва бир жойда ўтказилиши мақсадга мувофиқдир. Шу билан бир қаторда унинг ўз вақтида бошланиши ва муддатида тугатилиши ижобий ҳолатдир.

Йиғилишлар мазмунига кўра бир-биридан фарқланиши мумкин:

1. Таништирувчи – маълум бир бўлимни бошқа бир раҳбарга ўтказиш чоғида, ҳар хил гап сўзларии олдини олиш мақсадида ўтказилади. Бу ҳолдаги йиғилишлар янги раҳбарга муаммони тез ҳал этишда ёрдам беради. Таништирув йиғилишда ҳолатни аниқлаб олиш, ҳар бир ходим фикрини эшитиш мумкин бўлади.

Таништирув йиғилишларини ўтказишдан олдин тегишли ахборотлар тўпланиб, сўнгра қатнашчилар таклиф этилади. Ахборотни тўплашии суҳбат, анкета ўтказиш, ходимлар билан мулоқотда бўлиш орқали амалга ошириш мумкин.

Анкета ўтказишда ва ходимлар билан мулоқотда бўлганда қуйидаги саволларга алоҳида эътибор бериш лозим:

- Олдинги раҳбар фаолиятини қандай баҳолайсиз?

- Раҳбарнинг қайси бошқарув усуллари фойдали ва ишлашга ёрдам беради, қайсилари халақит беради?

- Тез кунда ҳал этилиши зарур бўлган асосий вазифалар қайсилар?

Ишдан кетаётган раҳбар олдига қуйидаги саволларни қўйиш мумкин:

- Қайси асосий ишларни бажариб улгурмади?

- Ўз олдидаги қўйган вазифаларни ҳал этишда ходимлар қай даражада тайёргарликка эга?

- Ходимларнинг қайси бири билан янги раҳбар эътиборли бўлиши мумкин?

Янги раҳбардан қуйидагиларни сўраш мақсадга мувофиқдир:

- Раҳбарликни қабул қилишда сиз ўз олдингизга қандай вазифаларни қўйдингиз?

- Сиздан бўлим ходимлари қандай ёрдам кутиши мумкин ва ҳоказо?

2. Корхонанинг умумий йиғилиши. Бу ерда иш берувчи раҳбар қўл остидаги ходимлар билан эришилган иатижаларни баҳолаши, бўлимнинг қандай ижобий иатижаларга эришганлигини аниқлаши, нима учун ундан кўпроқ ишлар қилиимаганлигини муҳокама қилиши яқин кунлар ва келгусида бажарилиши керак бўлган ишлар юзасидан маслаҳатлашади. Оддий ходимлар келгусида амалга оширилиши лозим бўлган ишлар тўғрисида қисқача ҳисобот берадилар. Раҳбарлик усули ҳақида фикрини (ютуқлари ва камчиликлари) айтадилар.

Йиғилиш қатнашчиларига, сўров ва анкета ўтказиш ёрдамида олинган маълумотлар атрофлича ёритиб берилади, сўнгра, олдинги раҳбар йиғилишини тарк этгаидан сўнг, янги раҳбар ўз иш юритиш услубини баён этиш имконига эга бўлади. Тез кунларда ҳал этилиши керак бўлган вазифаларни белгилайди.

Йиғилишини унумли ўтишида раислик вазифасини бажарувчи шахс, мулоқот ўтказиш механизмини яхши билиши лозим. Мавзуни кузатиб бориши, ким сўзга чиқди, яна ким ҳали сўз олгани йўқ, ким ўта кўп вақт гапирди ва ҳоказо. Йиғилишда мавзудан йироқлашувга йўл қўймаслик, тартиб ва регламеитга риоя қилиш муҳим. Шахсий мунозара пайтида ўз сўзининг асоссиз ўтказишдан воз кечиш фойдалидир. Ҳолатни тўғри баҳолаш, тортишув нимадан келиб чиққаилигини билишга ҳаракат қилиш зарур. Асосий тушунчаларни тўғри аниқлаш, ҳар

хил масалалар бўйича ўринсиз тортишиб юрмаслик керак. Тортишув мавзулари иккала томон учун ҳам тушунарли бўлиши шарт.

Тайёрланмаган ҳолда мулоҳаза ва тортишувга бормаслик керак. Рақибнинг фикрларини тўла ва охиригача эшитиш, ўйлаш ва баҳолаш, ўз фикрларини таҳлил қилиш, унинг кучли томонларини топиш ва мустаҳкамлаш мақсадга мувофиқдир. Иш юзасидан тортишувларда ўз фикрини асоссиз соддалаштириш иккинчи томон учун қўл келади, сўнгра йўл қўймаслиги зарур. Мунозара асосланган бўлиши керак. Иш юзасидан мунозарали фикрларни бир-бири билан боғлиқлигини доимо талаб қилади. Агар иккинчи томон фикрлари аниқ ва равшан бўлса, беҳуда тортишмаслик лозим.

Ҳар қандай бошқарув қарорини қабул қилишда қуйидаги асосий қоидаларга риоя қилиш муҳимдир:

1. Мавзуни айрим элементларини таҳлил қилишдан олдин, уиинг тўла моҳиятини англаб олиш.

2. Барча вариантларни тўла ўрганмай туриб қарор қабул қилмаслик.

3. Иккиланмаслик. Барча умумий қабул қилинган ҳақиқатлар ҳам иккиланишни уйғотиши мумкин.

4. Олдинда турган муаммони, муваффақият даражаси кам бўлса-да, атрофлича кўриб чиқиш керак.

5. Ҳал этилиши керак бўлган муаммони тўла тушуниш мақсадида унинг бошқа бир шакли ва кўринишини қидириб топиш муҳим.

6. Иложи борича кўп саволлар бериш керак. Тўғри берилган савол, жавоб мазмуиини тубдан ўзгартириши мумкин.

7. Дастлабки қабул қилинган қарор билан қаноатланиб қолмасдан, бошқасини қидириш, ҳар икки қарорни кучсиз томонлариии аниқлаш, бир-бири билан таққослаш, қулайини танлаш лозим.

8. Якуний қарор қабул қилишдан олдии кимлар биландир гаплашиш, бошқалар фикрини доим эшитишга одатланиш лозим.

9. Ўз ҳиссиётларингизга берилиб кетмаслик керак.

10. Ҳар бир инсон ҳаётга ва ундаги юзага келаётган муаммоларга ўз нуқтаи назардан қарайди. Буни унутмаслик керак.

10.3. Кичик бизиес ва хусусий тадбиркорликда рағбатлантириш тизими

Рақобатлантирнш иқтисодий дастагларнинг бири ҳисобланади. Шунинг учун кичик бизнесда ижодий активликни рағбатлантириш тизимиии ишлаб чиқиш муҳимдир. Булар ичида моддий ва маънавий рағбатлантиришниг меҳнатга, қилинган ишнинг иатижаларига қараб рағбатлантириш усули асосий ўрин эгаллайди.

Иш ҳақи доимо меҳнатга ундовчи муҳим омил ҳисобланиб келинган. Шундай экан меҳнатга ҳақ тўлашнинг тўғри тизимини танлаш муҳим. Бу уларии ҳаётийлиги ва рақобатбардошлигини оширади. Меҳнатга ҳақ тўлаш даражаси инсонларнинг ҳаёт эҳтиёжи ва корхоиани молиявий ҳолатидан келиб чиқиб тартибга солиниши керак.

Меҳнатга ҳақ тўлаш тизими бир неча омилларга асосланади: касб, малака даражаси, иш стажи, бажараётган иш ҳажми, ишнинг мураккаблиги, ходимлар жавобгарлиги, иш жараёни давомийлиги ва ҳоказо.

Аммо ҳар қандай моддий рағбатлантириш тизими ходимларда ишонч ва ҳимоя туйғусиии туғдириши керак. Ходим мижоз билан корхона номидан алоқада бўлаётган пайтда, фақатгина олдига қўйган мақсадни бажаришни ўйлаши керак. Оилани боқиш, кийинтириш, яшаш шароитини яратиш каби хаёллар билан фикрини бўлмаслиги зарур. Бу масалаларни кафолатланган иш ҳақи даражаси ҳал этиши керак. Бунда рағбатлантириш ва меҳнатга ундашга ажратилган қўшимча маблағ самарадорликнинг ортишига актив таъсир этади.

Ҳозирги кунда меҳнатга ҳақ тўлашнинг бир неча тури мавжуд:

1) фақат маош ёки иш ҳақи;
2) вақтбай иш ҳақи;
3) бажариладиган иш тўлови;
4) тақдирлаш;
5) мукофотли маош.

Ҳозирда меҳнатга ҳақ тўлашиинг ишбай ва вақтбай шакллари кенг тарқалган. Биринчи шакл ишлаб чиқариш нормаларига асосланган бўлса, унинг иккинчи шакли мансаб мажбуриятларига асосланган дир. Бу иккала шакл ҳам пировард натижага қаратилган ва доимий равишда такомиллаштирилиб боришни тақозо этади.

Бозор муносабатлари кенг ривожланган мамлакатларда меҳнатни рағбатлантириш одатда икки қисмдан иборат бўлади: базис (*қатъий маош*) ва ўзгарувчан (*фойдада қатнашуви*). Базис иш ҳақи корхонага керакли ходимларни жалб этиш учун етарли бўлади. Уларнинг юқори ишлаб чиқариш натижалари унумли ташаббуси ва малакаси, фойдадан қўшимча ҳақ тўлаш эвазига рағбатлантирилади.

Меҳнат натижаларига қараб иш ҳақи тўлашда, биринчи навбатда ҳар бир ходимнинг қўшган ҳиссасини тўғри баҳолаш: ютуқлар ва юқори унум даражаси мезон қилиб олиниши лозим. Меҳнатга ҳақ тўлаш тадбиркор билан унинг қўл остидаги ходимлар муносабатларининг энг сезгир элементи ҳисобланади. Бу ерда ҳеч қачон бировни биров устидан устун қўйиш ҳолатларига йўл қўймаслик зарур. Базис иш ҳақининг даражаси эгаллаб турган ловозими, корхонадаги иш стажи, ходимлар иш сифатига боғлиқ. Ходимларнинг малакасини ошириб бориши уларнинг иш унумдорлигига тўғридан-тўғри таъсир этади. Демак, юқоридаги ҳолатни қўллаб-қувватлаш зарур, яъни ўз устида ишловчи ходимни рағбатлантириш фойдадан холи эмас.

Ходимларнинг фойдадаги иштироки уларнинг сотиб олинган акция қийматига узвий боғлиқ бўлади. Фойда ўз корхонаси доирасида аниқланади, аммо ходимлар орасида фақат меҳнат унумдорлиги ортиши ва маҳсулот сифати яхшиланиши эвазига олинган қўшимча фойда тақсимланади.

Ҳозирда замонавий тадбиркорликда фойдада қатнашишнинг бир неча тизимлари кенг тарқалган:

Скэнлона тизими – бу тизим моҳияти шундаи иборатки ҳар бир киши ҳисобига ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг кўпайиши эвазига олинган иш ҳақи фонди иқтисоди, ишчи ва корхона орасида тақсимланади. Бу иқтисод корхона ва ишчи орасида 1:3 нисбатда. Ходимларга ажратилган рағбатлантирувчи суммаиинг 20% захира фондига, қолган қисми эса ходимларга ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажми ортишига қўшган ҳиссасига қараб тақсимланади.

Ракер тизими – 1 доллар иш ҳақига нисбатан соф норматив маҳсулот ҳажми ўсишига қараб рағбатлантирилншидир.

Ипрошсар тизимида – белгиланган маҳсулот ҳажмини бажаришда иқтисод қилган иш вақтига қараб рағбатлантириш тушунилади.

Ҳар қандай рағбатлантириш тизими ўзининг ютуқ ва камчиликларига эга. Аммо ҳар қандай ҳолатларда ҳам мукофот миқдори маълум бир иқтисодий кўрсаткичларга асосланади. Чунки ходимларни рағбатлантириш тизими уларни меҳнат унумдорлиги ортишини, кадрлар қўнимсизлиги пасайишини, корхонада келгусида юқори иқтисодий натижаларга эришишни таъминлаши зарур.

Демак, иш ҳақи тайинлашда ходимнинг малака, тажриба, фаолият натижалари ҳисобга олинар экан, моддий рағбатлантиришда бу кўрсаткичларни ҳисобга олиш тақозо этилади. Табиийки, юқори малака ва тайёргарлик даражаси, юқори меҳнат ҳақини талаб қилади. Юқори малакали инженер малакали ишчидан кам ҳақ олмаслиги зарур. Масалан, Япония компаниялари президентлари янги ишга келган ходимдан 8 баробар ортиқ иш ҳақи олади. АҚШ эса бу фарқ 1:20 ташкил этади.

Меҳнатни моддий рағбатлантиришнинг яна бир кўриниши иш ҳақига нисбатан устама белгилашдир. Бунинг белгиланган тариф ставкасидан фарқи у иш ҳақининг доимий, мажбурий элементи эмас. Унинг бош мақсади ишлаб чиқаришга янги техника ва технологияни жорий этиш, меҳнат унумдорлигини ошириш ва маҳсулот сифатини яхшилашдан иборатдир. Бу унумли меҳнатни қўшимча натижаларини иқтисодий жиҳатдан баҳолашидир. У корхона фаолияти охирги натижаларига қўшган ҳиссасига қараб белгиланади. Шартли равишда устамани тариф ставкаси билан мукофот орасида турувчи иш ҳақининг муҳим элементи сифатида келтириш мумкин.

Тунги ва муддатдан ташқари меҳнат учун устама, байрам, дам олиш кунлари, қўшимча мажбуриятларини бажариш, оғир ва зарарли меҳнат шароити учун устамалар қонунда кўрсатилади ва барча ишчилар учун мажбурий тартибда тўланади. Уларнинг даражаси ишлаб чиқаришнинг охирги натижасига боғлиқ бўлмайди.

Меҳнатдаги қўшимча натижалари учун устама мутахассислик ва мансабни биргаликда бажариш, бажарилган иш ҳажмини ошириш, касб малакаси, меҳнатдаги эришган юқори натижалари ва корхонадаги меҳнат стажига қараб тўланади. Бу ерда устама даражаси ҳар бир ишчи учун алоҳида ишнинг охирги натижаларига ёки қўшган ҳиссасига қараб белгиланади.

Умуман иш ҳақига устама белгилашда жуда эҳтиёткор бўлиш керак. Унинг қўллаш доирасини сунъий ошириб

юбормаслик керак. Шу жиҳатдан белгиланган устама тариф ставкасидаги иш ҳақини 1:4 қисмидан ортиқ бўлмаслиги шарт.

Моддий рағбатлантиришнинг яна бир кўриниши мукофот ҳисобланади. Энди унинг моҳиятини кўрамиз. Мукофот муҳим эмас, у фақат, белгиланган режа топшириқлари орттириб бажарилган ҳолатларда тўланади ва ишлаб чиқаришнинг охирги натижасига узвий боғлиқ бўлади. Шунинг учун мукофот ходимларни мажбурий бажариши шарт бўлган ишлари учун тўланмайди, чунки улар бунинг учун ойлик маош оладилар. Айрим ҳолларда меҳнатга боғлиқ бўлмаган мукофот бериш учрайди. Масалан, ходимни қарилик нафақасига кузатиш жараёнида ёки оилавий шароитига қараб ва ҳоказо. Бу усулни тўғри деб бўлмайди. Агар корхона алоҳида мукофотлашни амалиётда қўллаётган бўлса, унн ҳажми ўта сезиларли бўлмаслиги, ходимлар кенг доирасини қамраб олмаслиги керак, чунки у ишга бўлган қизиқишни сусайтиради.

Мукофотлаш тизими унумли меҳнатни ҳақиқатда рағбатлантириш ва меҳнат коллективида нормал муносабатни сақлашга қаратилиши зарур. Бу тизим мукофотлаш мезони кўрсаткичлари, шартлари, доираси ва мукофот миқдорини ўз ичига олиши шарт.

Мукофот ҳисоблаш учун асос бўладиган кўрсаткичларни танлашда инсон руҳияти тадқиқотларига асосланиш керак. Инсон фаолиятида мантиқий шартларнинг мақбул сонин тўрттадан ортмаслиги лозим. Агар бу кўрсаткнчлар сони ортиб кетса, хатоликка йўл қўйиш эҳтимоли ҳам кескин ортади. Бундан ташқари, одамиинг тезкор хотираси ҳам чегараланган. Мукофотлаш кўрсаткичларини кўп миқдорда танланишн уни бажарилмаслик эҳтимолини ҳам оширади, оқибатда бу нарса ходимларни мукофотдан маҳрум бўлишига, уларни моддий манфаатдорлигини пасайишига олиб келади.

Раҳбар, мутахассис ва хизматчиларнинг рағбатлантиришини мақбул кўрсаткичлар сони икки учта, ишчиларни эса бир-иккита бўлиши мақсадга мувофиқ.

Меҳнатни ижтимоий рағбатлантириш сифатида эркин вақт омилининг қуйидаги вариантларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир:

Биринчидан: қўшимча бўш вақт бериш, яъни таътил муддатини ўзгариши, уларни қисмларга бўлиб, ёз ва қиш вақтларида бернш, иш вақтини қисқартириш, тўлиқсиз иш куни ёки иш ҳафтаси ҳуқуқини бериш, энг самарали

рағбатлантириш бу ишнинг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб ёки иш натижаларини нормадан кескин фарқланишига қараб, масалан: зарарли меҳнат шароити, нормалаштирилмаган иш куни, бир корхонада узоқ муддат хизмат қилиши қўшимча таътил беришдир. Қўшимча таътил ишчиларнинг иш жараёнидаги ортиқча руҳий ва жисмоний толиқишини енгиллатиш учун берилади. У корхонада кадрлар қўнимсизлигини камайишига ва айрим иш турлари бўйича ишчиларни мослашувига олиб келади.

Иккинчидан: иш вақтини қайта тақсимланиши. Бу нарса иш тартибини: ишнинг бошланиш вақти, унинг тугаши ва иш куни узунлигини ходимнинг ўзи томонидан аниқлаш имконини беради. Бу ерда белгиланган меҳнат нормасини бажариш ва ишлаб чиқариш жараёнини нормал боришини таъминлаши керак. Ҳозирда кўп жойларда корхона ва ходим манфаатларини максимал даражада мужассамлаштирилган ўзгариб турувчи графиклардан фойдаланилмоқда. Эркин режимда ишлаш ҳуқуқи фақат илғор, тушунган, ташкилотчи ва интизомли ишчиларга берилади.

Ўзгариб турувчи иш графиклари Ғарбий Европа мамлакатларида кенг ва самарали қўлланилмоқда. Францияниг 75%, Нидерландиянинг 62%, Германиянинг 68%, Швециянинг 66% фирмаларида ушбу графиклардан фойдаланилади.

Учинчидан: Юқори меҳнат унумдорлигига эришиш ҳисобига иш вақти давомийлигини қисқариши. Натижада ишлаб чиқаришга боғлиқ бўлмаган харажатлар камаяди, иш вақтини қисқартириш имконияти вужудга келади. Бу нарса ходимларини маҳсулот сифатини яхшилаш ва иш вақтини йўқотишини камайтиришга қизиқишини орттиради.

Иш вақтини тежаганлиги учун рағбатлантиришни ишчиларга қулай бўлган вақтда қўшимча таътил бериш ҳисобига амалга ошириш мақсадга мувофиқдир. Бу ерда ишчиларга бўш вақт бериш бўйича қарор қабул қилишда корхона раҳбарининг иштирок этиши жуда зарур ҳисобланади.

Социологик кузатишлар шуни кўрсатдики, иш вақтини йўқотиш иш кунининг тўртдан бир қисмига тўғри келар экан. Кўп экспертлар ходимга бўш туриб қолгани учун ҳақ тўлашдан кўра, уларни муддатдан олдин ишдан кетишини афзал деб ҳисоблайдилар.

Ишбилармонлик дунёсида бўш вақт меҳнатни рағбатлантиришнинг энг самарали омили ҳисобланади. Тадбиркорлар уни доимо қўллайвермайдилар. Бу улар учун қўшимча ташкилий

тақвим, ишлаб чиқариш ритмини бузиш ва буюртмани ўз вақтида бажаришда маълум таваккалчиликка йўл қўйишга олиб келади. Кўпчиликка бу усулдан фойдаланиш умуман эриш туюлади.

Тадбиркорликда маънавий рағбатлантириш муҳим аҳамиятга эга. Раҳбар ходимларини эътибордан чиқариб қўймаслиги, уларни яхши ишлари учун шахсан миннатдорчилик билдириб туриши мақсадга мувофиқдир.

Корхонада самарали ғояларни, уларнинг келтирадиган фойдасига қараб мукофотлаш, моддий рағбатлантиришни маънавий рағбатлантириш билан узвий равишда амалга ошириш керак.

Моддий рағбатлантиришга янгиликни ишлаб чиқаришга жорий этиш ҳисобига олинган фойданинг бир қисмини жалб этмоқ зарур.

Корхоналарда фойда эвазига янги турдаги маҳсулотларни ишлаб чиқаришга жорий этишни рағбатлантирувчи махсус фонд ҳам ташкил этилиши мумкин. Бу корхонада ижодий муҳитни юзага келишига олиб келади.

10.4. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларда ижодий муҳитни яратиш

Одатда жамоада моддий ва маънавий рағбатлантириш тизими асосида изланувчанлик муҳити яратилади.

Ташаббус одатда тўсатдан юзага келади. Кўпчилик одамлар қизиқарли ишлар билан шуғулланади. Шундай экан жамоада изланувчанлик муҳитини ташкил этиб, уни рағбатлантириш мумкин. Бу оддий иш бўлмасдан доимий равишда меҳнатни ташкил этишнинг янги шаклларини қидириб топиш, эркин ва очиқ мулоқотни таъминлаш, ишбилармон ўйинларни тақдирлаш ва ҳамкорликда ишлаш жараёнида ишчи билан раҳбар орасидаги муносабатни ўзгартиришда намоён бўлади. Бу ерда энг асосийси "Эришган муваффақият билан чегараланиб қолмаслик" доимо ўзгалар фикрини жалб этишга интилишдир. Қандайдир ишлаб чиқариш муаммосини тез ва самарали ҳал этишда бажарувчилар командаси, унинг етакчисини танлаш, имкониятларни аниқлаш (ишчи кучи, вақт, маблағ); ҳаракат режаси тузиб чиқиш ва "ақл ҳамласи" усули бўйича масалаларни ҳал этишга киришиш муҳимдир. У қуйидагича амалга оширилади: Команда барча аъзолари йиғилиб масала тушунтирилади. Уларнинг барчаси ўз фикрини қоғозга ёзиб беради. Етакчи иш боришини назорат қилиб туради. Барча

таклиф этилган ғоялар группаларга ажратилади. Улар қуйидагича бўлиши мумкин:

А – бажарилиши мумкин (ҳозирнинг ўзида амалга ошиши мумкин);

В – бажарилиш эҳтимоли бор (яқин кунларда амалга оширилади);

С – бажарилиши мумкин эмас (ёки келинчалик амалга ошиши мумкин).

Шундан келиб чиқиб, олдинга қўйилган вазифа ва танлаган ғояни ажратиб олинади.

Агар янги вазифалар аниқ ва тушунарли шакллантирилмаган бўлса, улар орасидан айрим бўлимларни ажратиб кўрсатиш мумкин. Унда ходимлардан ўта эҳтиёткорлик кенг қамровли ижодий ёндашувни талаб этади.

Ишни шундай ташкил этиш лозимки, ходимларнинг куч ва интилишлари охирги бир мақсадга қаратилган бўлиши зарур. Рағбатлантиришда андоза ва сифат талабларга эътибор бериш муҳимдир. У ходимнинг фазилатларини ифодалаши шарт. Юзага келган ғояни пишиб етилиши учун вақт кераклигини эсда тутиш лозим. Масалани мағзини чақишда коллективда ишончсизлик, гумонсираш ва рақобатчиликдан йироқ бўлиши муҳимдир. Онгли таваккалчиликни рағбатлантиришда юзага келган хатоликларга ва эътиборсизликка барҳам бермоқ керак.

Коллективда ижодий муҳитни яратиш мақсадида айрим вақтларда ҳуқуқшунос, руҳшунос (социолог), бошқарувчи каби бошқа мутахассисларни таклиф этиб туриш мумкин.

Ўз-ўзини бошқариш ғояси тарафдорларини рағбатлантириб бориш яхши. Одамлар ўз ташаббуси асосида бошқаришга яхши ишлаши исботланган. Ходим ўз корхонаси баҳосини аниқлай олса, ўз олдига қўйилган вазифани белгилашга қодир бўлса, уни ҳал этиш йўлини топа олади ва ўзини назорат қила билади. Шунинг учун ходимнинг ўзига таъсир ўтказишдан кўра унга аниқ мақсади ва ҳаётини қийматини тушунтириш зарурдир. Сабаби, у орқали ходимлар руҳий ҳолатига таъсир этиш мумкин. Шундай экан талбиркор олдида мураккаб вазифа туради. Яъни ўзи билан ишлаётганлар эҳтиёжни, зарўратни, улар кутаётган натижаларни яхши ўрганишлидир. Шахсий қизиқишларидан келиб чиқиб, ҳар бир ходим олдига алоҳида мақсад ва вазифа қўйиш ҳам мумкин. Бу вақтда ходимларнинг мустақиллиги ва шахсий фазилатларини рўёбга чиқаришга имкониятини яратиб бермоқ даркор. Одатда

олаётганларида (сайр қилаётганида, овқатланаётганида, бошқа ишлар билан машғул бўлган пайтларида) ҳам ишлайдилар.

Ўз сўзида туриш, ҳалоллик ва ишончни оқлаш тадбиркорнинг энг асосий сифат белгисидир. Ўзига топширилган вазифани ёки бировни илтимосини дарҳол бажариш имконияти бўлмаган тақдирда, рад жавобини бермасдан ўйлаб кўрай деб айтган маъқул. Берилган ваъдани муддатидан олдин бажариш имкони бўлган тақдирда ҳам, хавфсиз вақт захирани яратиш фойдадан холи эмас.

Тадбиркор ўз бизнесини ҳар томонлама чуқур ўрганиши ва унга алоҳида эътибор бериши керак. Бу ерда бизнеснинг фақат асосини билибгина қолмай, балки унинг аниқ техник, молиявий ва маркетинг сиёсатини билиш ҳам шарт.

Ўз устида ишлаш бу энг яхши фазилатдир.

Ҳар томонлама самарали шартнома туза билиши – ғайратли бизнесменнинг яна бир ажойиб фазилатидир. Агар сиз зудлик билан шартнома тузишга интилсангиз, унга ҳамкорликда ишлашга тайёр эканлигингизни билдиринг. Шундан сўнг сизнинг музокара олиб бориш қобилиятингиз кучга киради. Ўта тез амалга ошириш, одатда ижобий натижа бермайди. Бу ҳолатларда бир ёки иккала томоннинг тайёр эмаслиги ҳам сезилиб қолади.

Ҳар қандай яхши ишбилармонлик фазилатларига эга бўлган кишилар уста тадбиркор бўлиши мумкин. Ҳақиқий тадбиркор, амалдаги кўп белгилари билан, жумладан, шахсий сифат белгилари билан ҳам фарқ қилади.

Инсоннинг тадбиркорлик қобилиятини текшириш учун қуйидаги саволларга жавоб олиш мақсадга мувофиқдир:

1. Тадбиркор етарли даражада актив ва ташаббускорми ёки юқоридан кўрсатма олувчи маъмуриятчими?

2. Тўсатдан юзага келган муваффақиятсизлик ва бахтсизликни тузатишга қодирми?

3. Ўз муваффақиятсизлигини, ютуққа айлантира оладими?

4. Барчасини йўқотиб яна бошидан бошлай оладими?

5. Доимий ва айрим ҳолдаги қизиқишларидан ўз бизнесида фойдаланиши мумкинми?

6. Бир томонлама ва очиқ хислатга эгами?

7. Етарли даражада жаҳлдорми?

8. Мураккаб муаммоларни ҳал этишда, мосланувчан бўла оладими?

9. Ақл мағзи тўлами?

ходимларга ўз-ўзидан қониқиш ва касбга интилиш туйгусини уйготадиган ишларни топшириш яхши самара беради. Малакали ходимга унинг жавобгарлиги, имкониятлари ва билимларини жалб этишни талаб қиладиган масъулиятли ишларни топшириш мақсадга мувофиқ.

Ишчилар ташаббускорлигини таъминлашнинг асосий шартларидан бири уларнинг малакасини ошириш ҳисобланади. Шунинг учун корхонада тажриба алмашувини жорий этиш, ходимларни қайта тайёрлаш, турли қарашларга эга бўлган мутахассислар орасида ижодий мулоқотлар олиб боришга шароит яратиш катта аҳамиятга эгадир. Ходимларда ижодий фикрлашни шакллантиришда, уларни илмий-техник конференциялар, семинарлар ва йиғилишларда иштирокини таъминлаш, корхонада махсус библиотекалар ташкил этиш, уларни янги ишлаб чиқилган материаллар, видео-аудио кассеталар билан тўлдириб. бориш мақсадга мувофиқдир. Корхонани четдан мутахассис жалб этишдан кўра, ўз ходимини касбга йўналтириш ва қайта тайёрлаш афзал. Кадрлар тайёрлаш ва қайта тайёрлаш харажатлари, энг унумли капитал ҳисобланиб, энг қулай инвестиция сиёсати ҳамдир.

11. Тадбиркор сифат фазилатлари

11.1. Тадбиркорнинг асосий сифат фазилатлари

Ходимларга эътиборли бўлиш, яхши раҳбарнинг ажралмас фазилатидир. Улар томонлама ахборот ва фикр алмаша билиши ҳамда ходимларни тушуниш қобилиятига эга бўлиш лозим.

Бизнесменинг муҳим бир фазилати – жавобгарликни ўз зиммасига олиш ва таваккалчиликка таъсирчан бўлишидир.

Таваккалчилик – ўйламасдан қилинган иш эмас, балки унга қатъий ҳисоб-китоб муҳимдир. Гарчи у айрим ҳолатларда муваффақиятсизликка олиб келса-да, ўйлаб қилинган таваккалчилик бизнеснинг ажралмас қисми бўлиб қолаверади. Таваккалчиликни англаш бу – вазиятни олдиндан кўра билиш, таҳлил қилиш ва уни қўл остидаги ходимларга тушунтириш. Улар бир-бири билан узвий боғлиқдир. Тадбиркор юқори малакали ва ижобий фазилатларга эга бўлиши керак. Кўп ишлаши, катта физик юкламани кўтара билиши, хоҳлаши ва буни оддий ҳолат деб ҳисоблаш керак. Одатда, одамлар дам

10. Табиатдан савдогармн? Савдо қилишни биладими? Қачонлардир бирон-бир нарсани сотганми?

11. Фирма манфаатлари йўлида ўз шахсий буюмини сарфлаб юборишга тайёрми? Масалан, шахсий маблағидан ишчиларга иш ҳаққи бера оладими?

12. Ижодкор шахсми? Ўз тасаввурига эгами?, ўйлаб топишга қодирми?

13. Тиришқоқ ва мақсадга эришувчанми?

Бирор-бир шахс агар юқоридаги саволларнинг барчасига ижобий жавоб бера олса, унда тадбиркорлик қобилияти бор. Доимо инсонларда тарбиялаш, ўзи устида ишлаш, ёқтирмаган нарсани ёқтириб қолиш, табиатингизда бўлмаган нарсаларни ўрганишга қобилият бор. Тадбиркор табиатан оптимист бўлиши шарт ва ўз бизнесининг охирги муваффақиятига ишониши керак. Тадбиркорда ўз ишида юқори ютуқларга эришиш хоҳиши бўлиши керак. Ким олдига юқори мақсад қўймаса, табиийки, у ўз малакасини ошириш ва фаолиятини такомиллаштиришга интилмайди. Бир сўз билан айтганда, доимий равишда ўз устида ишлаш ва изланиши керак. Бу муваффақиятни бир томони холос. Бошқа бир томони одамлар билан ишлашни билиш, яхши ходимларни танлай олиш, уларга кенг имкониятлар яратиб бериш ва уларни функционал мажбуриятлари бўйича бошқаришдир. Тажрибали раҳбар ходимларни олдида мақтайди, якка ҳолда танқид қилади. У одамларни якка ҳолатда бошқаради, биладики ҳар ким ўз тақдирига эга, уларниг кучли ва кучсиз томонлари мавжуд. Дўқ, пўписа ва қўрқитиш бошқарувни билмаслик белгисидир. Раҳбар ходимларни тушуниши ва олдига қўйилган вазифаларни ҳамкорликда ҳал этиш умидида бўлиши керак.

11.2. Тадбиркорликда музокаралар олиб бориш қоидалари

Музокара олиб боришдан олдин шахсан учрашинг ёки телефон, почта ва факс орқали боғланинг. Чуқур ўйлаб олинг: нима ҳақда ва қандай ҳолатда гапириш керак? Суҳбатдан олдии ўзингизни бир неча ҳолатларда тасаввур қилиб кўринг ва ижобий жавоб олиш учун умид боғланг. Ўзингизии таништиргандан сўнг имкониятли мижозиигизни бир сўз билан жалб этиб олишга ҳаракат қнлинг. Масалан, биз сиз билан шартнома имзолашни хоҳлардик. Чунки сизнинг фирмангизни биз жуда яхши деб ҳисоблаймиз. Агар сиз рози бўлсангиз мен ўзим кузатиб бораман, иложи борича сизга

яхши хизмат кўрсатаман. Суҳбат чоғида аниқ, мулойим бўлишига ҳаракат қилинг. Агар зарурати бўлса, кейинги учрашувни таклиф этинг. Шартнома тузишга қулай муҳит яратинг ва ўйлаб кўринг. Агар сиз мижоз билан бошқа бир жойда учрашмоқчи бўлсангиз, таниқли қаҳвахонани танланг. Тўлов талабномасини бергунга қадар, олдиндан тўлаб қўйинг. Қаҳвахонада шундай жойни танлангки, сизларнинг суҳбатингизга халақит беришмасин.

Музокара тартибини шундай танланг: саломлашув, муаммони таништириш ва унга кириш, муаммо тавсифи ва музокара давомидаги фикрлар, ўз позициясини тўла ифодалаш, диалог, муаммони ҳал этиш юзасидан шартнома ва суҳбат якуни.

Унутманг: суҳбатни муваффақиятли олиб бориш учун ақлингизда ёки қоғозда ҳаракатнинг бир неча вариантлари бўлсин. Шунинг учун суҳбат мақсадини, ўзингизни аниқ таклифингизни ва муаммони мақбул ҳал этиш йўлларини олдиндан ўйлаб қўйинг. Шерикнинг аргументларини олдиндан кўриш ва кучсиз томонларини топишга ҳаракат қилинг. Мажбурий қарор қабул қилиш ҳолатни ва унинг асоратини ўйлаб кўринг.

Белгиланг: сизнинг мижозингизда маҳсулотингизга аниқ эҳтиёж борми? Шу жумладан, сотиб олиш ҳуқуқи ва унга ҳақ тўлаш қобилиятини ҳам.

Сизнинг ҳамкорингиз музокарага яхши тайёрланган бўлса, муҳокама мавзусини тўла билса, ҳамкорини тушуна билса, унинг мақсадини тўла англаса, ўз фикрларини аниқ маълумотлар билан асосласа ва сизнинг қармоғингизга илинмаса шундай қилинг. У ҳам сиз сингари фирма манфаатини кўзламоқда, сизнинг таклифларингизни ижобий ва салбий томонларини чуқур ўйламоқда. Суҳбатнинг шу йўсинда олиб борилиши, мулоқот пайтида Сизни ҳар хил чалғишлардан сақлайди. Масалан, музокарани тенг олиб боришда уни чўзишга интилиш ва ҳоказо. Чунки музокара муваффақиятли ўтиши, бошланишданоқ ҳамкор билан умумий позиция топишдадир.

Муҳокамани мавзунинг асосий томонларидан бошлаш: яъни асосий масалаларга ўтиш ва уидан сўнг қисмлар бўйича кўриб чиқиш. Фақат ўз манфаатларингиз билан чегараланиб қолманг — иккинчи томон вакиллари ўзларига ҳеч қандай афзаллик қолмасликни билиб қолади. Ҳамкорга ўз соҳаси мутахассиси сифатида мурожаат қилинг. Аммо буни таъна юзасидан таъкидламанг. Музокара муҳитига суҳбат олиб бориш

йўли катта таъсир этади. Ўта қаттиқ ва тез гапирманг, суҳбатдошингизда уни ўз фикрингиз билаи боғлаб олаётгаидай фикр туғилади. Агар сиз жуда секин ва тушунарсиз гапирсангиз сизни тўғри тушунганлигига ишонч ҳосил қилиш мақсадида унда сизга савол беришга мажбур бўлади. Қачонки музокара ўта катта бўлмаган бинода ўтказилса, бунда алоҳида услубдан фойдаланиш керак, "ярим овозда ва аниқ". Шошилманг, сиз янги маълумот берганингиздан сўнг суҳбатдошингиз ўйлаб олиши шарт. Айтайлик сиз маҳсулотни кўргазма қилиш ёки уидан фойдаланиш йўлини кўрсатмоқчисиз. Мижозга имкониятли истеъмолчи сифатида ҳаракатларини англашга ёрдам беринг. Ушбу маҳсулот оддий ва мураккаб бўлишидан қатъи назар, кўргазманнинг мақсади таништиришдир. Кўриш жараёнида мураккаблигига қарамасдан қизиқиб қолиши мумкин.

Музокарани кенг муҳокама талаб қилувчи масалалардан бошламаслик лозим, у тўсиққа олиб келиши мумкин.

Музокара чоғида турли усуллардан фойдаланиш мумкин:

– таъкидлаш шаклида(мен шуни тушундимки қурилмани етказиб келишни ўз зиммангизга оласиз);

– мулоҳаза шаклида (айтайлик, трансиорт масаласи ҳал этилди);

– қўшимча савол бериш шаклида (ҳамкор таклифига аниқлик киритиш мақсадида "қўшимча воситалардан қандай фойдаланиш мумкин").

Таклифни ишончли бўлиши учун, фикрни қисқа ва аниқ мисолларда ёритиш, кераксиз ваъдалардан йироқ бўлиш, ҳамсуҳбат фикрини тинглаш лозим. Зарур ҳолларда ўз фикрини нфодалашда ҳамкор фикрларидан ҳам фойдаланиш, қўшимча саволлар билан ҳамкор фикрини тўғри тушунганлигини текшириб олиш мумкин. Инсон шахсиятига тегиш ва камситишга йўл қўймаслик керак. Музокарада боши берк кўчаларга кириб қолиш ҳоллари бўлади. Муаммони бундай ҳолларда қайта кўриб чиқиш, "психологик" қулай шаклда бошлаш, яъни муаммога бошқа томондан ёндашиш зарур. Музокара чоғида суҳбатни ривожланишига халақит бермаслик учун, фикрлар тарқоқлигига эътиборни қаратиш асосини сақлаб қолган ҳолда майда масалаларни тушириб қолдириш, улардан қутулиш яхши самара беради. Музокара чоғида томонлар асосий масала бўйича ягона фикрга келмасдан айрим мунозарали ҳолатлар вужудга келса, бу ҳолатда эришилган бош

натижаларни тартибга солиш ва шу асосда келгусида муҳокама этилиши керак бўлган ҳолатларни аниқлаш, талаблардан қисман воз кечиб, келишган ҳолатда шартнома тузилишига ҳаракат қилиш керак. Таклиф ҳамкорга умуман тўғри келмаган ҳолатда, унга ўйлашга вақт (имконият) бериш керак. Қачон шартнома якунланади? Жавоб фақат битта, қачонки ҳамкор унга тайёр бўлса. Айрим ҳолларда ҳамкорга имтиёз ёки қисман ён бериш мумкин. Шартномани тузилишида ҳамкорга унинг фойдалигини исботлашда керак бўлади. Бу ерда мижознинг қаноатлантирадиган тасдиқловчи ёзма гувоҳномадан фойдаланиш жоиз. Бу мижоз иккиланаётган ҳолларда энг кучли восита ҳисобланади.

Олди-сотди бўйича музокара жараёнида сотувчи доимо тезроқ сотиб олишини тавсия қилади, агар сиз рози бўлсангиз, улар яна қулай шароитни таклиф этади.

Музокарага қайтиш учун имкоиият бор бўлса, музокара столидан хоҳлаган пайтда туриб кетишга тайёр туриши лозим.

Чет эллик ҳамкорлар билан музокара олиб бориш жараёнида, унинг миллий услубига эътибор бериш муҳимдир. Ҳар бир халқ ўз урф-одати, маданияти ва анъанасига эга, буларнинг ҳаммаси музокара жараёнига узвий боғлиқ. Миллий услуб маълум бир элатга эмас, балки мамлакатга хосдир.

Масалан: музокара олиб боришнинг Америкача усули қуйидагича тавсифланади: америкаликлар ҳар қандай масалаларни ҳал этишда фақатгина умумий томонлар билан чекланиб қолмайди. Унинг барча деталлари бўйича муҳокама қилишга интилади, музокаралар давомида ҳамкорга нисбатан очиқ кайфиятда бўлиши билан фарқ қилади. Ўта расмиятчиликни ёқтирмайди, очиқ дўстона муносабатда бўлади. Шу ҳолатни ҳамкордан ҳам ўзига нисбатан бўлишини талаб қилади. Шунинг учун музокара олиб борувчи америкаликлар агрессив ва талабчан ҳисобланадилар.

Америкаликлар ўзларининг юқори устомонлиги билан ажратиб туришади. Уларнинг вакиллари таркибида музокара масалаларига тааллуқли бўлмаган одамларни кам учратиш мумкин. Делегацнянинг ҳар бир аъзоси масалани ҳал этишда нисбатан мустақил ҳисобланади. Ҳар қандай масалаларни комплекс ҳал этишга алоҳида эътибор беради, музокарани оммавий ахборот воситаларида ёритишни хоҳлайдилар.

Французлар услубининг хусусияти шундан иборатки, улар масалаларни "бирга-бнр" муҳокама қилишдан қочишга ҳаракат

қилади. Музокара чоғида ўзларининг мустақиллигини таъминлашга интилади, аммо охирги қарорни қабул қилишда делегация азолари америкаликларга ўхшаб ўта мустақил эмаслар.

Фраицузлар олдиндан келишиб олишни ижобий ҳисоблайди. Музокарага қадар айрим масалаларни муҳокама қилиб олади. Музокараларни қаттиқ, ўз она тилларида олиб боришга интилади ва ёқтиради. Умуман французлар музокара чоғида ҳазилни ёқтирувчи ва мулойим бўладилар.

Хитойликлар музокараии бошланғич, муҳокама қилиш ва якуний босқичларини аниқ чегаралаб олиб, бошлангич босқичда ҳамкорнинг ташқи кўринишига, ўзини тута билиши ва ҳулқ-атворига эътибор берадилар ва шу асосда ҳар бир қатнашчининг мавқеи аииқлаб олади, сўнгра юқори мавқега эга бўлган қатиашчига расмий ва норасмий ҳолатларда асосий фикр қаратадилар. Бундан ташқари, улар ҳамкорлар орасида уларга хайрихоҳ бўлган кишиларни ажратиб оладилар. Шулар орқали қарши томонга ўз таъсирини ўтказишга интиладилар.

Музокара охирида ён берилади, ундан сўнг қарши томон имкониятини баҳолайди. Музокара чоғида ҳамкор томон хатоликка йўл қўйса, хитойликлар ундан онгли фойдаланади. Хитойлик делегация таркибини асосий қисмини экспертлар ташкил этади. Охирги қарорни стол атрофида эмас балки, ўз уйларида қабул қилади. Амалда доимо иатижа қандай тугатишдан қатъи назар, юқори раҳбар иккала томонга келишилган натижаларни маъқуллаганини айтади.

Японлар расмий музокаралар вақтида масалалар бўйича тўқнашув ва тортишувлардан холис бўлишга интилади. Агар уларга кўп ёи берилса, улар ҳам шу билан жавоб беради. Дўқ-пўписадан фойдалаииш самара бермайди деб ҳисоблайди. Японлар кам гап бўлиб, шахсий алоқаларни ривожланишига алоҳида эътибор берадилар. Шунинг учун норасмий музокараларда масалани кенгроқ муҳокама қилишга интиладилар.

Японларнинг муҳим одатларидан бири шуки, улар жамоа фикриии тез англаб олиб, барча масалалар бўйича аниқ ҳаракат қиладилар ҳамда қарши томоннинг фикрини эшитишга алоҳида эътиборини қаратадилар. Бу масалага рози бўлиш эмас, балки қарши томонни муҳокамага қўзғатиш усули, холос.

Венгерлар музокара чоғида кўп тортишувни ёқтирмайди, ён беришга хайрихоҳ, эвазига ҳеч нарса талаб қилмайди. Булар учун миллат ғурури ва ўз-ўзини англаш ҳиссиёти барчадан юқори туради. Улар асосий масалаларни расмий музокаралар давомида ҳал этишни хоҳлайди. Қаҳвахоналарда иш юзасидан гаплашувни ёқтирмайди.

Немислар одатда ўз йўналишини олдиндан, чуқур ўйлаб олади. Музокарада масалаларни тартиб билан ҳар тамонлама муҳокама қилишни ёқтиради.

Инглизлар музокарага тайёргарлик масалаларига кам эътибор беради. Улар ҳисоблайдики томон позициясидан ташқари музокара вақтида бошқа яхши бир имконият топилиши мумкин. Шунинг учун ўзларини етарли даражада мосланувчан ҳис этади, қарши томон таклифларига хоҳласа жавоб беради. Ўткир бурчакдан қочишни билиш, инглизлар учун доимий одатдир.

Арабларнинг музокарадаги асосий элементларидан бири томоилар орасидаги ишонч ўриатилишидадир. Араблар одат бўйича ўтган даврга таянади улар учун ислом традициялари катта аҳамият касб этади. Улар музокарада муҳокама қилиниши керак бўлган масалаларни барча деталлариии кўриб чиқишни ёқтиради. Аммо араб дунёси барчаси бир хил эмас, бу музокара давомида сезилиб қолади.

Египет миллати мустақиллик масалаларига жуда эҳтиёткор. Кимлардир уларни ички ишларига аралашадиган бўлса, шавқатсиз жавоб беради.

Ишбилармонлик дунёсида музокаралар мазмунини ёзма равишда қайд этиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Меҳмондўстлик ва яхши қабул учун миннатдорчилик ҳам унутилмайди. Ёзишмада жавоб бериш муддатини бузишга йўл қўйилмайди.

Музокара муваффақиятли ёки натижасиз ўтишидан қатъи назар у албатта муҳокама қилиниши шарт.

11.3. Ишбилармонлик хатлари

Ҳар бир тадбиркор хоҳласин хоҳламасин фаолияти давомида ёзишмалардан фойдаланади. Шунинг учуи у хат ёзиш ва унга жавоб бериш йўлини билиши керак.

Шунинг учун иш юзасидан хат ёзишда ишбилармонлик ахборотлари усули ва лексикасидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ.

Сўров мазмунидаги хизмат хатларида сўровни долзарблигини асослаш, унинг мазмунига эътибор бериш, ҳамкорга алоҳида миннатдорчилик билдириш муҳимдир.

Кузатув хати икки қисмдан иборат бўлади: Жўнатилаётган материал ҳақида хабар бериш ва маълумотларга аниқлик киритиш.

Илтитмосни белгиловчи хатларда илтимосиома моҳияти ва сабабини тушунтириш, агар илтимос қондириладиган бўлса, улар билан келгусида ҳамкорликка тайёрлиги ифодаланиши керак.

Жавоб хатида илтимосга рад жавоби берилса, таклиф қаноатлантирилмаса унда илтимосни қаноатлантирмаслик ёки қабул қилмаслик сабаблари ёритилиши керак.

Талаб ёки норозиликни билдирувчи хатлар. Одатда, улар "Илтимос" ёки "Илтимос қиламиз" сўзлари билан бошланиши, гапларни тузишда оддий сўз бўғинларидан фойдаланиш содда ва тушунарли ёзилиши мақсадга мувофиқдир.

11.4. Кўргазмалар ўтказиш ва матбуот конференцияларини ташкил этиш

Тадбиркор ўз фаолияти даврида, кўргазмаларни, очилиш маросими, матбуот конференциялари ўтказишга дуч келади.

Бу тадбирларни ташкил этишнинг бош мақсади янги мижозларни жалб этишдир. Шунинг учун уларни ўтказишдан олдин савдо агентлари, корхона ва фирма тижорат хизмати томонидан хабардор қилиб қўйилиши керак. Бунда энг яхши ва қулай усул кўргазма ташкил қилишдир. Уни самарали ташкил этиш, унинг ҳар бир босқичи тўла режалаштириб олишни талаб этади.

Агар кўргазма бир неча фирма томонидан ўтказиладиган бўлса, бунда ҳар бир иштирокчи ўз иштирокини онгли режалаштириб олиши керак. Режалаштиришда "сетевой" усулдан фойдаланиш энг қулай ҳисобланади. Бу барча турдаги ишларни босқичма-босқич ўтказиш ва назорат қилиш имконини беради.

Ундан сўнг кўргазма мақсади шаклланади, унинг режаси ишлаб чиқилади. Экспонатлар тартиби ва жойлашуви, томошабинлар ҳаракати йўли белгиланади. Корхоналар кўргазмани ҳамкорликда ташкил этаётган бўлса, барча ташкилий элементларни ташкилотчилардан олади. У билан танишгандан сўнг бошқа қатнашчилар билан уйғунлаштиради.

Демак кўргазма ўтказиш харажатлар сметаси бор, уни ўтказиш ва назорат шакли бўйича алоҳида ҳуқуққа эга бўлган ташкилотчи ажратилган, экспонатлар ўрнатиш майдонига буюртма жўнатилган. Экспозиция мавзуси ва плани ишлаб чиқилган. Барибир энг асосий вазифа олдинда. Бу экспонатларни жойлаштириш, бадиий тус бериш ва жиҳозлашдир. Реклама материалларини тайёрлаш ва энг асосийси қўйиладиган тайёр маҳсулотлар партиясини таъминлашдир. Шартнома имзолаш учун етарли ҳажмда маҳсулот бўлиши керак.

Кўргазманинг асосий ташкилий ишлари нимадан ташкил топиши керак? Бу кўргазма мавзу ва режаси. Бунга қуйидагилар киради: кўргазмаларнинг номи жойланиш тартибн ҳимоялаш тадбирлари, ёзувлар матни, моделлари ва натура нусхалари, кўрсатиш хусусиятлари ва усуллари, қўшимча хизматлар тартиби, томошабиилар таркиби ва бошқалар. Тадбиркор учун ишлаб чиқарилган маҳсулотни рекалама қилиш муҳимдир. Унда муваффақият қозониш учун маҳсулотни ишлаб чиқариш жараёнини кўрсатиш, рақиблар маҳсулотига нисбатан сифати, кучли томонларини белгиловчи имкониятларни топиш муҳим аҳамиятга эга. Қуйидаги чизмада кўргазмалар залида тадбиркорга ажратилган стенд майдонидан самарали фойдаланиш чизмаси тасвирлаиган:

Музокара зонаси: стол, стуллар, реклама ва ахборот адабиётлари. Шартнома имзолаш учун зарурий ҳужжатлар	Ҳўжалик зонаси сувенирлар, кийимлар, музхона ва ҳар хил салқин ичимликлар.
ЭКСПОНАТЛАР	

24-чизма. Кўргазмалар залининг стенд майдони жойланиш чизмаси.

Кўргазманинг ютуғи уни тайёрловчиларни ва безовчиларни тўғри танлашга ва уларнинг тайёргарлигига боғлиқдир. Уларга қўйиладиган талаблар ўта юқори бўлиши керак.

Улар фақатгина экспонатларни яхши фарқлабгина қолмай, балки кўргазма ўтказилаётган давлат тилини билиши, хушфеъл, мулойим суҳбат олувчи, техника хавфсизлигини биладиган, фирмани мавқеини ҳам яхши билиши, хизмат сирларини сақлашн, рақобатчилар материаллари билан танишиши, зарур

қолларда улар рухсати билан расм ва кинога ола билиши лозим.

Кўргазма ўтказилгандан сўнг унга якун ясашда безовчилар фикрини эшитиш муҳимдир. Бу эса тадбиркорга ўз натижаларини рақобатчилар натижаси билан таққослаш имконини беради.

Матбуот конференцияси — бу одатда куннинг қулай пайтида газета, журнал, радио ва телевидения журналистлари иштирокида ўтказилади. Кўргазмада иштирок этиш учун таклифнома бошланишидан бир ой олдин жўнатилади. Бунда таклиф этилган шахслар рўйхати аниқланади. Матбуот конференцияси дастури тузиб чиқилади, ахборот материаллари, доклад тезислари, тарқатма материаллар, сувенирлар тайёрланади. Булар мавзуга киришишга қулайлик туғдиради.

Тақдимот энг тез таъсир этувчи реклама дир. Тақдимотнинг мақсади ишбилармон кишиларга фирманинг эришган ютуқларини таништириш, корхона имкониятлари тўғрисида гапириб беришдан иборат. Кўргазма ўтказиш сингари тақдимотга ҳам алоҳида гайёргарлик кўриш керак.

Тақдимотда реклама қилиниши керак бўлган маълумотлар мавзуси кичкина "хабар" шаклида тасвирланиб, эришилган ютуқлар ва афзалликлар кўрсатилиши керак.

Янги иш бошлаётган ёки улгурувчи барча тадбиркорлар учун Амстердам маркетинг бюроси директори Анна Шардарнинг шу соҳадаги қуйидаги маслаҳатларини келтирамиз: У ушбу соҳадаги бир қатор нуфузли ишлар автори ҳисобланади. Унинг маслаҳатлари фақатгина мамалакат ичидаги бизнесда фойдали бўлибгина қолмай, балки, халқаро доирада олиб борилаётган бизнесга ҳам ёрдам беради.

1. Сотиш имкони бўлган маҳсулотларни ишлаб чиқариш. Маҳсулотга эҳтиёж бўлмаса, уни ишлаб чиқариш тўғрисида фикр ҳам бўлмаслиги керак. Сотиш тўғрисида тўла фикрга эга бўлмасдан, уни ишлаб чиқаришга ҳаракат ҳам қилмаслик. Одамларга нима кераклигини бозорлардан ўрганиб олиш, бу жараён вақт ҳамда катта маблағ талаб қилади ва келишувда юз беради. Қаерда нимага эҳтиёж бор эканлигини билиш.

2. Тайёргарликсиз ҳеч нарса қилмаслик, аввал ўз юртидаги, сўнгра, жаҳон бозори ҳақида маълумотга эга бўлиш.

3. Алоқа — мулоқотнинг зарурий канали. Ҳамкорлар билан шартномалар имзолашдан аввал, улар сиз билан алоқа қилиш имкониятини билиш.

4. Юзага келган қизиқишга тезда жавоб бериш. Ғарб бизнесменларининг асосий муаммоларидан бири, Шимолий Европа мамлакатлари билан алоқанинг қийинлигидир. Айрим ҳолларда ҳамкор билан алоқа тикланса-да, хоҳиш йўқ бўлиб қолади. Икки куи ичида жавоб бериб, кетидан ҳаракат бошлашни исботлаш.

5. Фирма образини қандай яратишни ўйлаш, визит карточкалари, фирма бланкалари, конвертлар чиқариш, уларни танқи кўриниши олувчига таъсир этишини тўла баҳолаш.

Фирма репутацияси қандай, у ҳақда чоп этилган китоб ёки қўлланмалар борми?

6. Контрагентлар танлаш, суҳбатдан суҳбатни фарқ қила билиш, кимни қабул қилиш ёки қабул қилмасликни ҳал этиш.

7. Бирор нарсани тавсия этиш имкони бўлса, музокара олиб бориш

8. Совға қилиш, яхшиси ҳамкор хуш кўрадиган кичкина нарсани, ҳалия этиш

9. Ўз фикрини ифодалай олиш

10. Тилни билмаса музокарага киришмаслик, таржимон орқали музокара олиб бориш ҳар чоим ҳам яхши вариант эмас.

11.5. Тадбиркор иш кунини режалаштириш

Вақтни қадрлаш самарали бошқарувчининг энг ижобий томонидир. Тажрибали бизнесмен мансаби қанча юқори бўлса, у ижодий ишга шунча кўп эътибор қаратади: истиқболни белгилаш; режалаштириш; қарор қабул қилиш, музокара олиб бориш, ходимларни бошқариш ва ҳоказо. Мутахассислар фикрига раҳбарнинг 20% дан ортиқ иш вақти юқорида санаб ўтилган мақсадларга сарфланади.

Вақтдан унумли фойдаланишнинг энг муҳим йўли, бу ҳал этиладиган масалаларни мазмуни, моҳияти ва аҳамиятига қараб классификациялаш гуруҳларга бўлиш ҳисобланади.

Биринчи гуруҳ: у зудлик билан кўриб чиқиладиган ва вақт топилишини кутиб ўтирмайдиган масалалар. Иккинчи гуруҳга – маълум бир вақт кутиб туриш мумкин бўлган ёки бугунлай қолдириб ташласа ҳам бўладиган вазифалар киради. Вақтдан тўғри фойдаланишни режалаштириш, уни қандай сарфланаётганлигини таҳлил этиш имконини беради. Ҳафта давомида барча бажарилиши зарур бўлган ишларни таҳлил қилиш мақсадида кунига унча кўп бўлмаган маълум бир вақтни

ажратиш мақсадга мувофиқдир. Бу бизнесга боғлиқ бўлмаган, кераксиз иш, йиғилиш ва учрашувларни аниқлаб олиш имконини беради. Куннинг қайси қисмида иш унуми юқори бўлишини ҳисобга олиш мураккаб муаммоларни ҳал этишда ёрдам беради.

Кўпчилик тадбиркорлар иш кунини режалаштириш ортиқча деб ҳисоблайди ва бунга вақт ажратишни хоҳламайди. Улар жуда катта хато қиладилар. Иш кунни режалаштиришда кўпроқ вақтни тежаш имконини беради. Шу асосда иш кунини режалаштиришни кўриб чиқамиз:

Биринчи навбатда ишни вақт доимийлигини (квартал, ярим йиллик, йиллик) аниқлашдан бошлаш ва шу давр ичида бажарилиши зарур бўлган ишларни аниқлаш қўйилган вазифаларни ҳал этишда юзага келадиган тўсиқларни ўрганишдан бошлаш зарур.

Сўнгра бажарилиши керак бўлган ишлар тартибини ўргаииб, мураккаблиги, ҳажми бўйича бўлакларга ажратилади ва уларни бажарилиш муддатлари ва бажарувчи шахслар белгиланади.

Агар кун тартибига ўта кўп масалалар (ишлар) киритилган бўлса, уларни зарурлиги ва тезлиги нуқтаи назаридан қайта кўриб чиқиш мумкин. Иш кунининг қандай бошланиши одатда унинг умумини белгилайди. Иккинчи даражали ишлардан, асосий масалалар ажратиб олингандан сўнг қуйидаги саволларга жавоб олиш зарур:

– Бу ишни унумли бажарса бўладими? Агар бажарилмаса нима бўлади?

– Бу вазифани бировга топширса бўладими? Кимга? Тўлиқми ёки қисман?

– Кўзланган харажатга арзийдими? Уни соддалаштирнш мумкинми?

– Ушбу масалани ҳал этилиши қандай натижа беради?

Иш календарида биринчи ўринга тезлик билан ҳал этилиши қайд этилган масалаларни жойлаштириш лозим. Энг аҳамиятли масалаларни эътиборсиз қолдирмаслик даркор. Масалан: янги стратегия ишлаб чиқиш, корхона реконструкцияси, қимматбаҳо қоғозлар сотиб олиш ва ҳоказо. Мутахассислар қуйидагилар қаторига ходимлар билан ўтказилган ноўрин суҳбатларни киритишни маслаҳат берадилар.

Иккинчи даражали ишлар қаторига оддий функцияларни бажариш билан боғлиқ бўлган вазифалар киради.

Учинчи гуруҳга бажарилмаслиги корхона фаолиятига ҳеч қандай салбий таъсир этмайдиган (кам аҳамиятли телефон чақириқлари, оддий лойиҳа бажарилишини назорати ва ҳоказо) ишларни киритиш тавсия этилади.

Иш кунини режалаштиришда ходимларга ўз имкониятларини ҳисобга олиш тавсия этилади.

Ишни оддий масалалардан мураккабга қараб бажарилиши мақсадга мувофиқ деб тоиилса, эрталабга майда ишларни режалаштириш, агар унинг тескариси бўлса, ишни муҳим ва асосийларидан бошламоқ керак. Аммо уч ва ундан ортиқ асосий ишларни бир кунга режалаштирмаслик мақсадга мувофиқ. Олдинги бошлаган ишингизни тугатмасдан яиги ишни бажаришга уринмаслик керак.

Яхши режа тузиш — ярим иш холос. Бу ерда ҳар бир иш кунининг ҳар бир минутидан самарали фойдаланишни билиш ҳам керак. Бунга қандай эришилади? Бу ерда бир неча фойдали қоидаларни билиш фойдадан холи бўлмайди. Буларнинг асосийлари қуйидагилар:

1. Телефон билан ишлашни қуйидагича ташкил этиш мумкин: эрталаб, сизга кимлар қўнғироқ қилса ҳам, фақат котиба жавоб берсин. Зарур бўлса, сизни ишда йўқ деб қўйса ҳам бўлади. Соат 11 дан сўнг ўзингиз қўнғироқ қилинг. Агар котиба нима ҳақда қўнғироқ бўлганлигини сўраб олган бўлса, сиз суҳбатга тайёрланишингиз мумкин. Айрим масалалар бўйича котиба мижозларни бошқа ходимларга йўллаб ҳам юбориши мумкин. Шу билан бир қаторда котибага сизни зудлик билан боғлаш зарур бўлган кишилар исмини айтиб қўйинг. Соат 11 дан сўнг қўнғироқларга қисқа ва мазмунли жавоб беринг. Зарурий шароитда жавоб берувчи телефондан фойдаланинг. Бу сиз уйда бўлган чоғингизда ҳам фойдасиз суҳбатларга вақт сарфлашингиздан холис этади.

2. Қисқа вақт ичида хатларга жавоб беринг. Келган барча хатларни ўқишга одатланманг. Кўпчилик хатларни ходимларга кўриш ва жавобни бошланғич вариантини тайёрлашга беринг. Айрим хатларга сизнинг кўрсатмангиз асосида котиба жавоб тайёрлаши мумкин. Агар хатларга сиз ўзингиз жавоб тайёрлайдиган бўлсангиз, блокнот тутинг, унинг ҳар бир бетида сизнинг исм-фамилиянгиз, манзилгоҳингиз ва телефонингиз кўрсатилган бўлсин. Жавобни содда, қўл билан

ёзишингиз мумкин. Ҳар қандай ҳужжатни бир мартада тузатишга ҳаракат қилинг. Сўров ёки хат ёзишга ўтиришдан олдин барча зарурий материалларни тайёрлаб олинг. Агар зарур бўлса ўйланг, фикрларни жамлаб олинг. Зарурий ҳолларда қўл остингиздагилар фикрларини сўранг.

3. Қабул сонини қисқартиринг. Агар сиз биров билан учрашмоқчи бўлсангиз олдин қўнғироқ қилинг, учрашув вақти ҳақида келишиб олинг. Ишбилармон шахслар фақатгина энг зарур масалаларни биргаликда муҳокама этади.

4. Ўз иш жойингизни тўғри ташкил этинг(ёзув столи, шкаф, телефон, компьютер).

5. Йиғилишлар сонини қисқартиринг, уларни қатъий ва эътибор билан тайёрланинг. Агар у телефон орқали суҳбатлашишдан кўра, самарали бўлса, йиғилиш чақиринг. Йиғилиш кунига қадар, қатнашчиларга кун тартибини жўнатинг ва асосий масалаларнн кўриш билан чекланинг. Йиғилиш вақтини қисқартириш мумкин, кўп вақтларда масалани тик туриб муҳокама этиш мақсадга муофиқдир.

6. Қўл остингиздагиларга аввал ўз хулосаларини ва таклифларнни қисқа изоҳлашга имкон беринг, сўнгра эшитишни давом эттирса бўладими ёки йўқми? ҳал қилинг. Бу ўз навбатида кам вақт ва сўз сарфлаган ҳолда қарор қабул қилишдир. Бошқаларга қарор қабул қилинган ишлар билан шуғулланишига йўл қўйманг. Ўз фикрини қисқа ва тўлиқ изоҳлаган ходимни мақтанг, буни уддалай олмаган ходимларга нисбатан норозилигингизни ифодаланг.

7. Сизни фармойишингизни тайёрлаётганларни алфавит тартибидан фойдаланишга мажбур этинг.

8. Унумсиз ўқишдан йироқ бўлинг. Ўта зарур бўлмаган хатларни йўлда ва дам олиш вақтларида ўқинг. Доимо ўзингиз билан ўқиш учун фойдали материал олиб юринг.

9. Машинангизни шуидай жойга қўйингки, эркин чиқиб кетиш кафолатлансин. Автомобилда касетали магнитофондан фойдаланинг. Сизга ниманидир ўрганиш зарур бўлса, эшитасиз.

10. Агар сизга кимдир илашиб қолса, ҳеч хавотир олманг. Кечирасиз мен сизни ва ўз вақтимнн жуда қадрлайман. Сиз айтаётган фикрлар менга керак бўлиб қолиши ҳам мумкин. Сизга соғлиқ ва муваффақият тилайман, деб унинг сўзини бўлишингиз мумкин.

11. Ёқимсиз ишларни ҳал этишдан олдин, уни нима сабабдан ёқимсиз эканини билишга ҳаракат қилинг. Бундай масалаларни бир қатор майда қисмларга бўлиб ва уларни бажаришга ўзингизни унданг. Бажаришни муддати, чегарасини белгилаш фойдали. Биринчидан, у аниқ бўлсин, ортиқча ташвишсиз ишларни бажаришга вақт етарли бўлсин, иккинчидан, муддат доимо кўз олдингизда турсин.

Ёқимсиз ишларни ўз вақтида ва муваффақиятли ҳал этганингиз учун ўзингизга мукофот белгилашингиз мумкин. Бундай мукофот сизнинг яхши кўрган машғулотингиз бўлгани яхши. Одатда, у билан шуғулланиш раҳбар ҳаётини ёқимли ўтишига олиб келади ва ўзининг эътиборсизлигига қарши кўрашишда ёрдам беради.

11.6. Нотиқлик санъати

Улгурувчи тадбиркор, яхши сухандон бўлиши керак, аудитория олдида ишончли ва билимли сўзлай олиши шарт. Сухандоилик бу санъат, бу талант, ҳар кимга ҳам берилавермайди. Шуидай бўлса-да, чиройли сўзлаш усули ва йўлларини ўргаииб олиш мумкин. Одатда, ҳар қандай одам ўз фикрини аниқ, қизиқарли ифодалаш ҳисобига аудиторияни ўзига жалб қила олиши мумкин. Шунинг учун нутқ сўзлаш санъатига алоҳида эътибор бермоқ зарур.

Нутқ мавзусини танлаш ва унга тегишли материал йиғиш учун қуйидаги саволларга жавоб бериш мақсадга мувофиқдир:

1. Қандай аудитория олдида нутқ сўзлаш керак?
2. Нима учун ушбу аудитория сизни нутқ сўзлашга таклиф этди?
3. Сизни шу аудитория олдида нутқ сўзлашга таклиф этишдан ташкилотчилар ўз олдиларига қандай мақсадларни қўймоқда?
4. Охирги бор ушбу аудитория олдида ким нутқ сўзлаган ва уни аудитория қандай қабул қилган?
5. Охирги вақтда қайси сухандонлар ушбу аудитория олдида кўпроқ муваффақиятли нутқ сўзлагаи? Улар муваффақиятга эга бўлганми ва нима учун?
6. Мавжуд аудиторияга мос келиш учун материалларни қандай етказиб бериш керак? Қайси турдаги юмордаи фойдаланиш мумкин?

7. Ушбу аудиториянинг норасмий "лидер"лари кимлар? Улардан кимлар йиғилишда қатнашади? Улар билан қандай тил топишиш мумкин?

8. Аудитория билан сизни ким таништиради? Сизни қандай тавсифлаб бериши керак?

9. Қарши саволлар кутиладими? Қандай саволлар берилиши мумкин? Ёқтирмаган (хоҳламаган) саволлар берилиб қоладими?

10. Ушбу аудиторияда ким "ўзимизнинг одам" *ҳисобланади*, у маъруза устида ишлашга ёрдам бериш қобилиятига эгами?

Маъруза материаллари янги, иложи борича характерли, қизиқ, фактларга бой бўлиши ва оқибатда ҳаммани ҳаяжонлантириши керак. Материалларни йиғиб олгандан сўнг, режа тузишга киришиш лозим. У қисқа ифодаланган саволлардан шаклланган бўлиши керак. Бу ерда асосий ва қўшимча саволларнинг моҳияти чуқур ёритилган, мантиқан бир-бирига богланган ва тартибли бўлишига эътибор бериш зарур. Сўнгра маъруза матни ёки унинг тезисини ёзишга киришилган маъқул. Тезисларни қаттиқ қоғозга, алоҳида карточкалар ҳолида тайёрлаш керак. Ёзувларни етарли даражада тушунарли, кенг интервалда бўлгани маъқул. Таянч иборалар ва асосий фикрлар шаклланишини рангли фламастерлар ёрдамида ёзиш лозим.

Айрим ҳолларда ўз маърузани "охиридан" бошласа ёмон бўлмайди. Бу мавзуга қисқача шарҳ бўлади. Ўз навбатида бу ечилиши керак ҳолат юзасидан аудиторияга савол ва аниқ ҳаракат бўйича чақириқ ҳам бўлиши мумкин. Маъруза матни тайёрлашда диктофон ёрдамида ёзилган ёзувлардан ва видеомагнитофондан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Бу тезда қовушмаётган ортиқча маъносиз фикрлардан қутилиш имконини беради.

Ҳозирги вақтда иш юзасидан ўтказиладиган йиғилишларни мунозара шаклида олиб бориш усули кенг тарқалди, бу шароитда барча иштирокчилар маъруза матнларини олдиндан оладилар. Шунинг учун доимо мулоқотдан фойдаланилади, ҳар бир маърузачи саволларга жавоб бериш учун 5 минут вақтдан фойдаланилади. Бу ерда ўз мавзусини қисқача мазмунини ёритади. Зарур бўлса, мавзуни банк ҳақида давом эттириб, воқеа тарихи тўғрисида маълумот бериш мумкин. Бошланғич маълумот сифатида қандайдир бир воқеани олиши мумкин. Уни оддий белги сифатида амалга ошириш зарур.

12. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда ходимлари одоби

12.1. Мулоқотда бўлиш қоидалари

Иш кунининг қандай ўтиши унинг бошланишидан олдинги кайфиятга боғлиқдир. Шунинг учун тадбиркор ишга келгандан сўнг ўз шериклари билан илиқ саломлашиш керак. Уларга янги иш кунини улар билан биргаликда бошлашдан хурсандлигини намоён қилиши керак.

Демак, иш куни саломлашувдан бошланади. Саломлашув вақтида алик олувчининг юзига қараб дўстона ва хушфеъл бўлиш, каттазанглик қилмаслик керак. Эркаклар аста-секин эгилган ҳолда, аёллар эса майин бош эгиш билан саломлашиши мумкин. Умуман таъзим қилиш яхши одат, айниқса, у кириб келишда ва илтимос билан мурожаат этаётган вақтда.

Эркаклар хоҳ аёл, хоҳ эркак билан бўлсин, саломлашув даврида ўринларидан туришлари шарт. Аёллар ёши катта қариялар ва аёллар билан саломлашиш пайтида ўринларидан турадилар. Эркаклар ўз тенгқурлари билан саломлашгандан сўнг ўтириши мумкин. Агар у кексалар ёки бошлиқ билан саломлашганда, улардан кейин ўтириши лозим. Агар аёл киши эркакни ўтиришга рухсат этиб, ўзи тик турган бўлса, эркак ҳам ўтирмаслиги керак. Хонада бўлганда, эркаклар олдидан қария ёки аёл ўтиб қолса, ҳар сафар туриш шарт. Улар ўтиргандан сўнг ўтириши керак. Аёллар ёнларидан катта ёшдаги одамлар ўтса ўтирган ўрнидан қўзғалиши керак.

Қўл бериб кўришишда эркаклар кириб келаётган инсоннинг жинси ва ёшидан қатъи назар ўринларидан туришлари лозим.

Саломлашув одатда қуйидаги сўзлар билан амалга оширилади. "Салом", "Сизга салом бердик" ёки "Хайрли тонг", "Хайрли кеч", "Хайрли кун". Ушбу сўзлар аниқ ва равон айтилиши зарур.

Саломлашувнинг одатий белгиси бу – қўл бериб кўришиш. Европаликларда олдинга узатилган очиқ ўнг қўл "тинчлик мақсадларни қўллаб-қувватлаймиз" деб ҳисоблаш белгисидир. Бу қўлда қурол йўқлигини билдиради. Қўл бериб кўришишда ўта қисиб юбориш ёки ўта майин бўлмаслик керак. Қўл эркин ва ишонч ҳолатида узатилади. Агар кўпчилик билан кўришиш зарур бўлса, қўл узатиш шарт эмас, таъзим қилинса бас. Агар улар орасидан ким биландир қўл бериб кўришиш керак бўлса, у ҳолатда одатга кўра барча билан қўл бериб кўришиш шарт. Қўлни

стол устидан узатишга, остонада туриб кўришишга ва хайрлашишга маслаҳат берилмайди.

Кўчада қўл бериб кўришганда аёл киши қўл қопини ечиши шарт эмас, эркаклар эса ечишга мажбурдир. Эркаклар бир-бирлари билан қўлқоп орқали сўрашишлари мумкин. Олдиндан сақланган одат бўйича аёл кишини қўлини ўпиш мумкин, қиз болани эмас. Ушбу ҳолатни символ тарзида амалга ошириш, айрим ҳолатларда лабни аста тегизиб қўйиш мумкин. Кўчада учрашиб қолганда қўлни ўпиб кўришиш қатъиян ман этилади.

Саломлашишда бош кийимдан фойдаланиш мумкин. Бу ҳолатда шляпа ёки шапкани кўтариб қўйиш зарур. Шляпани юқори қисмини ўртасидан, шапкани эса айвончаси олди қисмидан ушлаб кўтарилади. Қоида бўйича қаршидан келаётган одам чап томондан ўтади, шунинг учун бош кийимни ўнг қўл билан кўтариш керак. Эркакларнинг бош кийими кийилиши қийин бўлса, уни олиши шарт эмас (масалан қулоқчин, тўқилган шапка ва ҳоказо). Одатга, кўра ходим раҳбарга биринчи бўлиб салом бериши шарт, қўл бериб кўришишда эса раҳбар олдин қўл узатиши керак.

Аёл кишига раҳбар биринчи бўлиб салом беради, агар у аёл раҳбарнинг шахсий котибаси бўлса ҳам. Бу ерда ҳам мустаснолик ҳолати мавжуд, ёш қизчалар ўз раҳбарлари билан биринчи бўлиб саломлашадилар.

Агар раҳбар ўзидан катта ёшдагилар билан биринчи бўлиб саломлашса, бу яхши одат. Агар икки жуфтлик учрашганда аввал аёллар билан аёллар, эркаклар билан эркаклар, сўнгра улар бир-бирлари билан саломлашадилар. Бу ҳолатда қўлни қаттиқ сиқиб сўрашишга йўл қўймаслик керак. Биринчи бўлиб, кўпчилик эркаклар орасида келаётган аёл салом бериши керак. Агар сиз тез юриб ўз танишингиздан ўтиб кетаётган бўлсангиз биринчи бўлиб, тенглашган пайтда салом бериши лозим.

Шундай ҳолат бўладики, адашиб умуман нотаниш одам салом бериб юборди, елкани қисмаслик, ҳайрон бўлганликни билдирмаслик ва оддий ҳолатда жавоб бериш, у одамга адашиб салом берганлигини сездирмаслик керак, сабаби у ноқулай ҳолатга тушиб қолиши мумкин.

Кафе ёки қаҳвахонада столга ўтиришдан олдин бегона одам ўтирган бўлса, бош билан таъзим қилган ҳолда саломлашган маъқул, ўз навбатида ўтирган одам ҳам саломга алик билан жавоб бериши керак. Поезд вагони купеси ёки бирор-бир

ташкилот раҳбари қабулхонасига кираётганда барча қабулдошлар билан саломлашиш шарт. Қайтиш пайтида хайрлашишни унутмаслик керак. Такси ва узоққа қатновчи автобус ҳайдовчисига ҳам салом берилади.

Кўпчиликка бир одам таништирилаётган бўлса, унинг исми, фамилияси ва отасининг исми юқори овоз билан айтилиши керак. Таништирилувчи барчага енгил таъзим қилиши шарт. Чет элларда одам таништирилаётган бўлса, исми фамилиясини билдирилса бас. Танишувчи ўз исмини ҳурмат ва эҳтиром билан танишаётган одамга ойдин тушунарли қилиб айтади. Одамларни бир-бирини ноқулай ҳолатга қўйиб ва танишинг деб айтиш яхши одат эмас. Бу ҳолатда улар бир-бирларига ўз исмларини айтишга мажбур бўлади, бу эса одобдан эмас. Агар бировга мурожаат қилмоқ керак бўлса, аввал кечирим сўраб, ўз номи ва мансабини айтиш керак, сўнг ҳурмат эҳтиром ила илтимос билан мурожаат қилаётганлик сабабини айтиш мумкин. Кўп вақтини олмасликни ҳам таъкидлаб қўйиш мақсадга мувофиқдир. Оила аъзоларини таништиришда уларни фамилиясини айтиш шарт эмас. Масалан, рухсат бериг таништирай, бу менинг ўғлим "Фарруҳ" ёки "менинг оилам", "менинг синглим" ва ҳоказо.

Танишганда кўпчилик "жуда хурсандман", "жуда яхши", "танишганимдан хурсандман" деб жавоб беради. Айрим "Менга сиз ҳақингизда кўп айтишувди"ёки "Мен сиз ҳақингизда кўп эшитганман" ибораларни қўллашда эҳтиёт бўлиш керак, бошқалар уни ҳар хил тушунишлари мумкин.

Кўчада таништиришнинг ўз қоидалари мавжуд. Масалан: Қисқа учрашув ҳолатида йўлдошга ўзини таништиришни маслаҳат бермаймиз. Бу ҳолатда йўлдош оз-моз четга ўтиб кутиб туриши шарт. Агар суҳбат чўзилиб кетадиган бўлса, суҳбатга йўлдошини таклиф этиш ва у нотаниш одамларни олдиндан таништириш лозим.

Таниш бўлмаган одамлар бир-бирларига "жаноб", "ўртоқ", "ходим" деб мурожаат қилиши мумкин. "Эркак" ёки "Аёл" деб мурожаат қилиш мақсадга мувофиқ эмас. Ҳамкасблар орасидаги мулоқот уларнинг шахсий муносабатларига бориб қадалади. Улар дўстона ҳолатда бўлса доимо "Сиз" деб мурожаат қилади. Раҳбар ўз қўл остидаги ходимга фақат "Сиз" деб мурожаат қилиши керак. Бу меҳнат интизоми ва хизмат муносабатларини нормал таъминлаб туришнинг асосий воситасидир. Барчага "Сиз" деб мурожаат қилиш ҳам

талабчанликни сусайтиради. Бировга "Сен" ва бошқага "Сиз" дейилиш, яқинлашганликни билдиради.

Раҳбар қўл остидаги одамлар ва ҳамкасблар билан иложи борича хушмуомалада бўлиш лозим. Бошқаларни тиниглаб эшитишга ўрганиш улар ҳақида номақбул гап айтмаслик керак: Агар унинг фикрига рози бўлмаган тақдирда дарҳол таклифни рад этмаслик, фикрини тўла билдиришга имкон бериш лозим.

Одам жисмининг энг таъсирланадиган қисми бу унинг юзи. Лаб ва қош шаклига қараб туриб инсоннинг кайфиятини билиб олиш мумкин.

Иш давомида қўл остидаги ходимларга мурожаат қилишда нималардан фойдаланиш маъқул? Буйруқми ёки илтимосми? Буйруқсиз бошқариб бўлмайди. У мажбурий ҳолатда керак бўлади. Масалан: асосий масалани бажарилмаслик ҳолати юзага келганда, техника хавфсизлиги бузилганда ва ҳоказо.

Бошқаришда эслатишнинг қатъий шаклини, мажбурий буйруқбозлик усулига айлантириб юборишга маслаҳат берилмайди. Бу ерда қўл остидаги ходим вақти-вақти билан раҳбарнинг ҳолатини сезишни йўқотади. Буйруқ қўл остидаги ходимларга тўғридан-тўғри топшириқ беришда зарурдир.

Раҳбарга тўғридан-тўғри бўйсунмайдиган ходимларга илтимос тариқасида топшириқ берган маъқулдир ва бу ҳолат буйруққа нисбатан яхши қабул қилинади.

Аммо барча ҳолатларда ўзбилармонликдан сақланиш зарур. Ишчиларнинг активлигини оширувчи воситаларнинг асосийси чора кўриш ва мукофотлаш ҳисобланади. Тажриба шуни кўрсатадики, мукофотлаш чора кўришга нисбатан одамларга кучли таъсир этади. Шунинг учун кўпроқ мукофотлашдан фойдаланиш лозим.

Агар иш фаолияти давомида йўл қўйган хатолари учун огоҳлантириш, чора кўриш, тақиқ қилиш зарур бўлса, у адолатли тўғри бўлиш керак. Чора шакли ва ўлчовини танлашда ходимларнинг жинси, ёши ва характерини ҳисобга олиш керак. Кекса ва аёл кишиларга камчиликларини якка ҳолатда мулойим сўз билан айтиш, ёш аёл ва дангасаларга очиқ ва қаттиқ айтиш мумкин.

Қабулга келганларга тўғри муносабатда бўлиши зарур.

Шахсий масалалар бўйича фуқароларни қабул қилиш жараёнида бошқа ишларга фикрни бўлмаслик ва танқидни тўғри қабул қилишга одатланиш муҳимдир.

Танқид қилишда қуйидагиларни унутмаслик керак:

- Инсон қадрини камситмаслик, қаттиқ танқидни, оддий жанжалга айланиб кетишига йўл қўймаслик;
- Ўз-ўзини танқид қилишга одатланиш.

Бу фақат раҳбарнинг обрўсини ортишига олиб келади.

12.2. Телефонда сўзлашув маданнияти

Ишбилармон шахслар ҳаётининг кўп вақтини телефон орқали суҳбатлашиш эгаллайди. Бу жараён ҳам одоб қоидаларини сақлашни талаб этади.

Агар хонада бир неча ходим ишлайдиган бўлса, телефонга жавоб бериш навбат билан амалга оширилгани маъқул. Трубкани иккинчи чақириқ олдидан олган маъқул. Трубкани тўғри олиб, тўғри ўрнига қўйиш керак. Чақириққа босиқ овоз билан жавоб бериш лозим.

Трубкани олгандан сўнг "Ҳа" ёки "Алло" "Мен сизни эшитяпман" деб жавоб бериш керак. Биласизми "ҳа" сўзи одатда қуруқ ишбилармонликни англатади, айрим ҳолатларда унда эсанкираш сезилиб қолади. Бу томон билан руҳий мулоқот юзага келишида қийинчилик туғдиради. Телефон трубкасини олган шахс ўзининг ким эканлигини аниқ айтиш лозим. Кўпроқ интернационал сўз "Алло"дан фойдаланилади. У аниқ ва ҳамма учун хосдир. Агар трубкани олганингиздан сўнг суҳбатни 2-3 минут кечиктириб туриш керак бўлса, суҳбатдошга "Кечирасиз бир оз кутиб туринг" деб айтиш лозим. Зарур ишни якунлагандан сўнг ва иккинчи маротаба суҳбатни бошлашда "Эшитаман" деб айтиш керак. Эсда тутиш керак, ҳатто иш шароитида бўлса ҳам суҳбатни "эслаяпсизми", "ким қўнғироқ қилмоқда", "топингчи сиз билан ким гаплашмоқда" деб бошлашга йўл қўймаслик зарур.

Агар қўнғироқ қилганда саломлашувдан, сўнгра илтимос билан мурожаат қилиши лозим бўлса, сўзни бошида қилган қўнғироқни халақит бермаганлигини сўраш ва иложи бўлса, бир неча дақиқа вақтингизни ажрата оласизми деб сўз бошлаш фойдалидир.

Телефон трубкасини олган одамдан кимнидир телефонга чақириб беришни илтимос қилганда, уни исми ва фамилиясини айтиш даркор. У оиласининг иш хонасига қўнғироқ қилганда ҳам худди шундай йўл тутган маъқул.

Қўнғироқ қилган одам ўзини таништириши шарт, ўзига керакли одамни топа олмаган бўлса, хабарни етказиб қўйишни илтимос қилиши мумкин. Уйланган (турмушга чиққан)

Кўнғироқ қилганда эшитиш хоҳиши йўқлигини сездириб ва чидамсизлик қилиб суҳбатни тугатишга ҳар хил йўллар билан ҳаракат қилиш ёмон одат.

Телефон суҳбати орқали хайрлашаётганда табрик ва яхши учрашув учун миннатдорчилик билдириш даркор. Доимо кўнғироқдан хурсанд эканлигингизга суҳбатдошни ишонтириш, шахсан учрашув хоҳишида эканлигини ҳам билдириш, уни хурсанд қилиб қўйиш керак. Агар у масалани ҳал этолмаган бўлса ҳам инсон ўзиии тутиб яхши хайрлашиш лозим.

Телефон автоматдан фойдаланганда белгиланган муддатдан орттириб юбормаслик керак. Агар телефон номерингиз жавоб бермаётган бўлса, кабинадан ташқарига чиқиб ва бошқаларга кўнғироқ қилиш имконини бериш керак. Ундан сўнг кўнғироқни қайтариш мумкин. Телефон орқали суҳбат чўзилиб кетса, навбат кутиб турганлардан кечирим сўраш, ҳеч нарсани сезмаганга ўхшамаслик керак.

Иш юзасидан мулоқотда кўпроқ визит карточкаларидан фойдаланилади. Раҳбар бировга ўз визит карточкасини топшнриши билан келгусида шахсий ва иш юзасидан алоқада бўлиши мумкинлигини билдиради.

Визит карточка ўлчами ва ундаги маълумотлар олдиндан қатъий белгиланмайди, аммо 9х5 ўлчамдаги қоғозга типографик усул билан исми, фамилия, отасининг исми, ундан сўнг эгаллаб турган лавозими, чап бурчакнинг қуйи қисмига керакли манзилгоҳи ва ўнг томонига иш телефони рақами ёзиб қўйилади. Зарур ҳолларда уй телефон рақами қўл билан ёзиб қўйилади. Аёллар учун визит карточка ҳажми нисбатан кичикроқ бўлиши керак.

Курьер ёки почта орқали визит карточкани жўнатиш, хат ёки табрик открнткаларини ўрнини алмаштириши мумкин. Визиткалардан гул ёки совғалар жўнатишда фойдаланиш мумкин, унга яхши кайфият сўзлари ёзиб қўйилади, масалан, "Яхши тилаклар билан" ёки "Табрик учун миннатдорман". Бу ҳолларда умум қабул қилинган қисқартиришлардаи фойдаланилади. Булар таклиф қоғозларининг пастки чап қисмига ёзилади:

p.f. - байрам билан табриклайман;
p.f.N.a. - яиги йил билан табриклайман;
p.r. - миннатдорчилик билдираман;
p.c. - ҳамдардлик билдираман;
p.p.c. - узоқ муддат сафарга отланганда сиртдан хайрлашув

кишининг хонадонига қўнғироқ қилганда трубкани турмуш ўртоғи олгаи ҳолатда ҳам ўзини таништириш керак. "Ким қўнғироқ қиляпти" деб сўраш яхши эмас. Бу кишини ҳақорат қилишга ўхшаб кетади ва қўнғироқ қилувчи объект йўқдек туйилади. Ананим қўнғироққа жавоб бермасдан трубкани қўйиб қўйиш керак. Агар бошқа номерга тушиб қолса, трубкани индамасдан қўйиб қўймасдан безовта қилганлиги учун кечирим (узр) сўраш зарур.

Одоб бўйича телефон орқали суҳбатни қуйидаги тартибда якунлаш зарур: Эркак киши аёл киши трубкани қўйгандан сўнг қўйиши керак. Ёшлар ўзидан ёши ва лавозими бўйича катта бўлган кишилар билан телефон орқали суҳбатлашганда улар ўз фикрини айтиб бўлмагунча алоқанн узиб қўймаслиги лозим. Суҳбат якунлангандан сўнг хайрлашиш керак. "Фойдали маслаҳатларингиз учун раҳмат", "Ёрдам учун миннатдорчилик билдираман", "Безовта қилганим учун узр (кечирасиз)" каби сўзлар билан миннатдорчилик билдирилади. Агар суҳбат чоғида телефон узилиб қолса, ким қўнғироқ қилаётган бўлса, ўша одам қайтиб қўнғироқ қилади.

Қоида бўйича телефон орқали тўсатдан юзага келган ҳолатлардан ташқари эрталаб 9^{00} дан кеч соат 22^{00} гача суҳбатлашиш мақсадга мувофиқдир.

Раҳбар бировни қабул қилаётганда телефонга чақириб қолди, нима қилиш керак? Кўпроқ бу ҳолатларда эътиборни телефон чақириғига қаратншни маслаҳат берамиз. Бу ерда қўнғироқ қилган одамга кутиб туришни илтимос қилиш, қайта телефон қилишни айтиш ёки "Кечирасиз ярим соатдан сўнг бўшайман ва қўнғироқ қиламан" деб айтиш керак. Агар раҳбар шундай қилмаса, олдинги одамнинг суҳбати узилади.

Телефон орқали ким билан гаплашса ҳам мулойим, хушмуомала ва суҳбатдошга эътиборли бўлишга ҳаракат қилиш лозим. Фикрларни тез англаш ва таҳлил шакли инсоний нормаларига мос келиши шарт.

Агар раҳмат айтса, одат бўйича "марҳамат "деб қўйиш лозим. "Миннатдорчилик билдириш шарт эмас эди" ёки "Мен фақат ўз вазифамни бажардим" деган баланд парвоз сўзлардан йироқ бўлиш керак.

Телефон орқали суҳбатни битта хусусиятли томони мавжуд. Агар бир суҳбатдош телефон орқали узоқ гапирса иккинчи томон жим туради. Шу ҳолатда гапирувчи фикрини бўлиб, "Алло эшитяпсизми?" деб қўйса бўладн. Суҳбатни эшитаётганингизни исботлаш мақсадида "Ҳа", "Тушунарли", "Тўғри" деб таъкидлаб туриш мумкин.

Иш юзасидан бўлган муносабатларда ҳар бир ишчининг ҳиссиётларини ривожлантиришга, улар ташаббускорлигини қўллаб-қувватлашга эътибор берилади.

Ҳар қандай ҳолатда ўз хатти-ҳаракатларини бошқаришни билиш, мулойим, сершалом бўлиш, инсонларга кулиб туриш, ўзи ва атрофидагиларни яхши кайфиятда бўлишига ҳаракат қилишни эсда тутиш лозим.

Корхона мавқеи мустаҳкамланиши бозорда истеъмолчилар ва шериклар орасида унинг роли ортиши раҳбарликнинг ўйлаган ижтимоий сиёсатига боғлиқ. Раҳбар қўл остидагилар маъмуриятни ходимларга қулай маънавий-руҳий шароит яратиб беришга интилишини сезади ва баҳолайди. Ходимлар ўртасида яхши муносабатда бир-бири билан киришиб боришини таъминлайди.

12.3. Тадбиркор эркак(аёл)лар ташқи қиёфаси

Маълумки, тадбиркорлар бир-бирлари билан чиройли кийинган ҳолда учрашадилар. Шунинг учун ташқи қиёфа, дидли кийиниш тадбиркорлик фаолиятини муваффаққиятли бўлиши-нинг заруратидир.

Демак, ишбилармон эркакларнинг ташқи қиёфаси қандай бўлиши керак:

Биринчи навбатда, босиқ, ялтирамайдиган ва ишбилармонлик дунёсига мос ўта модага берилмаган бўлиши керак. Бизнесмен ташқи қиёфаси бўйича ўз обрўсини (мавқеининг) сақлаб қолиш мақсадида кийиниш маданиятига ҳам маълум даражада эътибор беради. Булар ичида энг зарури уст-боши, оёқ кийими тоза ва тартибли бўлиши кераклигидир.

Иш вақтида ишбилармонлик дунёсида ўта рангли кийимлар кийиш қабул қилинмаган. Қора ёки рангсиз кўйлак кийишга ҳам маслаҳат берилмайди. Кўйлак оқ ёки рангли бўлиши шарт. Ўта ялтироқ галстук танланмайди. Инглиз классик услуби бўйича галстук пайпоқ ёки дастрўмол рангига мос келиши лозим.

Иш шароитида костюм кийганда енги калта кўйлак кийишга ҳам тавсия этилмайди, чунки кўйлак енгининг 1-2 см қисми кастюмдан чиқиб туриши шарт. Тўқ кўк ёки тўқ кулранг кастюм ингичка кўйлак ҳар қандай ҳолат учун кенг тарқалган ҳисобланади. Бундан ташқари, спорт формасига ўхшаган костюм кийиш мумкин. Шим билан костюм ранги бир-биридан

фарқ қилса-да, бир-бирига мос тушиши шарт. Масалан: катак ва йўл-йўл костюм бир хил рангдаги шимга мос келади, катак ва йўл-йўл шимларга эса бир хил рангдаги костюмлар мос келади.

Ёз даври учун ип газламадан тайёрланган енгил костюм кийган маъқул. Аммо байрам костюми тўқ бўлиши керак. Бунга мос равишда оқ кўйлак, қора туфли ва қора пайпоқ кийилади. Чўнтакдан оқ дастрўмол бурчаги чиқиб туриши лозим.

Ўта қатъий костюмларга яна шляпа ва қўлқоп зарур. Куннинг иссиқ шароитида уларни қўлга ушлаб олиниши мумкин.

Аралаш рангдаги костюмлар, масалан, қора пиджак ва кулранг шимларга оқ кўйлак, кулранг галстук, қора туфли ва тўқ пайпоқ кийилади.

Қора туфли ҳақида гап кетганда, у кўпроқ барча рангдаги костюмларга мос келади. Жигар ранг туфлилар, жигар ва тўқ қаймоқ рангдаги костюмларга мос келади.

Пайпоқни ўта ранглилиги яхши эмас. Масалан: кулранг ва қора рангдаги пайпоқларга оч жигар ранг кийимлар ва жигар ранг туфли бўлгани яхши (12-жадвалга қаранг).

Ҳар қандай ранглар аниқ ташқи гавдага мос келиши мақсадга мувофиқдир. Тўла одамларга рангдор кийимлар мос келмайди, чунки совуқ очиқ ранглар жуссани (фигура)ни кучайтириб кўрсатади. Қора ранглар қоида бўйича тантаналарга тавсия этилади, у кўпроқ оқ рангли одамлар ва оқ рангли сочлиларга мос келади. Қора ранг оқ, сариқ, қизил ранглар билан қулай келишади. Бу ёшларга маъқул, ўта катта ёшдагилар ушбу кўринишдан йироқ бўлгани маъқул. Улар жигар рангли жун газламаларда яхши кўринади, "шоколад"-"каштан" ранглари оқ танага мос келади. Кўк рангни кўпчилик ёқтирмаса-да, у одамнинг юзларини табиий рангини ёшартиради. Зангори ранг кунлик кийимларга мос келади. Уларни оқ ранг билан биргаликда кийилиши, ҳар қандай ёшни ёшартиради. Умуман оқ ранг, бу рангларнинг подшоси ҳисобланади. Сариқ ранг ёз учун яхшидир.

Ўрта ёшдаги ва нормал гавдадаги эркакларга кийим кийишда ҳеч қандай чегара йўқ. Улар фақат безаш ва қўшимчаларни ошириб юбормаса бўлгани. Узун бўйли, келишган кишиларга ўта рангдор бўлмаган силлиқ газламалардан тикилган кийимлар кўпроқ мос келади.

12-жадвал

Эркаклар кийимларининг элементларини ранглар бўйича мос келиши

Костюм	Кўйлак	Бўйинбоғ	Туфли	Пайпоқ
Кулранг	Оқ, ҳаво, пушти, фил суяги ранги	Барча раиглар	Қора ранг	Бўйинбог рангида
Тўқ-кулранг	Оқ, очиқ пушти, фил суяги ранги	Қизил-қора ранглар	Қора ранг	Қора рангда
Тўқ ҳаво ранг	Оқ, фил суяги ранги	Жигар, қизил, тўқ қизил раиг	Қора, тўқ жнгар ранг	Жигар, тўқ қизил ранг
Тўқ кўк ранг	Оқ ранг	Оқ, қизил, ҳаво раиглар	Қора ранг	Тўқ ҳаво, тўқ қизил ранг
Тўқ зангори	Фил суяги оч, пушти ранглар	Қизил, зангори, жигар ранглар	Жигар ранг	Жигар ранг
Қум ранг	Оч ҳаво ранг	Тўқ ҳаво ранг	Оч жигар ранг	Оч ҳаво ранг
Оч жигар ранг	Оч пушти нос ранг	Зангори, қизил, қора, тўқ қизил ранглар	Кофе, қизил, жигар ранглар	Тўқ қизил ранг
Тўқ жигар ранг	Оқ, қаймоқ, оч пушти ранглар	Зангори, жигар қизил, қора ранглар	Жигар ранг	Кофе, тўқ қизил ранглар
Қора ранг	Оқ ранг	Кумуш ранг, кулранг, қизил-қора	Қора ранг	Тутун (бўғиқ) қора тўқ сиёҳ ранг

Бўйинбоғ ҳақида. Бу ерда қоида оддий бўйинбоғ костюм ёки кўйлак рангига мос келиши шарт. Бир хил рангдаги кўйлакларга расмли галстук мос келади, катак ёки йўллик кўйлакларга бир хил рангдаги, рангли костюмларга очиқ рангдаги бўйинбоғларни тақиш яхши. Катак ва йўллик костюмларга бўйинбоғни мос келтириш қийинроқ. Бу ерда костюм расмлари билан галстук расмлари такрорланмаганлиги маъқулдир. Йўл-йўл костюм жуссани кўримли қилади, катаклиги эса тўлдиради.

Эсда тутинг: расмий шароитда, йиғилишларда, минбарда ўтирганда, маъруза қилаётганда костюмнинг тугмаси доимо ечилган бўлиши керак. Тижорат музокаралари ва учрашувлар-

да, атрофидаги ўтирган аёллардан рухсат сўрамасдан пиджак (костюм)ни ечиш ва чекиш яхши эмас.

Ишбилармон аёллар ташқи қиёфасини яратиш мақсадида, ишда ва шахсий ҳаётда муваффақиятларга эришиш учун, бир неча қоидаларга амал қилиш шарт. Биринчи бор ишга ўта ўткир модадаги кийимда келиш керак эмас. Аёллар эркаклар билан ишлаётган бўлса ҳам шим кийиш, эркакларча кийиниш қатъиян маи этилади. Энг яхшиси юпка билан костюм кийгани маъқулдир.

Ўртача товондаги туфли кийиш, пайпоқни эса тана рангида танлаш яхши. Палто ёки плаш, юпка ёки кўйлакни босиб туриши керак. Иш кўйлагининг энг яхши ранглари қуйидагилар ҳисобланади: тўқ яшил, қаймоқ, сариқ, жигар ранг, тўқ жигар ранг, оч яшил ранг, кулранг. Иш кўйлакларига камроқ мос келадиган ранглар кўк, оч кўк, пушти, майин ҳаво ранг, рангдор қизил ранг. Бундан ташқари, ишдан сўнг, ишга тааллуқли бўлмаган учрашув ва маданий тадбирларда тўқ жигарранг ёки қаймоқ рангли кийим кийиш тавсия этилади.

Иш услубидаги кийимларда гуллар босилган, майин бўялган газламалардан ташқари кул ранг, тўқ кул рангдаги катак ва йўлакли материаллардан фойдаланиш мумкин. Геометрик фигуралар туширилган газламалардан иш кнйимларида фойдаланиш керак эмас.

Аёллар иш кийимларига бир хил рангдаги жакет ва кўйлак жуда мос тушади. Блузка ёки блозер билан кўйлак рангидан ажралиб туриши шарт. Ишга умуман свитир кийиш керак эмас.

Қуйидагилар аёллар учун маслаҳат эмас, балки мажбурий талабдир:

– соч турмаги ва оёқ кийими доимо тартибли бўлишини таъминлаш;

– маъносиз причёскалардан, сочларни оддий бўлмаган бўяшлардан йироқ бўлиш;

– косметикадан меъёрида фойдаланиш;

– духи нозик ва қимматбаҳо бўлса-да, ҳиди зўрга сезиларли бўлсин.

Кўз ойнак тақганда оправаси пластмасса ёки суякдан тайёрланган ўрта размерда бўлгани маъқул.

Сарғиш одамлар сочи рангига қараб оправани танлаши керак, сариқ одамларнинг эса кўз ойнаги оправаси рангги соч ранггидан йироқ бўлиши шарт. Улар учун энг қўлай оправа

жигарранг. Қора, ярим қора кўз ойнаклар ва металлдан ясалган оправали кўз ойнаклардан фойдаланмаиг. Улар аёлларга савлат бағишласа-да, уларда одамларни жалб қилиш қобилиятини сусайтиради. Шунинг учун ишда кўз ойнак тақиш, бошқа вақтларда эса контакт линзаларидан фойдаланганингиз маъқул.

Якка ишбилармон аёлга бериладиган маслаҳат:

Иложи борича кам тақинчоқ, шунча яхши. Тақинчоқ маълум бир мақсадда ёки функцияга қаратилиши мумкин. Катта тош кўзли яққол ташланувчан ҳалқа (кольцо) тақмаган маъқул. Соат содда, унча катта бўлмаган размерда ва маълум бир миқдорда эркакларникига хос бўлгани яхши. Зонтикни ўта ялтироқ бўлмаган гуллилигидаи фойдалангаилик маъқул. Ҳар қандай тадбирларда ручка ва қалам бўлиши шарт. Ручка ишончли бўлиши учун, уииг пероси олтин бўлгани яхши. Раҳбар ҳеч қачон оддий, арзон ручкадан фойдаланмаслик керак. Бу бир томоидан қараганда бачканалик бўлса-да, унинг салоҳиятига (мавқеига) салбий таъсир этади. Энг қулай предмет, бу визитка (атташе-кейс): оддий тўқ жигарранг теридан тайёрланган ва ялтироқ металл тақинчоқларсиз. Агар киши сумкадан фойдаланадиган бўлса, бу сумка теридан тайёрлангаи, юқори сифатли бўлгани мақсадга мувофиқдир.

Кармон ва қоғоз солиш сумкасини бир хил ранглилиги безаксиз бўлиши мақсадга мувофиқдир.

12.4. Тадбиркор иш жойини ташкил этиш

Энди ишбилармон одам иш жойи қандай бўлнши тўғрисида тўхталамиз. Ташкил этилган ҳолат фақатгиина ходимниг иш қобилиятини оширибгиина қолмай, унга маълум бир қиёфа, айрим ҳолатларда савлат ва ишонч туғдиради. Бу катигория бизнесда охирги ролни ўйнамайди. Чунки одамлар яхши шароитдаги мақсадга қаратилган ишдан қониқиш ҳосил қиладилар.

Эиг яхшиси кабиетни безашда дизайнерлар хизматидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Шундай фирмалар мавжудки, улар мебелларни хоналар бўйича оқилона жойлаштириш тўғрисида бир неча вариантда компьютер программалари ва ҳисобларини тайёрлаб берадилар. Уларга ушбу масала бўйича мурожаат қилиш мумкин. Агар ишбилармои ўзи шуғулланмоқчи бўлса, биринчи навбатда мебелларни тўғри жойлаштириши керак. Столии шундай жойлаштириш керакки, дераза уиинг чап томонида қолсин. Доимий равишда фойдала-

надиган барча буюмларини девор қирғоғига қўшимча стол ўрнатиб жойлаштириш лозим.

Офисларнинг ҳозирги замон мебеллари қуйидаги кўринишда бўлгани маъқул: стол ўта баланд бўлмаган (1,5 метрдан ортмаслиги) катта доира шаклида қирғоқли ва ғилдиракли кресло.

Сўнг хонанинг ранг безагини ўйлаш керак. Бу ишлаётган одамга ёруғликни яхшилабгина қолмай, яхши кайфият ҳам бағишлайди. Оч кўк ва ҳаво рангларни танлашга маслаҳат берилмайди. Агар ишлаётган кабинетда қизил ранг ортиқ бўлса, тез толиқади, қабулга келувчилар ўзларини ёмон ва ишончсиз тутадилар. Кабинетда нохуш ҳолат ҳукмронлик қилаётгандай сезилади. Энг яхшиси яшил рангдан фойдаланганлик маъқул. Хонанинг муҳитига мос ва табиатини ҳисобга олувчи расмларни осиб қўйиш яхши. Ўзини шиори ёки 2-3 та яхши маслаҳатларни ҳам осиб қўйиш мумкин.

Офиснинг мажбурий детали бу яшил дарахтлар ҳисобланади. Бу ерда энг яхшиси сунъий дарахтдир. Бу кабинетни безайди ва маълум кайфият яратади. Ҳар қандай шовқинлардан сунъий муҳофаза қилишга интилмаслик керак. Бунда фақат тескари самара олинади: тез чарчайди, иш унумдорлиги паст бўлади. Товушли жиҳозлашга ҳам қайгуриш яхши. Социологик изланишлар бир неча "меню" яратдики, бир неча товушларии жамлаш, ақлий меҳнатдан толиқишни енгишга ёрдам берар экан. Масалан, энг кенг тарқалган композиция қуйидагилар ҳисобланади: тоғ дарёлари сувини шарқи-раши, денгиз тўлқинлари жилоси, ёмғир товуши, ўрмон қушларини сайраши, асалари товуши ва ҳоказолар. Буларни ҳаммасини товуш ёзувчи аппаратлар ёрдамида қайта яратиб олиш мумкин.

Хонада ҳаво тозалагични бўлиши шарт эмас, бўлса яхши. Уни аквариум яқинига жойлаштириш керак.

Ўта қиммат мебеллар билан кабинетни жиҳозлаш, иш вазияти яратишга ёрдам бермайди, ташриф қилувчиларда маълум бир ишончсизлик уйғотади холос.

Бу борада бир неча фойдали маслаҳатлар берамиз:

- гулни столга қўйилмайди, у котиба қабул хонасида бўлгани мақсадга мувофиқдир.

- кабинетдаги шкаф ичида алмаштириш учун доимо костюм туриши керак (у кўринарли бўлмасин);

- кресло ўта юмшоқ бўлмасин, ўтирган одам унда кўринмай қолмаслиги мумкин;

- агар кулдон ушлаб турилса, аёллар хонасида кичикроқ, эркаклар хонасида каттароқ бўлсин;

- расмлар ва бошқа хона безаклари нейтрал бўлишини таъминлаш лозим. Қолган барчаларини табиати ва заруратига қараб олиш мумкин.

13. Кичик бизнесда қабуллар ўтказиш қоидалари

13.1. Расмий ва норасмий қабуллар

Ишбилармонлик дунёсида расмий ва норасмий қабуллар ўтказилади. Расмий қабуллар, одатда йирик кўргазмалар, конференциялар очилиши ва савдо шартномалари имзолаш даврларида уюштирилади. Норасмий қабулларга иш юзасидан ўтказиладиган нонуштапар, кундузги ва кечки қабуллар киради.

Нонушта, одатда соат 8^{00} га белгиланади ва бир, бир ярим соат давом этади. Стол олдиндан тузатилади. Нонуштада сок, мевалар, творог, нишлоқ, колбаса, ёғ, нон, чой ёки кофе тановул қилинади.

Кундузги қабуллар соат 12^{00} да меҳмонлар жўнаб кетиши олдидан ўтказилади. Тадбир қарийб 1 соатгача давом этади.

Иккинчи нонушта "Ланч" соат 12^{00} ва 14^{00} оралиғида ўтказилади. "Ланч" даврида газаки ва асосий овқат тортилади, айрим ҳолларда газаки ўрнига шўрва тортилиши мумкин. Ланч вақтида спиртли ичимликлардан воз кечиш мақсадга мувофиқдир.

Кечки қабулларга коктейл, фуршет, расмий тушлик, чой, журфикс киради.

Фуршет французча сўз бўлиб, "вилка" маъносини англатади. Бу тадбирда кўп миқдорда газаки ва спиртли ичимликлар тортилади. Бу қабуллар одатда соат 17^{00} ва 19^{00} оралиғида хоҳлаган вақтда ўтказилади. Столга ўтирилмайди ва бир, бир ярим соат давом этади. Мезбон меҳмонларни биринчи ўттиз дақиқасида (минутда) кутиб олади. Агар меҳмон кеч қолган бўлса, мезбонни ахтармай залга киради. Ўз таниш билишларингизни топади ва меҳмон бўлади, суҳбатлашади. Агар меҳмон кетмоқчи бўлса, билдириб, аста чиқиб кетиши мумкин. Бундай қабулларга аниқ шароит ва таклифнома кўрсатмасига қараб костюм ёки смокинг кийиш мумкин.

Қабулнинг асосий тури "тушлик" ҳисобланади. У расмий ва норасмий тушлик ва кечки овқатга бўлинади.

Расмий тушлик соат 20^{00} га белгиланади. Меҳмонлар аниқ белгиланган соатга келиши шарт. Уй эгаси ва бекаси меҳмонларини кутиб олади, қўл бериб кўришади.

Мезбонга таништириш шарт эмас, ўз юрти ва фирмани номини айтса, бас. Катта қабулларда олдиндан рўйхат тузилади, таклифномалар тарқатилади. Унда номи ва жой номери кўрсатилади. Тушлик икки ярим соат давом этади. Қабулнинг биринчи соатида меҳмонлар ўзларини стол атрофига ўтказадилар. Қолган вақтни меҳмоихонада ўтказади. Мажбурий кийим эркаклар учун қора костюм, аёллар учун тунги кўйлак.

Кечки овқат соат 21^{00} да бошланади. Айрим ҳолларда унинг бошланишини 22^{00} ёки ундан кейинга ҳам суриш мумкин. Тушликдан у фақат бошланиш вақти билан фарқ қилади, холос.

"Обед-буфет" тушлик ва кечги овқат сингари унчалик расмий анъанага эга эмас. Улар уйда ёз вақтларида эса кўчада ўтказилади. Стол тузалади, унга ҳар хил таомлар, газаки ва спиртли ичимликлар тортилади. Ҳар бир таклиф этилган меҳмон ўз тарелкасига таомларни, газакни ўзи солиб олади. Бу ерда тўрт-олти кишига мўлжалланган столларга ўтирадилар. Бундай қабуллар, концертлар, фильмлар, намойишидан сўнг ва рақс кечалари танаффуси оралиғида ўтказадилар.

"Чой" одатда уй бекаси томонидан, хўжайиннинг меҳмони шарофатига ўтказиладиган тадбир ҳисобланади.

"Журфикс" норасмий қабулларнинг бир тури ҳисобланиб, юқори амалдор шахсларнинг ҳотинларини куз ва қиш ойларида ҳафтанинг аниқ бир кунининг, маълум соатида ташкил этиладиган тадбирларидир. Тадбирга таклифнома мавсум бошида жўнатилади ва доимий равишда мавсум тугагунга қадар давом этади. Одатда, тадбир томоша ва адабиёт кечалари тариқасида ўтказилади. Журфиксни чойдан фарқи қолмайди. Айтайлик, бу ўтиришга олдиндан келишилган бўлса, эркакларни ҳам таклиф этиш мумкин.

13.2. Расмий ва норасмий қабуллар ўтказиш тартиби

Агар қабул ташкил этиш режалаштирилган бўлса, у қайси шаклда бўлишидан қатъи назар алоҳида тайёргарликни талаб қилади. Бу ерда аввал қабул турини аниқланади. Сўнгра тадбирни ўтказишдан кўзланган мақсад, ўтказиладиган жойи, меҳмонлар рўйхати, таклифномаларни тарқатиш тартиби, столлар жойлашуви режаси, уларни жиҳозлаш, меню, айтиладиган тост, нутқлар ва хизмат кўрсатиш масалалари билан шуғулланилади. Шуни назарда тутиш керакки, қабул байрам кунлари ўтказилмайди. Меҳмонларга 1-2 ҳафта олдин таклифнома жўнатилади. Таклифнома типографик усулда тайёрланади. Исм ва фами-

лия қўл ёки машина ёрдамида ёзилади. Олдин ҳар бир таклиф этилувчига оғзаки маслаҳат солиб кўрилади, рози бўлса таклифнома жўнатилади. Расмий шахслар ва таниқли арбобларга таклифномани курьер орқали жўнатиш мақсадга мувофиқдир. Катта эътиборни меҳмонларнинг жойлашувига қаратиш зарур. Бу масалада ҳар бир меҳмоннинг хизмат ва ижтимоий ҳолатини қаттиқ назарда тутиш лозим. Уларнинг столдаги жойларини ҳисобга олиш зарур. Зал ёки меҳмонлар тўпланадиган жойда кичик бир столга меҳмонларни жойланиш режаси қўйилган бўлсин. Эркаклар қабулида энг ҳурматли меҳмонлар мезбоннинг ўнг томонида, аёллар қабулида эса энг ҳурматли меҳмонлар мезбоннинг чап томонидагилар ҳисобланади. Уй эгасидан узоқлашув даражасига қараб насайиб боради. Барча қабулларда уй эгаси ва уй бекаси меҳмонлар билан бир қаторда ўтиради. Эркаклар қабулида энг ҳурматли меҳмонга столни мезбоннинг қарама-қарши томони тавсия этилиши мумкин. Агар қабулда аёллар иштирок этаётган бўлса, уй эгаси ва уй бекаси столниинг қисқа қарама-қарши томонига жойлашади. Қолган бошқа барча ҳолатларда бир-бири билан ёнма-ён ўтиришади.

Қабул даврида барча меҳмонлар учун қизиқарли бўлган воқеа ва ҳодисалар ҳақида гап олиб бориш керак. Иложи борича иш юзасидан суҳбатлашув, тортишувлардан йироқ бўлишга ҳаракат қилиш лозим. Чунки, юқоридаги ҳолат ҳаммага хурсандчилик олиб келавермайди. Агар барча иштирокчилар рози бўлса, иш юзасидан суҳбат олиб бориш мумкин.

Музокара давомида ёки у якунлангандан сўнг партнёрни тушлик ёки кечки овқатга таклиф этиш яхши одат. Олдиндан, у билан доимо узвий алоқада бўлса, уйга фақат кечқурун таклиф этилади.

Бу ерда хатога йўл қўймаслик даркор. Барча мамлакатларда яхши одат аниқликнинг белгиси ҳисобланади. Қабулга 15 дақиқагача кечикиб келишга рухсат этилади. Ундан узоқ вақт кеч қолиб кетиш ўта қўпол ҳурматсизлик ҳисобланади. Агар кечикиб боришингизга узрли сабаб бўлса, олдиндан огоҳлантириб қўйилади, кечирим сўралади. Муддатдан олдин келиш ҳам яхши одат эмас, мезбонларни ноқулай ҳолатга тушириб қўйиши мумкин. Мезбонлар қабул қилишга тайёр эмаслиги ҳақида очиқ айтишлари ҳам мумкин.

Бу ерда ҳурмат юзасидан совға ёки гул олиб келиш ва қўлини ўпиб қўйиш яхши бўларди. Бу шартни бажаришда ўта эгилиб юборилмайди, аёл қўлини аста кўтариб эҳтиётқорлик билан ўз лабига теккизилади. Қабулни эртасига ёзма ёки теле-

фон орқали тунни яхши ўтказганлиги ҳақида мезбонга миннатдорчилик билдириб қўйишни унутмаслик лозим.

Меҳмонларни столга жойлаштириш тартиби қуйидагича: Энг эътиборли меҳмон уй бекасининг ўнг томонига, энг эътиборли меҳмоннинг оиласи уй эгасининг ўнг томонига жойлашади. Қолганлари лавозими, ёши бўйича битта эркак битта аёл тарзида жойлашадилар.

Умуман расмий ёки уйдаги барча қабулларда иштирок этишда ўзини тутишнинг асосий қоидаларига амал қилиш қуйидагича:

Эркаклар: оёқни алмаштириб ўтирмайди, шимни пайпоқ даражасидан юқорига кўтармайди; оёқни очиқ қисми кўринишига йўл қўймайди;

Аёллар: ўтирганда кўйлак ва юбкани кўтармайди, паст креслога ўтирганда оёқни алмаштирмайди. Тиззани бир-бирига жуфтлаган ҳолатда бир томонга қаратиб, оёқни бир жойда ушлаб туради.

Машинага ўтириш пайтида аёллар олдин ўриндиққа ўтириб олиб, сўнг оёқни олиб киради. Тушаётганда олдин оёқни асфальтга қўйиб олиб сўнг ўриндиқдан қўзғалади.

Қабулнинг бош қоидаларидан бири, бу аниқлик, нафақат ўз вақтида келиши, балки, чиройли, ўз вақтида кузатилиши ҳамдир. Энг яхшиси "инглизча" ҳеч кимга халақит бермаган ҳолда туриб кетиш ва шошилмаслик. Бу ерда уй эгаси ва уй бекаси билан хайрлашиш мумкин.

Агар қабулга биринчи бўлиб, лавозими бўйича кичик мансабдор шахслар, сўнг катталар келса, кузатилиш пайтида унинг тескариси, катталар кичик мансабдагилардан олдин туриб кетадилар. Ҳаммаси бир вақтнинг ўзида эмас, аста-секин тарқалади. Одат бўйича уй эгаси ва уй бекаси билан хайрлашилади, қолганларга аста таъзим қилиб қўйиш кифоя.

Ишбилармонлик дунёсида совға қилиш одат тусига кириб қолган. Сувенирлар совға қилинади ёки фирма белгиси бўлган буюмлар. Ўлчамини билиш ва меъёрини сақлаш шарт. Шундай нарсани совға қилиш керакки, у ҳамкасб (шериги) диди ва табиатига мос келадиган бўлиши керак. Бу билан ўзинини шахсий муносабатини белгиси эканини ифодалайди.

Иш юзасидан четга боришларда бадиий буюмлар совға қилиш яхши. Масалан: китоб, идиш-товоқлар, ҳар хил расмлар ва кўкрак нишонлари ва ҳоказо. Етарли даражада алоқада бўлиш мақсадида миллий ичимликлар, ширинликлар, ҳар хил буюмларни совға қилиш мумкин. Ҳеч қачон оёқ кийими, кўйлак, шляпа, парфюмерия совға қилмаслик керак. Бундан галстук истисно.

Совға беришда одобни сақлаш, қисқа чиройли тилакларингизни билдириш, ҳазиллашиш мумкин.

Агар сизни уйга таклиф қилса, энг яхши совға бу жонли гул. Уни фақат махсус ўралган ҳолда топширилади.

Ўта қимматбаҳо буюмлардан ташқари ишлатилган буюмларни совға қилинмайди.

Совғани тўғри қабул қилиб олиш керак. Миниатдорчилик билдирилади, зарурати бўлса яхши ўраб олинади. Бу билан совға берувчига бўлган муносабати ёки қониққани билинади.

Агар совғани биров орқали бериб юборилган бўлса, дарҳол олиши билан телефон ёки қисқа хат орқали миннатдорчилик билдирилади.

Совға ноқулай ҳолатга тушириб қўйса, ўта юқори қимматга эга бўлса ва совға берувчи олдида қарздорликни сезса совғадан воз кечиши мумкин. Аммо совғани қайтариш даврида хурсанд эканлигини ва қайтариш сабабини батафсил тушунтириш керак бўлади.

13.3. Норасмий қабулларда кийиниш маданияти

Энди бир неча маслаҳат норасмий қабулларда қандай кийиниш тўғрисида.

Эркаклар кундузги норасмий қабуллар, масалан, коктейл ёки нонушта (завтрак) бўлса, ялтироқ бўлмаган ҳар қандай костюм кийиши мумкин. Соат 20^{00} дан кейин бошланадиган тунги сеансларга тўқ қора костюм кийишни тавсия қилади. Агар таклифномада айтилган бўлса, фрак ёки смокинг кийиши мумкин. Ҳар қандай қабулларга оқ кўйлак кийиш ва ярқироқ бўлмаган бўйинбоғ тақиш мумкин. Қора бўйинбоғ фақат мотам белгиси сифатида тақилади. Раигли ва трикотаж кўйлакларга бўйинбоғ тақиш рухсат этилмайди.

Пайпоқни қора ёки жигар ранглисини кийишга маслаҳат берилади, энг қулай оёқ кийим-қора рангли чарм туфлилардир.

Ёзда рангли костюмларга, рангли туфли кийиш мумкин. Фақат смокингга лакланган туфли кийилади. Шляпани ёз ва баҳор ойларида ранглисини, қиш ва куз ойларида тўқ қорасини кийиш тавсия этилади.

Аёллар эрталабки ва кундузги қабулларига шойи ёки жун материаллардан (шерстдан) таёрланган ўртача узунликдаги кўйлак ёки кўйлак костюм кийиши мумкин. Шойи-фетрадан тайёрланган унча катта бўлмаган шляпа. У қабул вақтида

ечилмайди. Бундан ташқари, шойи қўлқоп кийиши ҳам мумкин. Ўзи билан чарм ёки замшдан тайёрланган сумка олиши тавсия этилади.

Тунги (кечки) қабулларга ўта очиқ ва чиройли ўртача узунликдаги кўйлак кийиши тавсия этилади: тунги кўйлак сифатида тўқилган қўлқоп билан шойи кийиш мумкин.

Агар кўйлак енги калта бўлса, қўлқоп шунча узун бўлиши ёки унинг акси бўлиши мумкин. Сумка шойи ёки парчадан бўлиши керак.

Туфли чарм ёки замш бўлиши, товон баландлиги эса ҳар хил бўлиши мумкин. Шляпа кийилмайди. Ўта кўп тақинчоқлар тақишга маслаҳат берилмайди.

Одамларнинг кийиниши ташқи қиёфасидан ташқари ишда муваффақиятга эришиши товуши ва ўзини тута билишига ҳам боғлиқдир.

Агар ташқи қиёфада камчилик бўлса, тузатилиши ва одамлар томонидан кечирилиши мумкин, аммо сўзлашдаги камчиликлар доимо эшитиш қобилиятини бузади. Ёқимли товуш, уни чиройли айтилиши, гапни тўғри тузилиши атрофдагиларда яхши таассурот қолдиради. Сўзлаётган одам нерв системасини тинчлантиради, унга ишонч беради, кайфиятини яхшилайди, ўзига яраша қиёфа бағишлайди.

14. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда банкротлик

14.1. Иқтисодий инқироз сабаблари

Иқтисодиётимизда тадбиркорликка кенг йўл очиб берилиши, мулкчилик шаклларини такомиллашуви ва рақобатни юзага келиши оқибатида айрим корхоналар тўлов қобилиятини йўқотиш ҳолатларига дуч кела бошлади. Айниқса, мустақилликнинг бошланғич даврларида улар сони кескин ортиб борди.

Корхоналарнинг иқтисодий инқирозга юз тутишларининг асосий сабаблари қуйидагилар ҳисобланади:

– Хўжалик комплекси ягоналиги бузилиши (Собиқ Иттифоқнинг тарқалиши).

– Техник жиҳатдан қолоқлик оқибатида ишлаб чиқаришни кескин пасайиб кетиши.

– Кўзда тутилмаган баҳони эркинлашуви ва пулнинг қадрсизланиши.

Юқорида айтиб ўтилган сабаблар ва кўзда тутилмаган ишлаб чиқариш тузилишидаги ўзгаришлар, сиёсат натижасида мамлакатнинг саноат ишлаб чиқариш имкониятлари издан чиқди.

Корхоналарнинг самарасизлигига, ўз фаолиятига боғлиқ бўлган субъектив сабаблар ҳам мавжуд эди.

Булар жумласига:

– самарасиз корхона бошқарув тузилишидан фойдаланиш;

– асоссиз йўқотишлар ҳисобига кўрилган зарарлар (жарима) ортиши;

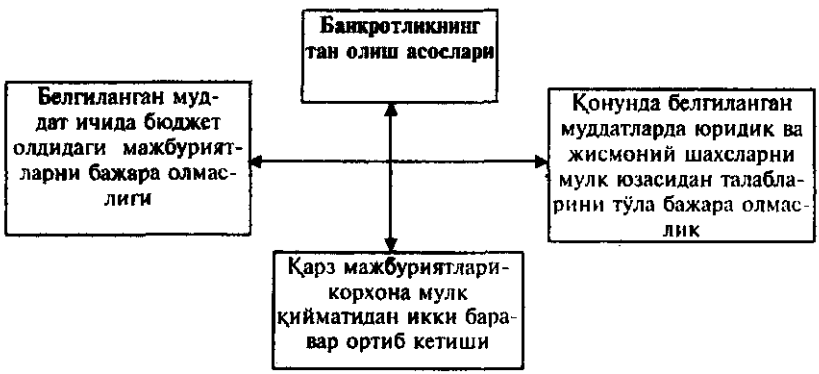
– тўлов тартиби бузилиши мунтазам равишда бузилиш ҳолатлари;

– муомала харажатлари кескин ортиб бориши;

– баҳони шакллантиришдаги кутилмаган сиёсат олиб борилиши.

Юқоридагиларнинг барчаси фаолиятни тўғри ташкил эта олмаган корхоналарни банкротлик ҳолатига дуч келишига олиб келди.

Ҳозирги кунда қуйидаги ҳолатларда корхоналарнинг банкротлиги тан олинади. (25-чизмага қаранг).



25-чизма. Банкротликни тан олиш асослари.

14.2. Банкротликдан олиб чиқиш стратегияси ва тактикаси

Ҳар қандай самарасиз ишловчи корхонанинг раҳбари эртами-кеч, корхонанинг иқтисодий инқироздан олиб чиқиш ва

охирги натижада рақобатбардошликни таъминлаш стратегияси ва тактикасини ишлаб чиқади.

Корхона бошқаруви ҳайъати асосий стратегик йўналишни ишлаб чиқишда иккита асосий ҳолатга эътиборини қаратиши лозим бўлади.

Биринчидан: корхонанинг иқтисодий ҳолатини таҳлил этиш, самарасизликнинг ички сабабларини аниқлаш.

Иккинчидан: бозорни ўрганиш натижаларига таяниш, харидорларни аниқ сўровлари ва эҳтиёжларига мос товарлар ишлаб чиқиш.

Бу ўз навбатида маркетинг хизмати заруратини келтириб чиқаради. Мутахассисларни фикрича, бугунги кунда маркетингни юзлаб тушунчаси мавжуд бўлиб, у фикрлаш, ҳаракат концепция ва ҳар хил фаолият мажмуидир.

Корхона раҳбарлари ўз ишларини маркетингнинг учта асосий тамойили бўйича ташкил этиши мақсадга мувофиқдир.

– Харидор талаб қилган товарни ишлаб чиқариш, ўзингиз ишлаб чиқариш имконияти бўлганини эмас.

– Харидорни алдаш, корхонанинг навбатдаги муваффақиятсизлиги бош сабабидир.

– Харидор бир турдаги маҳсулотлар орасида танлаб олиш ҳуқуқига эга бўлиш имконияти мавжудлиги.

Шу билан бир қаторда рақиблар ва истеъмолчилар ҳуқуқларини эсда тутмоғимиз керак.

Шу асосда корхона бошқаруви ходимлари маркетинг тадқиқотларини қуйидаги тартибда ишлаб чиқаришга татбиқ этишлари керак бўлади.

Биринчидан: Сизнинг товарингизни имкониятли истеъмолчилари жойлашган бозор сегменти ўрганилади.

Иккинчидан: товар сифати ва бозордаги сервис хизмати ҳолати ўрганилади.

Учинчидан: товарларни истеъмолчиларга етказиб бериш ҳолатлари аниқланади.

Тўртинчидан: истеъмол баҳосини тўғри шакллантириш зарур ҳисобланади. Шуни унутмаслик керакки, ўта паст баҳо бозорни тез эгаллайди.

Корхона раҳбарлари юқоридагилардан келиб чиқиб, бозорни забт этиш ва иқтисодий тангликни бартараф этиш стратегиясини ишлаб чиқадилар.

Кризисдан чиқишнинг асосий йўналишлари	
Ишлаб чиқаришни ташкил этиш янги технологияни жорий этиш ва корхона ташкилий тузилишини қайта кўриш	Тўловсизлик кризисини бартараф этиш
Молия ҳуқуқий дастаглардан фойдаланиш	Маҳсулот тан нархининг пасайтириш
Ишлаб чиқарилган маҳсулотлар бўйича баҳони шакллантиришни такомиллаштириш	Корхонанинг катта солиқ тўловларидан иложи борича сақланиш
Инвестицияли солиқ кредитидан фойдаланиш	Кадрлар масаласини ҳал этиш

26-чизма. Кризисдан чиқишнинг асосий йўналишлари.

Бу масалани ҳал этишнинг асосий йўллари акциялар чиқариш ва лизинг хизматларидан кенг фойдаланиш ҳисобланади.

Бозор иқтисодиёти шароитида корхона фаолиятини бошқаришнинг асосий тамойилларидан бири хўжалик ҳисоби, ўзўзини молиялаштириш ҳисобланади. Бу корхонани фойдалилиги билан баҳоланади. Шундай экан, фойда ортишининг бош омили ишлаб чиқариш харажатларини камайтиришдир. Бежиз эмас Республикамиз Президенти И.А.Каримов 2001 йил якунларига баҳо бера бориб келгусидаги бош вазифамиз тежамкорлик, деб таъкидлаши. Таннархнинг пасайиши барча манбалардан оқилона фойдаланиш эвазига эришилади, яъни материал, молия ва меҳнат манбалари.

Бу ерда раҳбарнинг асосий вазифаси қуйидагиларга эътибор бериш ҳисобланади:

- материал харажатларни камайтириш;
- меҳнат ва иш ҳақи сарфларини камайтириш;
- машина ва қурилмалардан самарали фойдаланиш;
- транспорт харажатларини камайтириш;
- хизмат сафари харажатларини камайтириш ва ҳоказо.

Баҳонинг тўғри шаклланиши ишлаб чиқаришни ривожланишигагина олиб келмай балки корхона молиявий ҳолатини яхшилашнинг бош омили ҳам ҳисобланади. Бу раҳбардан баҳони белгилашда махсус усуллардан фойдаланишни тақозо этади. Ушбу усуллар қуйидаги босқични ўз ичига олади.

- масалани тўғри қўйилиши;
- имкониятли талаб миқдорини тўғри аниқланиши;
- рақиблар товарлари, баҳоси таҳлили;
- баҳони шакллантириш усулини тўғри танланиши;

14.3. Кичик бизнес субъектларини банкротликдан олиб чиқишнинг асосий йўллари

Ишлаб чиқаришни ташкил этиш, янги технологияни жорий этиш ва корхона ташкилий тузилишини такомиллаштириш тангликдан олиб чиқишнинг муҳим вазифаларидан бири ҳисобланади. Шунинг учун ушбу масала корхона бошқарув ҳайъати диққат марказида туради. Мақсади ишлаб чиқариш жараёнини тўғри ташкил этиш, ортиқча сарфга йўл қўймаслик илғор технологияга эга бўлиш асосида бозорда ўз ўрнини топишидир.

Кичик бизнес корхоналарининг иқтисодий инқирозининг кўринишларидан бири тўловсизлилик кризиси ҳисобланади.

Тўловсизлик кризиси — умумиқтисодий кризиснинг ажралмас қисми ҳисобланиб унинг бартараф этилиши иқтисодиётни барқарорлашувига олиб келади. Бугунги кунда кўпчилик корхоналаримиз тўлов қобилиятини вақтинча йўқотган ҳисобланмоқда.

Бунинг асосий сабаблари:

– иқтисодиётни шакллантириш шартларидаги мавҳумлик;

– солиқлар ўсиши ва баҳони эркинлашуви эвазига корхона молиявий ҳолатини ёмонлашуви;

– ҳаракатдаги ҳисоб-китоб механизмининг самарасизлиги.

Демак, бу ҳолатда корхона тўловсизлик кризисини бартараф этиш юзасидан аниқ дастурлар ишлаб чиқишга ҳаракат қилди. Баҳолаш мезони бўлиб қисқа давр ичида корхонани тўлов қобилиятини тиклаш ҳисобланади.

Бу борада мақсадли дастурлар ишлаб чиқилиши ижобий самара беради. Дастурда ҳисоб-китобнинг илғор шакллари ва улардан фойдаланиш тартиби ўз аксини топади. Масалан: олдиндан тўлов аккредитив шаклларни жорий этиш ва банкларнинг факторинг хизмат кўрсатишидан фойдаланиш.

Ҳозирги кунда факторинг операцияари тижорат банклар томонидан актив олиб борилмоқда. Масалан, ихтисослашган банк филиалларни ташкил этиш орқали. Ушбу операциялар буюртма асосида маҳсулот етказиб берадиган, шу жумладан, машина ва қурилмалар ишлаб чиқарадган корхоналар учун биринчи муваффақиятли иш юритишни таъминлайди.

Корхона иқтисодий фаолиятини турғунлаштиришнинг яна бир йўналиши молия-ҳуқуқ дастагларидан (ричаг) фойдаланишни яхшилаш ҳисобланади.

– якуний баҳони белгилаши.

Бу ерда ҳолатни атрофлича таҳлил этиб, самарали баҳо белгилаш усулини танлаб олиш зарурдир. Ишлаб чиқариш харажатлари базасида баҳо белгилаш, тўла харажат базасида баҳо белгилаш каби усуллар ҳозирда кенг қўлланилади.

Барча жаҳон мамлакатлари сингари Республикамизда ҳам мустақиллик йилларида янги солиқ тизими жорий этилди. Шунга асосан барча корхона ва ташкилотлар қонунда белгиланган тартибда солиқ тўлай бошладилар.

Тадбиркорликда шундай ибора борки, бу "Айёрлик қилиш мумкин, аммо ўғирлаш мумкин эмас". Демак корхона катта солиқ тўловлари даражасидан иложи борича қонун доирасида сақланишга ҳаракат қилишга ҳақлидир. Буларга:

– жадаллаштирилган амортизация тизимидан кенг фойдаланиш;

– меҳнатга ҳақ тўлашни норма даражасига олиб келиш;

– кичик корхоналар хизматидан фойдаланиш. Ҳозирда корхона қошида кичик корхоналар очиш рухсат этилган. Айрим янги очилган корхоналарга солиқ бўйича катта имтиёзлар берилган;

– кашфиётчилик ва рационализаторлик ишларига сармоя ни жалб этиш;

– акция ва қимматбаҳо қоғозларни реализация қилиш, жадаллаштириш;

– техник қайта қуроллантириш ва реконструкцияга маблағларнинг асосий қисмини йўналтириш;

– янги фаолият турлари ва бозорлар ҳақида ўйлаш;

– товар алмашинувининг илғор турларидан фойдаланиш, яъни бартердан кенг фойдаланиш.

Инвестицион солиқ кредитидан фойдаланиш дейилганда, давлат органлари томонидан солиқ тўловларида вақтинча тўлов муддатини узайтириш тушунилади.

Россия Федерациясида ушбу тизим рўйхатидаги одамлар сони 200 кишидан кам бўлган корхоналарда кенг қўлланилмоқда.

Шу жумладан:

– саноат ва қурилиш 200 кишигача.

– фан ва фанга хизмат кўрсатувчи соҳаларда 100 кишигача.

– бошқа ишлаб чиқариш соҳаларида 50 кишигача.

– бошқа унумсиз соҳаларда 15 кишигача.

Солиқ кредити бериш механизми давлат органлари томонидан аниқланади. Ушбу механизмни яратишда давлат иқтисодий сиёсати бош мезон бўлиб хизмат қилади.

Корхоналарни кризисдан олиб чиқишнинг муҳим йўналишларидан бири, кадрлар масаласини ҳал этиш ҳисобланади ва охирги йилларда ўта долзарб масалага айланиб бормоқда.

Тўғри охирги йилларда иқтисодий тангликка тушиб қолган корхоналар харажатларни тежаш мақсадида ишчилар сонини қисқартиради, бу ҳам ўта тўғри йўл эмас. Вақти келса, қимматга тушувчи хато бўлиши ҳам мумкин.

Банкротликдан чиқиш йўллари

Ҳеч бир тадбиркор, ўз фаолиятини суғурта қилган бўлса ҳам, танглик (банкротлик) ҳолатидан кафолатланмаган. Шунинг учун юқоридаги ҳолатга тушиб қолганда, эсанкираб қолмаслиги зарур. Тангликдан чиқишнинг ҳар хил йўллари бор. Улар билан таништирамиз:

– бизнесни ишлаб чиқариш ташкилий тузилишини қайта кўриб чиқиш;

– тўлов қобилияти йўқлигини бартараф этиш;

– молиявий-ҳуқуқий дастаглардан фойдаланиш аҳоли пулини жалб этиш, лизинг имкониятлардан фойдаланиш;

– ишлаб чиқариш харажатларини камайтириш ҳисобига маҳсулот таннархи пасайишига эришиш, меҳнат, молия ва материал манбаларидан оқилона фойдаланиш;

– баҳо сиёсати, яъни харидор эътиборини жалб этиш мақсадида маҳсулот баҳосини пасайтириш;

– юқори солиқлардан эҳтиёт бўлиш, яъни солиқ борасидаги қонунчиликни доимо кузатиб бориш, улардан иқтисодий сиёсатга мос равишда фойдаланиш.

Бундан ташқари, бизнес равнақи йўлида инвесторларга мурожаат қилиш, тажрибали тадбиркорларни ҳам сотиб олиши мумкин.

14.4. Бизнесда пул топиш қойдалари

Бозорда ўз ўрнига эга бўлиш – бу ишнинг ярми холос. Пул ишлашни билиш керак. Пул ишлашни билиш жаҳон бизнес амалиётида ишбилармон кишининг энг яхши тавсифномасидир.

Уни ўрганиш мумкин мисол тариқасида Герберт Ньютон Кэссоннинг ғоясига асосланган пул топишнинг ўнта қоидасини келтириш мумкин:

1. Пулни фақат ўзингиз яхши билган товар ва хизматларга қўйинг.
2. Тазйиқ остида пул қўйманг.
3. Пулни мулк учун сарфланг, режа учун эмас.
4. Қайта сотиш мумкин бўлган товарларга пулни сарфланг.
5. Фойда олишнинг барча имкониятларини қўлдан бой берманг.
6. Товарни баҳо тушиши жараёнида сотиб олиб, ортиши жараёнида сотинг.
7. Пулни доимо муомалада ушланг.
8. Бизнесга зарур бўлган миқдорда қарз олинг.
9. Маблағни фаолиятни юксалтириш учун олинг, мақтаниш учун эмас.
10. Қарз беришда эҳтиёт бўлинг.

IV БЎЛИМ ТАДБИРКОРЛАРГА МАСЛАҲАТЛАР, КЎРСАТМАЛАР, ЙЎЛЛАНМАЛАР

Дўстлар орттириш тўғрисида маслаҳатлар

Хулосада одамларга қандай таъсир этиш ва дўстлар орттириш тўғрисида бир неча маслаҳатлар берамиз. Бу маслаҳатлар инсонни чуқурроқ ўйлашга, мажбур этса-да, кўп қийинчиликлардан эҳтиёт қилади. Зарур бўлса, турмуш тарзингизни ва қарашларингизни қайта ўзгартиришга ҳам мажбур этади.

* * *

Бу борада инсонларга ёқишнинг олти қоидасини тавсия этамиз:

1. Юракдан бошқа инсонларга қизиқинг, ҳавас қилинг. Агар биз инсонларда ўзимизга нисбатан тасаввур ўйғотиш ва уларни ўзимизга қизиқтиришга ҳаракат қилсак, унда ҳеч қачон ҳақиқий дўстга эга бўлмаймиз. Ҳақиқий дўст сотиб олинмайди. Сиз икки ой давомида кўплаб дўстлар орттиришингиз мумкин. Агар одамлар ҳаётда ўзларидан катталарга ҳавас қилмас экан, кўп қийинчиликларга дуч келади ва атрофдагиларга ҳам зарар келтиради. Асосан, шундай одамлар орасида, омадсизлар юзага келади.

Агар биз дўстлар орттиришни хоҳласак, келинг, улар учун барча имконият ва кучларимизни сафарбар қилайлик, давр тақозосига кўра, беминнат ёрдам кўрсатайлик.

2. Яхши таассурот қолдиришнинг оддий йўли бу кулиб туришдир. Агар одамлар сиз билан мулоқотда бўлганда уларни хурсанд бўлишини хоҳласангиз, сиз ҳам ўзингиз хурсанд бўлишингиз керак. Муҳокамадан кўра мақтов ва қўллаб-қувватлаш тўғрисида айтинг. Шундай гапиринки, доимо кўнгилдагидек яхши бўлсин.

Бирон-бир кабинетга киришдан аввал, бир дақиқа тўхтанг ва унча кўп бўлмаган нарсалар ҳақида ўйланг,

тақдирдан миннатдор бўлиш туйғуси ва юзингизда кенг ясама бўлмаган кулги ҳосил бўлсин. Хонага кирганингиздан сўнг ушбу кулгу қолдиқлари ҳали сақланиб турсин. Бу барча сўзлардан жарангли эшитилади. кулги эса, "Сиз менга ёқасиз", "Сиз мени бахтли этдингиз", "Сизни кўрганимдан хурсандман" деб туради. Шунинг учун ҳам йигитлар қуйидаги ёқимтойликдан фойдаланади. Бизни кўриши билан барча йўллар билан ўз хурсандлигини ифодалайди. Шундай экан табиийки, биз ҳам уни кўрганимиздан хурсандмиз.

Хаёл кўзгусида бир томонлама, жиддий улгурувчи одам расмини чизинг, вақт ўтиб, бу ҳолат ўша одамга айлантиради.

3. Эсланг: Инсон исми барча тилларда энг жарангдор энг ширин саналанади.

Оддий одамларни ўз исми барча дунё исмларини биргаликда олгандан ҳам кўп қизиқтиради. Исмини эслаб қолиш, қололмаслик ва уни тўғри айта билмаслик жуда қўпол хатоликдир. Исмини унутиш ёки нотўғри ёзиш оқибатида ўзингизни ноқулай ҳолатга солиб қўйишингиз мумкин.

Атрофдагилар эътиборини жалб қилишнинг энг таъсирчан оддий усули — бу уларни исмларини эслаб қолиш ва тўғри айтишдир.

4. Яхши эшитувчи бўлинг. Одамлар сиз ҳақингизда гапирсалар рағбатлантиринг. Муваффақиятли ишбилармонлик муносабатларида сир йўқ. Сиз билан суҳбатлашган одамга жуда катта эътибор беринг. Бунда ҳеч қандай хатолик йўқ. Сиз яхши суҳбатдош бўлишга ҳаракат қилсангиз, эътиборли эшитувчи ҳам бўлинг. Суҳбатдошингизни бошидан охиригача эшитинг ва улар нуқтаи назаридан қарашга ҳаракат қилинг .

Буюк инсонлар айтадики, энг яхши сухандон, бу яхши тингловчидир. Яхши тинглаш хислати бошқа фазилатларга нисбатан кам учрайди. Ҳар қандай жанжалчи ва тезкор танқидчи ҳам чидамкор, мулойим ҳамдарт тингловчи олдида бўйсунади. Илон қачонки ўзи тўплаган заҳрини инсонларга сочадики, сиз унинг ғашига қаттиқ тегсангиз. Қизиқ бўлиши учун, қизиқувчан бўлиш керак.

Шундай савол берингки, суҳбатдошингиз жавоб берганлигидан миннатдор бўлсин. Ўз ва ўзлариниг ишдаги ютуқлари ҳақида гапирганларни рагбатлантиринг. Эсда тутинг. Сиз айтганлардан ҳам инсонларнинг ўз муаммолари ва камчиликлари доимо юз баробар кўпроқ қизиқтиради.

Яхши тингловчи бўлинг, ўзи ҳақида гапирганларни рағбатлантиринг.

5.Одамларни қандай қизиқтириш керак.

Ҳар доим, Рузвелт ташриф буюрувчиларни кутиш арафасида узоқ тунгача ўтирар, меҳмоиларни нима асосаи қизиқтириш тўғрисидаги материалларни кўп ўқир эди. Ёки у тушунардики, инсон юрагига энг тўғри йўл бу меҳмоннинг ҳамма нарсадаи юқори баҳоловчи ҳолати ҳақида суҳбатлашиш. Суҳбатдошингиз қизиққан нарсани гапиринг, бу суҳбат бошланишиданоқ томонлар ҳолатини белгилайди.

6.Одамларнинг эътиборини қандай тез жалб қилиб олиш мумкин?

Бу ерда инсон ҳолатини битта асосий қонуни мавжуд. Агар сиз унга амал қилсангиз, ҳеч қачон нохуш ҳолатга тушиб қолмайсиз. Ҳақиқатда ушбу қонунга амал қилиш бизга саноқсиз дўстлар ортишига ва ўзгармас бахтга эришишга олиб келса, унга амал қилмаслик ва бузиш бир умр бахтсизликка олиб келади. Бу қонун мазмуии бундай "Ҳар доим ўз суҳбатдошингиз тутган ўрнига қараб таъсир кўрсатинг. Сиз ким билан мулоқотда бўлсангиз, унинг қўллаб-қувватлашини, ҳақиқий имкоииятларингизии таи олишни хоҳланг. Бу сизга кичик бир дунёнгизда алоҳида аҳамият касб этади. Биз ҳаммамиз шуни хоҳлаймиз". Шуининг учун олтин қоидага амал қилиб, бошқаларга ҳам биз улардан нимани олишимизни, ҳар доим ва ҳар жойда айтишимиз лозим.

Ҳақиқатда барча сиз билан учрашган одамлар ўзларини қайси бир томонлари билаи сиздан юқори деб ҳисоблайдилар, сиз уларни юрагига тўғри йўл топинг.

Эмерсоннинг ҳикматли сўзини эсланг: "Ҳар қандай мен учратган одам қаидайдир муносабатда мендан юқори ва шу маънода мен ундан ўргансам бўлади".

* * *

Одамларни жалб этиш қоидалари:

Қуйидаги 12 та қоидаларга риоя қилиш одамларнииг сизга хайрихоҳлигини таъминлайди.

1. Танишув вақтида ҳеч қачон юқори келманг.
2. Душманларни қистовга олишининг ишончли йўли бундан қандай қутулишии билишдир.

3. Агар ноҳақ бўлсангиз, тан олинг.
4. Тортишув бошида дўстона муносабатда бўлинг.
5. Суҳбатдошингизни дарҳол "ҳа" деб жавоб беришга мажбур этинг.
6. Майли кўп вақт суҳбатдошингиз гапирсин.
7. Майли суҳбатдошингиз ушбу фикрни меники, деб ҳам ҳисобласин.
8. Формула, қайсики ижод қилинаётган, сиз учун янгилик.
9. Бошқаларнинг фикр мулоҳазаларига ва хоҳишларига ҳамоҳанг муносабатда бўлинг.
10. Чақириқ, ҳамманинг кўнглидагидек бўлсин.
11. Ўз ғояларингизга драматик тус бериш орқали, уни самарасини оширинг.
12. Чақириқ билан чиқинг.

* * *

Хафа ва ҳақорат қилмай одамларга таъсир кўрсатишнинг 9 та асосий қоидалари:

1. Суҳбатдошингизни кучли томонларини юракдан тан олганингизни билдириб ва уни мақтовдан бошланг.
2. Бошқаларнинг хатоларини тўғридан-тўғри эмас, балки ёндашма ҳолатда кўрсатишга ҳаракат қилинг.
3. Олдин ўзингизни хатоларингиз ҳақида гапиринг, сўнгра ўз суҳбатдошларингизни таиқид қилишга одатланинг.
4. Суҳбатдошингизга буйруқ бериш ўрнига савол беринг.
5. Одамларга ўз обрўсини сақлаб қолишга имконият беринг.
6. Одамларнинг майда ютуқларига эътибор беринг, уларни ҳар бир ютуғини таъкидланг. Ўз баҳоингизни бераётганда соф кўнгилдаи ва мақтовда сахий бўлинг.
7. Одамларга яхши шароит яратиинг, қайсики, улар ўзини оқлаб олишга ҳаракат қилсин.
8. Рағбатлантиришга интилинг. Одамларда шундай тасаввур ҳосил қилингки, улар хатоси тузатилса бўлади, шунинг учун тўғри ҳолатда кўришга хоҳишиигиз борлигини айтинг.
9. Сиз таклиф этганда, одамлар хурсанд бўлишига эришинг.

* * *

Таққосланг, ўйланг, хулоса чиқаринг

Япония бошқариш услуби	Америка бошқариш услуби
Бошқарув қарорлари бир овоздан коллектив асосида қабул қилинади	Қарор қабул қилишда индивидуал одат
Жавобгарлик биргаликда (коллектив жавобгарлик)	Якка жавобгарлик
Ностандарт мосланувчи бошқарув тизими	Қатъий шакллантирилган Бошқарув тизими
Назоратни норасмий ташкил этилиши	Аниқ шакллантирилган назорат тартиби
Жамоатчилик назорати	Якка назорат
Ходимларни ишига баҳо беришда ва лавозимини оширишда аста-секинлик	Хизмат лавозимини оширишда тезкорлик ва ходим иши натижасини тез баҳолаш
Раҳбарнинг асосий сифати "фазилати"-ҳаракатларини тартибга солиш ва назорат қилишни яхши билиш	Раҳбар бош сифат "фазилати" ташаббускорлик ва малакалилиги
Гуруҳнинг бошқаришига қаратилганлик	Айрим шахсларни бошқаришга қаратилганлик
Бошқариш натижаларини коллектив орасидаги жипслик ва коллектив натижаларига қараб баҳолаш	Бошқарувни якка натижаларига асослаиган ҳолда баҳолаш
Қўл остидаги ходимларга шахсан норасмий муносабатда бўлиш	Қўл остидагиларга расмий муносабатда бўлиш
Хизмат лавозимини ёши ва иш стажига қараб ошириш	Шахсий натижаларига ва иш қобилиятига асосланиб ошириш
Универсал раҳбарни тайёрлаш	Қисқа мутахассисликлар бўйича раҳбарлар тайёрлаш
Меҳнатга ҳақ тўлашда коллектив натижалари ва иш стажини ҳисобга олиш	Якка эришган ютуқларга қараб меҳнатга ҳақ тўлаш
Фирма раҳбарларини узоқ муддатли бандлиги	Қисқа вақтга ишга ёллаш

* * *

Ўзингизни текширинг

Тест:

Қанчалик сиз ўзингизни ишингизни уддалай оласиз?

Ўз-ўзини баҳолаш баллари: "0" ҳеч қачон, "1" гоҳ-гоҳда, "2" айрим ҳолларда, "3" ҳар доим.

1 Мен режалаштириш учун тайёргарлик ишларига иш кунини бошлашдан аввал вақт ажратаман.

2. Топшириш мумкин бўлганларни ҳаммасини қайта топшираман.

3. Мен мақсад ва топшириқларни уларни бажариш муддатлари билан ёзма равишда қайд этиб бораман.

4. Ҳар бир расмий ҳужжатларни бир маротаба ва тўла қайта ишлаб чиқишга ҳаракат қиламан.

5. Ҳар куни бажарилиши зарур бўлган ишлар рўйхатини тузаман, аҳамиятига қараб тартибга соламан, асосийларини биринчи навбатда бажараман.

6. Ўз иш кунимни имкони борича четдан бегоналардан келадиган қўнғироқлардан, режалаштирилмаган ташриф буюрувчилардаи, тўсатдан чиқариладиган йиғилишлардан озод қилишга ҳаракат қиламан.

7. Ўзимни кунлик иш юкламамни иш қобилиятим графиги асосида тақсимлашга ҳаракат қиламан.

8. Меии вақт режамда зарур муаммоларни ҳал этишга имкон берувчи "бўш" ҳолат мавжуд.

9. Мен ўзимни активлик ҳолатимни шундай йўналтиришга ҳаракат қиламанки, биринчи навбатда ҳаёт учун зарур бўлган муаммоларни ҳал этишга.

10. Мени вақтинча ва бошқалар давогарлик қилишини хоҳласа "Йўқ" дейишни биламан ва энг зарур бўлган ишларни бажаришим керак.

Сиз жавоблар асосида йиғилган балларни натижасига қараб, ўз иш услубингизга баҳо бериш имкониятига эга бўласиз.

0–15 балл. Сиз иш кунингизни режалаштирмайсиз, юқоридан берилган ҳолатларга асосланасиз. Агар сиз аниқ масалалар рўйхатнни тузсангиз ва унга амал қилсангиз айрим мақсадларингизга эришасиз.

16–20 балл. Ўз вақтингиздан оқилона фойдаланишга ҳаракат қиласиз, аммо бу муваффақиятга эришиш учун етарли эмас.

21–25 балл. Сизда ўз-ўзини бошқариш қобилияти яхши.

26–30 балл. Сиз, ўз вақтидан унумли фойдаланувчиларга ўрнак бўлишга арзийсиз. Ўзингизни ўраб турган одамларга тажрибаларингиз билан танишиш имконини беринг.

* * *

Тест: Сиз қанчалик ўз қўл остингиздагиларга топшириқ беришда самаралисиз ?

1. Сиз уйга ҳар доим иш олиб кетасизми?

2. Ўз қўл остиигиздагиларга нисбатан узоқроқ иш жойингизда ушланиб қоласизми?

3. Бировлар қилиши керак бўлган ишларни бажаришга вақтингизни сарфлайсизми?

4. Қачонки ишга сафардан қайтаётганингизда, сизга келган қоғозлар папкаси тўлиб кетганини пайқайсизми(сезасизми)?

5. Ушбу лавозимни эгалламасдан олдин, қилган ишларингиз ва юзага келган муаммолар билаи шуғулланишда давом этасизми?

6. Сизни қисман жорий муаммолар, айрим масалалар иш графигингизда бўлиб турадими?

7. Бировлар ҳал этса ҳам бўладиган ишлар бплан шуғулланишга вақтингизни сарфлайсизми?

8. Барча ишлардаи хабардор бўлишни хоҳлайсизми?

9. Ишни ўз вақтида уддалаш учун бировларни жалб этасизми?

10 Зарурлиги тартибида ишлар билан шуғулланасизми?

Агар сиз саволларнинг барчасига "йўқ" ёки биттасига "ҳа" деб жавоб берган бўлсангиз, сизда ншларни бошқаларга топшнриш қобилияти "аъло".

Агар сиз 2, 3 ёки 4 пуиктларга "ҳа" деб жавоб берган бўлсангиз, сизга кўп ишларни қўл остингиздагиларга топширишингиз зарур.

Агар сиз 5 ва ундан ортиқ "ҳа" деган бўлсангиз, бировларга ишни беришингиз жуда қийин, сиз тезда иш услубингизни ўзгартиришингиз керак.

* * *

Бошқаларга қандай қилиб таъсир ўтказиш мумкин

Тест: Менеджер касбиининг асосий негизи — ўраб турганларга таъсир, эта билишидир. Агар сизда шундай қобилият бўлса, одамларни ўз ортингиздан эргаштира оласиз. Шунинг учун ушбу қобилиятии юксалтиришга қатъий ҳаракат қилмоғингиз керак.

Саволларга "Ҳа" ёки "Йўқ" деб жавоб берилади ва мос равишда баллар белгиланади.

Саволлар	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Ҳа	5	0	5	5	5	5	5	0	0	5	5	5	5
Йўқ	0	5	0	0	0	0	0	5	5	0	0	0	0

* * *

Тест: Сиз Мустақил иш олиб боришга қодирмисиз ?

Қуйида келтирилган 7 пунктнинг ҳар биридан, бири сизнинг сифат фазилатингизни аниқлайди. Қайси бири сизга кўпроқ мос келади. Ўзингизга балл қўйинг. А) −4; Б) −3; В) −2; г) −1

1 Ташаббусга нисбатан:

А) кунига топшириқ ахтаради;

Б) топшириқни бажаришда топоғон;

В) раҳбарият кўрсатмасисиз зарурий иш ҳажмини аниқлайди;

Г) топшириқни кутади, ташаббускор эмас.

2 Бошқаларга муносабати бўйича:

А) одамларга муносабати хуш феъл яхши;

Б) ёқимли мулойим;

В) айрим ҳолатларда у билан ишлаш қийин;

Г) адолатли киришувчан ва мослашувчан.

3 Илғорлиги бўйича:

А) кучли, ишонч уйғотувчан;

В) самарали буйруқ беришни билади;

В) бошловчи (йўл бошчи);

Г) эргашувчи (бўйсунувчи).

4 Жавобгарлик юзасидан:

А) топшириқларни бажаришда жавобгарликни ҳис этади;

Б) топшириққа қаршиликсиз қўшилади;

В) топшириққа иккиланган ҳолда қўшилади;

Г) ҳар қандай топшириқдан ўзини тортади.

5 Ташкилотчилик қобилияти:

А) фактларни мантиқан жойлаштириш қобилиятига эга;

Б) қобилиятли ташкилотчи;

В) ўртача ташкилотчилик қобилиятига эга;

Г) ёмон ташкилотчи.

1. Сиз ўзингизни сиёсий арбоб ёки актёр ролида кўрсатиш қобилиятига эгамисиз ?

2. Ўзини катта олиб юрувчи ва модада кийинувчи кишилар сизни ҳайратга соладими?

3. Бошқа кишилар билан ўзингизнинг интив қайғуришингизлар ҳақида гаплаша оласизми?

4. Сиз ўзингизга нисбатан кичик болалар ҳурматсизлик муносабати юзага келган ҳолатни зудлик билан сезасизми?

5. Сиз ўзингиз ўша эиг зарур деган соҳангизда бирор-бир киши ютуққа эришса, сизии кайфиятингиз бузиладими?

6. Атрофингиздаги кишиларга ўзиигизни ноёб қобилиятга эга эканлигингизни билдириш мақсадида, сиз жуда қийин ишларни бажаришни ёқтирасизми?

7. Ўз ишингизда улкан ютуқларга эришиш мақсадида, барча нарсаларни сарфлаб юборишга қодирсизми?

8. Сизни танишларингиз ва ўртоқларингиз ўзгартириб юбормаслигига ҳаракат қиласизми?

9. Сиз ўз ҳаёт фаолиятингизни қаттиқ режим асоеида ўтказишини ёқтирасизми ва ҳатто айшу-ишратни ҳам?

10. Уйингиздаги ҳолатии ўзгартиришни ёқтирасизми, масалан, мебелни қайта қўйиб ва ҳоказо?

11. Сиз эски масалаларни ечишни янги йўлларни синаб кўришни ёқтирасизми?

12. Сиз гап ташувчи ва ўзига ишонувчи кишиларни туртиб қўйишни ёқтирасизмн?

13. Ўз раҳбарингизни маълум бир ҳолатларда ноҳақлигини исботлашни ёқтирасизми?

Натижалар:

35-65 балл	Сиз бошқа одамларга самарали таъсир этиш борасида катта тажрибага эгасиз. Яъни ҳулқ-атворини ўзгартириш, ўқитиш бошқариш ва ҳақиқат йўлига мажбур этиш. Бундай ҳолатларда сиз ўзингизни сувдаги балиқдек ҳис этасиз. Сиз ишонасизки, одамлар ўзи ортда қолиб кетмаслигига, одамлардан ўтиб кетмаслигига, йўл четида туриб қолмаслигига ва ўзи ҳақида ўйламасликка.
30 ва ундан паст балл	Эссиз, сиз гоҳида ҳақ бўлсангиз ҳам у ҳақда атрофдагиларни ишонтиришга доимо қодир эмассиз. Сиз ўзингизни ва атрофингиздагиларни ҳаёти қаттиқ тартибга бўйсунади деб ҳисоблайсиз. Сиз имкониятингиздан ортиқ ҳар қандай ишни бажаришини ёқтирмайсиз. Тушунмаса-да ёки кўп ҳолларда воз кечасиз, афсус.

6 қарор қабул қилиш бўйича:
А) тез ва аниқ;
Б) асословчи ва эҳтиётқор;
В) тез, кўп вақтларда хатога йўл қўювчи;
Г) қўрқувчан ва иккиланувчи.

7 Талабчанлик борасида:
А) мақсадга интилувчи, қийинчиликлар олдида эсанкирмайдиган;
Б) доимий равишда кучайиш чорасини кўради;
В) талабчанликни ўртача даражасида;
Г) ҳеч қаидай талабчанлик йўқ.

Юқоридаги жавоблар бўйича олиинган балларни жамласангиз ўзингиздаги потенциал имкониятларини баҳолаш ва шахсий ишингизии бошқариш ҳолатини биласиз:

Аъло (25-28), жуда яхши (21-24), яхши (17-20), ўртача (13-16), ёмон (12 ва ундан паст)

* * *

Тест:
Сиз энг таниқли даигасасизми?

1. Мана, бугун шанба, сиз нарсалар сотиб олишингиз, хонани тозалашингиз ва хат ёзишиигиз керак, аммо булар билан шуғулланишни хоҳламаяпсиз.
Сиз ннма қилмоқчисиз:
а) ҳеч нарса – 10 балл;
б) мусиқа эшитиш – 7 балл;
в) сайр қилиш – 14 балл;
г) китоб ўқиш – 1 балл.

2. Сиз гоҳида зерикасизми?
а) ҳа – 1 балл:
б) гоҳида – 4 балл;
в) ҳеч қачои – 10 балл;
г) билмайман – 7 балл.

3. Сиз ўз вақтини йўқотганлар клубиии янги аъзосисиз. Сешанба ва пайшанба кунлари сизларда мажлис ўтказнлади.

Аммо клуб сизнинг шаҳрингиздан 5 чақирим узоқликда. У ерда китоб, мусиқа, бар, телевизор ва қулай креслолар йўқ. Бу кунлари клубга ҳеч ким келмайди. Нима учун:

а) клуб ҳали янги – 17 балл;
б) у ерда зерикарлн – 4 балл;
в) бориш учун жуда узоқ – 10 балл;
г) одамлар мажлисни ёқтирмайди – 1 балл.

4. Одамлар гаииради, уларда бўш вақти жуда кўп, доимо қандайдир ишлар билан банд: спорт, коллекция йиғилиш ёки оддий вақтичоғлик. Бу асосланарли хато:

а) билмайман – 4 балл;
б) ҳа – 10 балл;
в) "ҳа" ва "йўқ" – 7 балл;
г) йўқ – 1 балл.

5. Сиз овқатланиш учун буфетга кетяпсиз. Аммо у ерда катта навбат. Ннма қилар эдингиз:

а) кутиб ўтирмай ресторанга жўнайман – 7 балл;
б) навбатда тураман ва бу вақтда дам олиб ҳам оламан – 10 балл;
в) кутмайман, ишни давом эттираберамаи – 1 балл;
г) кутаман ва ишдаги ҳамкасбларим билан келишаман – 4 балл.

6. Сиз уйдасиз: ҳеч иарса қилмасликка келишдингиз, аммо снзнинг ўртоқларингиз ўйинга тушишии хоҳлайди. Сиз улар билан борасизми:

а) "Ҳа" бир ўзим қолишни хоҳлайман – 1 балл;
б) билмайман – 4 балл;
в) йўқ – 10 балл;
г) бўлишн мумкин – 7 балл.

Демак сиз кимсиз ?

46-60 баллгача	Сиз учуи бўш вақт шуни билдиради: ҳеч нарса қилмаслик. Сиз ғолиб дангасалар орасида рекорд.
31-46 баллгача	Сиз деярли таииқли дангасасиз. Аммо сизда гоҳида дам олиш хоҳиши келиб қолади.
16-30 баллгача	Бўш вақтингизда сиз доимо нималар биландир бандсиз. Аммо гоҳида дангасалингиигиз тутиб қолади. Бахтга қарши бу жуда кам ҳолатларда.
15 баллгача	Ҳеч нарса қилмаслик сиз учуи йўқ. Сиз ўта асабийсиз ва ҳеч нарса қилмасликии ўрганишингиз керак.

* * *

Ўзингизни текширинг ва хулоса чиқаринг.

1. Тортишув вақтида менинг бош мақсадим — ўз қарашларимни тўғрилигини исботлаш, шунинг учун ўз мисолларимни келтираман.	Тортишув вақтида менинг бош вазифам рақибимга кучсиз ва яроқсиз ҳолатларини кўрсатиш, шунинг учун уни эшитиб, аста-секин фактлари ва рақамларини қайта кўришга мажбур этиш.
2. Тортишув ва келишмовчилик вақтида у кўзланган мақсадни, у тушунмайди. Бу мени жаҳлимни чиқаради ва гапиртиради.	Келишмовчиликни ҳал этишнинг йўли — бу томонларнинг бир-бири билан муросага келиши ёки ҳар икки томонни қаноатлантирадиган қарор қабул қилиниши.
3. Агар одамга ҳақиқатни тушунтирсанг, у тушунмайди. Бу мени жаҳлимни чиқаради ва гапиртиради.	Қачон одам мени тушунмас экан ва тортишув моҳиятини бошқача тасаввур этса, мен уни ҳақлигини тан оламан ва тушунишга ҳаракат қиламан.
4. Қачоики, кўп фикр ва ғоя бўлса, бир муросага келиш қийин. Муҳокамани кенгайтириш ва уни алтернатив формаларни ишлаб чиқиш.	Қанча кўп қарашлар бўлса, уни фарқлаш шунчалик қийин, сабаби сифатли ҳал этишнинг эҳтимоли юқори. Муросага келишнинг энг яхши усули бу "Косинус"
5. Музокара даврида жаҳлим чиқади, рақибни ёмон кўраман ўша вақтда агар у бетга гапирса.	Тортишув вақтида мен ўзимни тута биламан. Жаҳлим чиқмайди, ҳурмат қиламан, ўз одатланишимча "комплимент" қанчалик бетга чопар ва тўғри бўлсам ҳам.
6. Инсон ҳаётида ва уни улгуришида катта ролни тасодиф, тақдир ўйнайди.	Инсон ҳаётида ва унинг улгуришида энг асосий ролни, уни ўзи ўйнайди.
7. Агар биров мени алдашга ҳаракат қилса, мен ҳаммасини ўтказиб қўяман ёки умуман алоқа қилмайман.	Агар мени алдаётган бўлса, ўша одамни ўз жойига қўйишга қодирман, у билан алоқани узмаган ҳолда.
8. Ҳафалашув, тортишув вақтида мен ҳамма нарсани айтиб юбораман ўйлайманки, у ўз оғир, майли у ҳам озоб чекси	Иима бўлмасин, ҳеч қачон партнёримни камчилиги ва кучсиз томонларига тегмайман. Алдашга йўл қўймайман.
9. Жаҳл чиққанда хулқ-атворимда чегарасизлик ва оргиналлик ҳақида ўйлаш қийин.	Мен олдиндан ностандарт ҳолатларни ўйлаб оламан ва қаттиқ тортишув вақтида олдиндан тайёрланган ҳолатлардан фойдаланаман.

* * *

Ўзингизни текширинг

Қуйидаги саволларга аниқ "Ҳа" ёки "Йўқ" деб жавоб беринг, натижада Сиз ўзингизни бачканалик даражангизни аниқлаб оласиз. Агар у сизда юқори даражада бўлса.

1. Агар сиздан кимдир "Ишларинг қандай?" деб сўраса, Сиз дарҳол у ҳақда гапира бошлайсизми?
2. Суҳбатни монополиялаштириш хусусияти сизга хосми?
3. Сизда хайрлашув жараёнини чўзиб юбориш ҳолати бўладими?
4. Сизда сўраса ёки сўрамаса ҳам маслаҳат бериш хоҳиши борми?
5. Тўғри, бошқалар гапиради. Сизда кучли қайғуриш кўриниши бўлиб турадими?
6. Сизни тарихингиз ва кўп ҳажвияларингиз жуда узоқ ва тушунарсиз, бу одамларда эшитишни қийинлаштиради, тўғри эмасми?
7. Бўлиб турадими, сиз кўп гапирган одамлар суҳбатдошингизга умуман нотаниш ?
8. Ҳисоблайсизми, қайсики сиз айтаётган ва сизга бошқалардан эшитишга тўғри келган ушбу тарих қаерга кўпроқ қизиқ ва мос келади.
9. Сизда бўлиб турадими ўртоқларингиз уни инкор этаётганда "Сен уни эслайсан" ёки "Сен уни биласан" деб саволлар боғламаси билан эслашга мажбур этасизми?
10. Тўғрими, сиз кўпроқ сўзловчини нутқини бўлар экансиз?
11. Сиз учун қизиқ эътиборга лойиқ бўлган нарсаларни ўз ўртоқларингизга мажбур ўқишни тавсия этасизми?
12. Сизда бўлиб турадими, фақат сиз учун қизиқ бўлганлиги сабабли сиз суҳбатдошингиз учун умуман қизиқ бўлмаган муаммони муҳокама қилишни давом эттириши хусусияти?
13. Ўз ҳаётингизда катта аҳамиятга эга бўлмаган муаммолар ҳақида гапиришни ёқтирасиз? Бу тўғрими?
14. Кўп ҳолларда сиз такрорлайсизми?
15. Ташрифингиз ўта меъёридан ортиқ чўзилиб кетадими?
16. Преферанс, бридж ва бошқа ўйинларда барча ўйновчиларни очколари ёзувини кўриб турасизми?

5. Сизнинг ҳаётингизда бўлганми, спиртли ичимликсиз ўзингизни ишончсиз ҳис этиш.

6. Олдингилар каби биринчи бўлиб тўла ичишга ҳаракат қиласизми?

7. Қачонки сизни яқинларингиз ичишингизни муҳокама қилаётгани сезасизми?

8. Хотирангиз пасайишини сезяпсизми?

9. Ичиш сабабини оқловчи сабаб доимо сизда топиладими?

10. Кайф ҳолатда нима қилганингизни ёки нима ҳақда гапирганингизни тоҳида эслашни хоҳлайсизми?

11. Сизда қанча спиртли ичимликлар истеъмол қилишингизни назорат қилиш хоҳиши юзага келадими?

12. Тоҳида озроқ ичаман ёки бутунлай ичмайман деган ваъдаларингизни бузилиш ҳолати бўладими?

13. Ичишни ташлашга ҳаракат қилгансизми?

14. Сизни оила аъзоларингиз ва ўртоқларингиз кайф ҳолатда кўрмаслигига ҳаракат қиласизми?

15. Сезганмисиз сурункасига спиртли ичимликлар истеъмол қилиш эвазига молиявий қийинчилик ва ишда муаммо юзага келганини?

16. Сизга ноҳақ муносабатда бўлаётган одамлар сони ортдими?

17. Оз-моз ичгандан сўнг қўлингиз қалтирайдими?

18. Сизни тўйиб ичишингиз бир неча куи давом этиши ҳолатлари бўладими?

19. Тоҳида яшашдан умидни узиш ҳолати бўлаётганлигини сезасизми?

20. Кайфдан сўнг кўз тиниши ва эшитиш қобилияти бузилиши бўладими?

Агар сиз 1 та саволга "Ҳа" деб жавоб берган бўлсангиз, сизнинг юзингизда алкоголликни биринчи белгилари пайдо бўлган, бир нечасига бўлса сиз алкоголликни кейинги босқичидасиз.

1–7 саволга "Ҳа" бошланғич босқичи, одатда 10 – 15 йилга давом этади.

8–17 ўрта босқичи, одатда 2 – 5 йил давом этади.

18–20 алкоголликнй охирги босқичи.

17. Ўз ўртоқларингизга камчиликларни бартараф этишнинг йўлларини кўрсатиб турасизми?

18. Сиз ва сизнинг суҳбатдошингиз бир-бирига барча иарсаларни айтиб бўлди ва шунда ҳам телефон орқали суҳбатлашни давом эттириши сизга хосми ?

19. Суҳбат охирги нуқтасига келганда уни чигаллаштириб юборишга қодир эканлигингиз тўғрими ?

20. Қачонки кўп турли суҳбатлар мавжуд бўлган ҳолатларда, ўз фарзандларингиз ҳақида гапиришга мойилмисиз?

Калит: ҳар бир "Ҳа" деб айтилган жавобга 1 балл белгиланг.

Агар 15-20 баллгача тўпласангиз ойнага қаранг. Сизни олдингизда 100 фоизли "зануда" бачкаиа турибди.

10-14 баллар. Бачканалик даражасининг сиз хавфли зонадасиз. Вақти келди одамлар билан мулоқотда бўлишда ўз хулқингиз ҳақида ўйлашга.

5-9 баллар. Вақти-вақти билаи сиз жаҳлдор зерикувчан бўлиб турасиз.

3-4 балл.. Сиз жуда ёқимли мулоқот олиб борувчи кишисиз.

1-2 балл. Бу натижа жуда яхши, тўғрисўз бўлиш учуи. Бундай ҳамсуҳбатни биз доимо қидирамиз. Бу одам тўғрисида доимо орзу қилса бўлади.

* * *

Теет-ҳазил:

Ўзиигизни алкогол ҳисоблашингиз мумкинми?

Қуйидаги саволларга "Ҳа" ёки "Йўқ" деб тўғри жавоб беришга ҳаракат қилинг.

1. Уйингизда хотинингиз билан, бошлиқнинг хайфсанидан сўнг ўзингизни тинчлантириш мақсадида спиртлн ичимликдан фойдаланасизми?

2. Сезасизми охирги пайтда кўпроқ ичадиган бўлиб қолдингиз?

3. Бўладими, ичгандан сўнг эрталаб ўрнингизда турганда кеча нима бўлганиии эслай олмаслик.

4. Коллектив орасида ичаётганингизда тинимсиз ҳолда кўпроқ ичишга ҳаракат қиласизми?

* * *

Мағзини чақиинг

1. Душманинг битта бўлса ҳам кўп, дўстинг мингта бўлса ҳам оз.
2. Қўзи боқсанг оғзи бурнинг мой қилур, етим боқсанг оғзи бурнинг қон қилур.
3. Ўзиигни эр билсанг, ўзгани шер бил.
4. Узоқни бугдойидаи яқинни самони яхши.
5. Ҳар ерни қилма орзу, у ерда бор тошу-тарозу.
6. Вақтинг кетди, бахтинг кетди.
7. Бугунги ишни эртага қолдирма.
8. Нима эксанг шуни ўрасан.
9. Етти ўлчаб бир кес.
10. Олдин ўйла, кейин сўйла.
11. Оғзи қийшиқ бўлса ҳам бойнинг ўғли гапирсин.

* * *

Маслаҳатлар:

1. Ҳар қандай тадбиркорлик фаолиятининг асоси унумли капитал устидан назорат. Сиз зарурий маълумотларга эга бўлишингиз керак, уни тўғри таҳлил эта билишингиз шарт, ҳар қандай иқтисодий сиёсатни қолдиқларини олдиндан кўра билиш, бозорни ўрганиш, ишлаб чиқариш йўналишини аниқлаш ва шу каби минглаб масалаларни ҳал этиш ва ҳоказо.
2. Сиз банк билан доимий равишда алоқада бўлишингиз керак, айниқса, сиз кредит олаётганингизда, шунинг учун банк иши еоҳасида маълумотга эга бўлишингиз шарт.
3. Сизга тажрибали бухгалтер зарур, машаққатли ишингизда бебаҳо ёрдамчи.

* * *

Улгурувчи раҳбар сирлари

1. Юқори лавозимини эгаллашга шахсий интилиш.
2. Ходимлар билан ишлашни билиш.
3. Таваккалчиликка қодирлик ва жавобгарликни ўз зиммасига олиш.

* * *

Ҳар эҳтимолга қарши маслаҳатлар

1. Бировларни орзуси устидан ҳеч қачон кулманг.
2. Эсда тутинг, фарзандлар даврасида ўтказилган вақт ҳеч қачон йўқотилган ҳисобланмайди.
3. "Анекдот" айтишдан олдин, уни якка ҳолда репетиция қилиб олинг.
4. Ҳақиқий дўстликни бузувчи, аҳамиятсиз тортишувларга йўл қўйманг.
5. Ҳеч қачон қўлда бакал билан расмга тушманг.
6. Ҳар доим сиздан ўрнак оладиган инсон топилади. Ҳеч қачон уялтириб қўйманг.
7. Сиздан кейинги навбатда турганларни вақти-вақти билан ўтказиб юборинг.
8. Хотинингизнинг туғилган кунида қайнонангизга гул жўнатинг.
9. Сизга берилган саволга жавоб беришни хоҳламасангиз, "Нима учун сизни қизиқтираяпти" деб сўранг.
10. Йўл учун вақтни режалаштираётганингизда захира тариқасида ўн беш минут қўшиб қўйинг.
11. Ҳеч қачон оилавий анъанани бузманг.
12. Йўлни сўраганингизда яна бир бор қайта тушунтириб беришни илтимос қилинг.
13. Ҳар қандай шароитда фарзандингизни қўлингизга олинг, вақти келиб, у ҳам ўз фарзандига шундай муносабатда бўлишга ҳаракат қилади.
14. Ҳеч қачон боровлар айтган яхши фикрдан сизга маъқул бўлмаса-да воз кечманг.
15. Кечиримни одамнинг юзига қараб сўранг.
16. Худога ишонинг, машинани доимо покиза тутишни унутманг.
17. Бировларни олдида ҳеч қачон оилангизга ва фарзандларингизга қўпол гапирманг.
18. Ёши нечада бўлишдан қатъи назар онангиз билан кўришаётганингиздек, қучоқ очиб кўришинг.
19. Худога сиғининг, сиғинишда катта куч бор.
20. Агар йигирма минутдан ортиқ кеч қоладиган бўлсангиз, уйингизга қўнғироқ қилиб қўйинг.
21. Эсда тутинг, кўнгил очиқлик ва хушмомалалик таъсир этмайдиган инсон йўқ.

* * *

Музокара олиб боришни билиш тарихидан

Француз дипломати Франсуа де Каллера 1716 йилда чоп этган музокара олиб бориш муаммоларига бағишланган китобида, музокара олиб боришнинг бир неча зарурий қоидалари ҳақида ёзади:

- димоғдор бўлманг;
- ўзингизни иккиланишингизни, қалтирашингизни сездирманг;
- бирданига дўқ-пўписага ўтманг;
- ўзингизда душманлик ҳиссини сездирманг;
- таваккал қилманг.

Музокарага жалб этиб бўлмайдиган тоифа:

- қиморвозлар,
- алкоголлар,
- енгилтак шаҳслар,
- шубҳали кишилар,
- ўз-ўзини бошқара олмайдигаилар.

* * *

Шартнома мазмуни

Одатда шартнома қуйидаги бўлимлардан иборат бўлади:

1. Томонлар ҳақида маълумотлар.
2. Шартнома мавзуси.
3. Шартноманинг умумий қиймати ва баҳоси.
4. Мол етказиб бериш муддати.
5. Тўлов шартлари.
6. Товарлар миқдори ва сифати.
7. Кафолат.
8. Товарларни ўраш ва маркалаш.
9. Товар жўнатилганлиги ҳақида хабарнома.
10. Жарима.
11. Норозиликлар (келишмовчиликлар) ва уни кўриш тартиби.
12. Фавқулодда юзага келган олдиии олиш мумкин бўлмаган ҳолатлар.
13. Арбитраж ёки хўжалик суди.
14. Бошқа шартлар.

* * *

Вақт-пул

1. Ишлаш учун вақт топинг, бу — муваффақият гарови.
2. Ўйлаш учун вақт топинг, бу — куч манбаи.
3. Ўйнаш учун вақт топинг, бу — ёшлик сири.
4. Ўқиш учун вақт топинг, бу — билим асоси.
5. Дўстлаш учун вақт топинг, бу — бахтлик шарти.
6. Орзу қилиш учун вақт топинг, бу — юлдузларга йўл.
7. Севиш учун вақт топинг, бу — ҳаёт қувончлари ҳақиқати.
8. Хурсандчилик учун вақт топинг, бу — кўнгил мусиқаси.

* * *

Агар сиз чет элда бўлсангиз

1. Унутманг, сиз кўп миллионли Республикамизнинг бир фуқаросисиз, сизнинг хатти-ҳаракатингизга қараб мамлакатимиз ҳақида фикр туғилади.
2. Чет эл, ўз мамлакатингизга қараганда яхши эмас, шунинг учун ўз уйингизда қолаверинг. Агар барчаси яхши туюлса ўша ерда қолинг, Ватанингизга қайтманг, сизда Ватан йўқ.
3. Чет элда ўзингизни тўғри тутинг, тўполон қилманг.
4. Кийинишингизга одамлариинг эътиборини жалб этманг. Камтарин, умумқабул қилинган андозалар бўйича кийининг.
5. Агар сиздан илтимос қилса, ичишингиз мумкин.
6. Агар ютқазаётганингиз маълум бўлиб қолса, фақрлашга ҳаракат қилманг. Ютганингизда ўз хурсандчилигингизни ўта ортиқ ифодаламанг.
7. Эсда тутинг: ўз тилингиздаги барча яхши чиройли иборалар тўғри маънода бошқа тилларга таржима қилинганда мос келавермайди.
8. Биринчи бор кўраётганингизни сизга нотаниш эканлигини фарқ қила билинг.
9. Ўргатишга ҳаракат қилманг, фақат яхшисиии ўрганинг.

* * *

Ҳақиқий эркакдаи қандай ҳид келиб туриши керак.

Ҳозирги кунда Европада қуйидаги парфюмериялар катта муваффақиятга эга.

Moods by Krizia, Tabac original Extreme. Photo (Langerfeld), Trussardi (Uomo), Egoiste (Chanel), Davodoff, Ricci Club (Nina Richi), Borsalono, Carrera, Pancatdi, Jaguar formen, Biagotti (Vomo).

Демак, сизнинг чўнтагингизда етарли пул бўлса, сотиб олинг, янглишмайсиз!

* * *

Агар бўйинбоғ тақсангиз сизнинг костюмингиз чиройли ва тантанали кўринади. Дидли танланган бўйинбоғ кийинишни билишингизни англатади.

Бўйинбоғни тўғри танлаш учун қуйидаги қоидаларни билиш шарт:

– Бир хил ранглардаги кўйлакларга гулли бўйинбоғлар яхши яраша̧ди. Рангдор ва расмли кўйлакларга босиқ рангдаги бўйинбоғлар кўпроқ мос келади.

– Очиқ рангли костюмларга ярқироқ(яркий) гулли бўйинбоғлар тақишни тавсия этилади.

– Катакли ва йўлакли костюмларга бир хил рангли бўйинбоғларни тақиш мақсадга мувофиқ.

Ҳар қандай ҳолатда мосини топиш имконияти бўлиши учун ўз жавонингизни бир неча бўйинбоғлар билан тўлдириб қўйишингизни маслаҳат берамиз.

* * *

Қисқача терминалогик луғат ва шартли белгилар

1 а.ф. (инглиз фунт) = 453,6 г
1 Шиша (симоб учун) а.ф = 34,5 кг
1 таллои = 3,785 л
1 дюм = 25,4 мм
1 кв дюм = 645,16 кв.мм
1 б.т (Буюк Британияда катта тонна) = 1016 кг
1 барелло = 159 л
1 м.т. (кичик АҚШ тоина) = 907,2 кг

1 унция = 28,3 г
1 тр. унция = 31,1035 г
1 фут = 0,3048
1000 доск футов юмалоқ ёғоч учун = 4,53 куб.м тахта учун 2,36 куб.м
1 кв.ф = 0,0929 кв.м
1 куб.ф = 0,028 куб.м
1 центнер АҚШ = 45,36 кг

Буюк Британияда 50,8 кг

1 ярд = 0,914 м
1 кв. ярд = 0,836 кв.м
1 куб.ярд = 0,765 куб.м
н – номинал баҳо
каф – қиймат ва фрахт
сиф – қиймат, суғурта, фрахт
фоб – юк машинаси соф брутто оғирлиги
фас – эркин борт қирғоғи
фронко-склад – омборгача етказиб бериш
базис баҳо – баҳони бир кўриниши
БТЕ – *британия иссиқлик бирлиги*
D.I – дизел индекси
Мавжуд товар биржада зудлик билан етказиб бериш зарур бўлган товар.
ТВА – қўшилган қиймат солиғи
Париж шартномаси – кўмир ва пўлатни Европа уюшмасининг расмий ҳужжати
Рим шартномаси – Умум бозор ташкил этишнинг расмий ҳужжати

* * *

Маълум бир тошлар айрим ойларда инсонларга бахт ва омад келтирар эмиш деган гаплар ҳам бор.

Ойлар	Тошлар Жами	Ойлар	Тошлар Жами
Январ	Гранат, гиакинт	Июл	Оникс, изумруд
Феврал	Аметист, гиакинт	Август	Сердолик, сардоникс

Март	Яшма, аметист	Сентябр	Хризолит, сапфир
Апрел	Сапфир, яшма	Октябр	Беpилл, аквамаран, хризолит
Май	Агат, изумруд	Ноябр	Топаз, берилл
Июн	Изумруд, агат	Декабр	Рубин, топаз

* * *

Ўзингизга "макрография" ишлаб чиқинг

! – зарур
!! – ўта зарур
? – ўйлаб кўриш керак
О – ўртача
→ – текширилсин
п – мисол
В – кўчирма олинг
∇ - эътибор беринг
⊗ – иусха кўчиринг.
- янги назария
- эски қарашлар
И – исм
Е – кириш
ЭС – қарама-қаршилик

* * *

Бу қизиқарли

Статистик маълумотларга қараганда, Европа ҳамжамияти давлатлари орасида энг узун иш куни Англияга тўғри келиб, у 43,4 соат, энг қисқа иш куни 38,2 соат бўлиб Белгияга тўғри келади.

* * *

Эътиборга олинг !

Агар меҳмонлар чекаётган бўлса:

Агар меҳмонлар хонада чекаётган бўлсалар, шам ёқиб қўйинг, унинг шуъласи қисман ҳавони тозалайди. Шам тўғри

ва узоқ ёнишини хоҳласангиз, аланга атрофига бир неча ош тузи доналаридан солиб қўйинг.

* * *

Демак, сиз стол атрофидасиз:

1. Агар сиз тушлик, нонушта, кечки овқат ва чойга таклиф этилган бўлсангиз кечикманг.
2. Барча аёллар ўтириб олмагунча ёки мезбонлар кирмагунча ўтирманг.
3. Аёл кишини столга кузатаётганингизда чап қўлингиз билан таклиф этманг. Эркаклар доимо ўнг қўли билан таклиф этиши шарт.
4. Сизнинг ўнг томонингизда ўтирган аёл сизга таниш ёки таниш эмаслигингиздан қатъи назар эътиборингизда бўлиши керак.
5. Меҳмонлар билан столга ўтиргандан сўнг танишманг.
6. Столга ўта яқин ёки узоқ ўтирманг.
7. Сочиқни (салфеткани) ёқага қистирманг. Кўкрагингизга қўйманг. Тиззага тахлаш тавсия этилади.
8. Биринчи навбатда аёлларга хизмат кўрсатинг.
9. Тарелкага эгилиб олманг. Иложи борича, ўзингизни тик тутинг.
10. Агар бирор нарсани олмоқчи бўлсангиз, бировнинг косаси устидан қўл чўзманг. Нонни қўл билан олинг, вилка билан эмас.
11. Нонниг бутун бўлимини тишламанг. Ёғни бутун нонга суртманг. Нонни бўлакларга бўлинг, аммо уютманг. Нонни шўрвага тўғраманг.
12. Ҳеч қачон пичоқни оғзингизга олиб борманг. Пичоқ билан еманг. Вилкага сиққанича олинг. Пичоқ билан ортиқча юклашга уринманг.
13. Ўта тез еманг .
14. Оғзингизга ўта кўп овқатни олманг.
15. Таянманг, чиғаноқ ён бошга қадалиб турсин.
16. Чиғаноқни столга таяманг.
17. Стакан ёки бокални ўта баланд кўтарманг.
18. Вилкада ейиш мумкин бўлган нарсани қошиқда олманг.
19. Гўштнинг охирги бўлаги ёки шўрвани охирги қошиғини ичишга ҳаракат қилманг.

20. Яна овқат солиб беринг деб, тақсимчангизни узатманг. Суякни оғиздан санчқи ёрдамида олиб, сўнг, тақсимчага қўйинг. Мева данакларини оз-оздан қошиққа олинг.

21. Яқин атрофингизда хизматкор бўлса, қўшнингиздан бирор-бир нарсани олиб беринг деб сўраманг.

22. Стол атрофидаги пичоқ, қошиқ, салфетка, вилка каби буюмларни ўйнаманг. Салфетка билан юзингизни артманг. Салфеткани аста-секин лабга текизиб қўйиш мумкин.

23. Бировга орқани қилиб бурилманг, қўшнингиздан ўтиб бошқа одам билан гаплашманг.

24. Оғизни тўлдириб (тўла очиб) гапирманг.

25. Стулга ёпишиб ўтирманг.

26. Доимо босиқ бўлишига ҳаракат қилинг.

27. Пичоқ ёки вилкани тўғриламанг. Эгри бўлса бошқасини чақиринг.

28. Стол атрофида тиш кавлангичдан фойдаланманг, унча зарурати бўлмаса. Керак ҳолда (билимсиз) бажаринг.

29. Ҳа деб меҳмонни "Олинг" деб мажбур қилишга ҳаракат қилманг.

30. Кўп вино ичманг.

31. Мезбон бўла туриб, ўз овқатингизни биринчи еб тугатманг. Меҳмонлар тугатишини кутинг, айниқса, иккинчи овқатни тортилганда.

32. Меҳмонлар бир қатор чой ва кофе билан таъминламагунга қадар иккиичи бор сўраманг.

33. Овқат тортаётганда хизматчига ҳеч қандай огоҳлантириш берманг. Столга тортилаётган нарсаларни танқид қилманг.

34. Менга ёқмайди ёки менга мумкин эмас деб бирор-бир овқатни қайтарманг. Энг яхшиси стол атрофида ўз касалингиз ҳақида гапиргандан кўра, сабабсиз воз кечиш маъқул.

35. Чой қошиқни стакан ёки чашкага солманг. Чой ёки кофени аралаштириб бўлгандан сўнг, қошиқни идишга қўйинг.

36. Салфетканн овқатланиб бўлганингдан сўнг ўта ғижимлаб ташламанг, уни аста столга қўйинг.

37. Аёллар столдан қўзғолгандан сўнг, ўриндан туришни унутманг. Улар хонадан чиқиб кетмагунча тикка туринг. Кейин хоҳласангиз, ўтиришингиз, чекишингиз мумкин.

38. Стол атрофида хат ёки ҳужжат ўқиманг.

* * *

Ҳамдўстилик мамалакатлари ва хорижда кичик бизнес

Кичик корхона тушунчаси фақат бизнинг мамалакатимизда қўлланилади. Одатда, жаҳон амалиётида аниқ мақсадга қаратилган майда фирмалар мавжуд бўлиб, уларни барчасини "Кичик бизнес" номи билан атайдилар.

Японияда 6752 дан ортиқ майда ва ўрта корхоналар мавжуд бўлиб, улар чакана савдодаги корхоналарниинг 99%, ишлаб чиқариш секторидаги корхоналарнинг 94% ни ташкил этади.

АҚШда 19 млн. ортиқ кичик фирмалар мавжуд.

АҚШда 1973 йилда "Малос прекрасное" шиори остида йирик компаниялар майда корхоналарга бўлннган.

Афғонистонда хусусий секторнинг улуши: саноатда 90%, савдода 80%ни ташкил этади.

Австралияда ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳасидаги корхоианинг 9/10 таси майда фирмалардир.

Европа мамлакатларини ишлаб чиқариш имкониятларини 35-50% кичик бизнес улушига тўғри келади.

Ҳозирги кунда Россияда кичик фирмаларнинг ЯИМ даги улуши 11 % ни ташкил этса, бу кўрсаткич Ўзбекистонда 24.5 % ни ташкил этади.

* * *

Ишбилармон эркак қандай бўлиши керак?

- ўзига ишонадиган ва кўркам;
- иш билармон ва жалб этувчи;
- тартибли ва ишончни қозонувчи.

* * *

Менежерларга қанча ҳақ тўлашади?

Италияда саноат корхоналари раҳбарларининг ўртача йиллик маоши 85 млн. лирани ташкил этади. Давлат корхоналарида 93 млн.лира хусусий корхоналарда 83 млн.лира.

Ким кулишни билмаса, дўкон очиши мумкин эмас (Хитой).

Кулинг, кулги — энергия генератори.

* * *

Эҳтиёжнинг 5 тури

Инсон хоҳиши ва эҳтиёжларининг бир неча турланиши мавжуд. Америкалик руҳшунос А.Х.Маслоу ўзининг "Мативация и личность" асарида қуйидаги тартибни тавсия этади.

– физиологик (оч қолиш, чанқаш);
– ўз-ўзини сақлаш (ҳимоялаш);
– севги (боғлиқлик, маънавий яқинлик ва бошқа);
– ҳурмат қилиш (жамоат фикрига қўшилиш имкоииятни тўғри баҳолаш);
– ўз-ўзини ишонтириш (ўрнак бўлишии тўғри ифодалаш).

* * *

Чекишни ташловчиларга 10-кўрсатмалар

1. Маълум бир вақтга чекишни ташлаш бўйича қарор қабул қилинг ва уни бажаринг.

2. Чекишни ташлашингиз оқибатида бош айланиши, титроқ, бош оғриғи ва томоқ қуриши кутилиши мумкин, эътибор берманг, бир икки ҳафта ичида ўтиб кетади.

3. Ўзингизга биринчи кунларини ўтказишда ёрдам бермоқчи бўлсангиз, доимо маълум бир иш билан банд бўлинг. Кулдон сигарет ва гугуртии йиғиштириб қўйинг.

4. Кўп сув ичинг. Иш вақтида қўлингизга стакан сувини ушлаб олинг ва доимо хўплаб туринг.

5. Актив бўлинг. Сайр қилинг, югуринг ёки спортнинг бошқа турлари билан шуғуллаиинг. У сизии эркин ҳис этишга ёрдам беради.

6. Чекишни ташлаш эвазига иқтисод қилинган пулни, бошқа зарурий мақсадларга сарфланг.

7. Доимий иш куни тартибингиз ва одатларингизни ўзгартиринг. Иложи борича олдии сигарет сотиб олган дўконга яқинлашманг.

8. Бир дона чекиб қўяй, деган одатни ташланг.

9. Семириб кетишдан сақланинг. Одатда, олдинги чекувчилар чекишни ташлагандан сўнг, семириб кетадилар.

10. Эсда тутинг, ҳар бир сигаретсиз ўтган кун — сизнинг соғлигингиз, даромадингиз ва ҳамкасбларингиз учун яхши янгилик.

* * *

Ўзингизни қандай тутишингиз керак?

Испанияда:

Агар сизни нонуштага таклиф этишса, рози бўлманг, у фақат кўнгил учун. Агар яна такрорласа, воз кечинг, учинчи бор таклиф этса, рози бўлинг, сабаби, демак чин кўнгилдан экан.

Ўз вақтига етиб келиш қабул қилинмаган, 15-20 дақиқа кечикиш лозим. Тушликдан сўнг дам олиш вақтида ташриф буюрманг.

Поездда ўз қўшниларингизни сиз билан бирга овқатланишига мажбур этинг. Улар рад этади. Сиз ҳам шундай қилинг.

Италияда:

Поездда, Исианиядаги сингари бирга овқатланишга символик белги беринг, таклифдан бетараф ҳолда ёқимли иштаҳа тиланг. Черковда қатъий кийимда бўлинг. Аёллар черковга енгил калта кўйлак билан рўмолсиз кириши мумкин эмас. Спагетни вилка тишларнга ўраб олган ҳолда истеъмол қилинг. Қийин бўлса ўрганинг. Эркаклар сахий бўлинглар, қўлни ўпишда танишларни олдин фарзандлари сиигари ўз саломатлигини сўранг.

Португалияда:

Матбуотда аёлларга ўхшатиш қилманг. Эрталабки ўн бирдан олдин ҳеч қачон қўнғироқ қилманг. Таклиф билан бораётганигизда этикдўст хизматидан фойдаланг. Ҳеч қачон порто виносини сўраманг. У бу ерда дисерт ҳисобланади.

* * *

Вақт бу энг чекланган капитал, агар сиз ундан фойдалана олмасангиз, ҳеч нарсадан фойдалана олмайсиз (Б.Дурукер).

* * *

Фикрланг, таққосланг, хулоса қилинг (1985 йилги маълумот).

№		АҚШ доллар	СССР рубл
1.	Таълим олиш харажатлари ҳар бир киши ҳисобига	641	136
2.	Соғлиқни сақлашга қилинган харажат	627,4	71,8
3.	Ижтимоий таъминот ва суғурта	1644,9	219,3

* * *

1990 йилга СССРда 8 млн. ишсиз ҳисобланган. Бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида у 10-15 млн. киши бўлиши тахмин этилган.

* * *

Ҳар ким бирор нарсаии сотиш эвазига яшайди (Стивенсон).

* * *

Кимки кўр отини сотишии хоҳласа, унинг оёғини мақтайди (немисча).

* * *

Агар сигир сотиб олмоқчи бўлсангиз, шартномада думи кўрсатилганлигини текширинг. (Тамилик).

V БЎЛИМ КИЧИК ВИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК ЮЗАСИДАН АСОСИЙ-ИҚТИСОДИЙ АТАМАЛАР

А

АБАНДОН (фр. abandon – воз кечиш; ингл. abandonment) – суғурта қилинувчининг суғурта буюмига нисбатан суғурта қилувчи фойдасига ўз ҳуқуқларидан воз кечиши. Бу ҳолат суғурта объектининг тўла ёки конструктив ҳалок бўлиши жараёнида юз беради.

АБСЕНТЕИЗМ (ЕР ЭГАЛИГИГА ДОИР) – (ингл. landowning absenteeism) – қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши жараёнини ташкил қиладиган ва бошқарадиган махсус менежерни ёллаган, ер рентаси сифатида пул даромади олмайдиган, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариш жараёнида қатиашмайдиган мулк эгасига ажратилган ерга нисбатан ер эгалиги. А. жаҳон амалиётида кеиг қўлланади. Масалан, АҚШда 60-йилларда унинг солиштирма ҳажми бутун ижара пули суммасининг 70% ва ижарага берилган ернинг $^{2}/_{3}$ қисмиии ташкил этди. А.нинг янада кенгроқ рнвожланишн Лотин Америкаси мамлакатларида кузатилди; у ерларда йирик ер эгаларииинг 90% ини абсентенстлар (ингл. absentee) ташкил қилади. Россияда иикилобгача бу атама ер эгасининг ўз еридан ташқарида яшашини билдирган.

АВАЛЬ (фр. aval; ингл. quarantee, security) – вексель бўйича кафиллик – 1) вексель эгаси олдида жавобгарлик; 2) векселнинг ўиг бетида ёки унга илова қилинган варақда имзо шаклида ифодаланган банк кафиллиги.

АВАНС (фр. avance; ингл. advance) – корхонанинг бажариладиган иш, ўтказиладиган мол-мулк, кўрсатилган хизматлар ва бошқалар учун тўланадиган тўловлар ҳисобига берадиган ёки пул ўтказиш йўли билан амалга ошириладиган дастлабки пул суммаси ёки бошқа мулкий қиймат. А. кредит шартларида кўрсатиб берилганда мажбурий бўлиб, у шартнома (контракт)да келишилган сумманинг 10-40 фоизини ташкил этади. 100 фоиз аванс тўлаш камдан-кам қўллаиилади. Мажбуриятлар бажарилмай қолган тақдирда А. банк кафолати билап таъминланади. А. аванс (бай пули, задаток)даи фарқли ўлароқ мажбуриятни бажаришни таъминлаш усули ҳисобланади.

АВАНС ТАРИҚАСИДА СОТИВ ОЛИШ – инг. forvard purchase) – муқобил савдо шаклларидан бири. Келишувга асосан ривожланмаган мамлакатлар фирмалари хорижлик контрагентга банкдаги махсус шартли ҳисобга тушган пул ўтказилиши билан олдиндан товар етказиб беради. Банкдаги ҳисобда бошланғич сумма тўпланғандан кейин ғарбдаги контрагент шартли ҳисобдан гарантияланган тўловни олиб, муқобил товарларни жўнатади. Аванс тариқасида сотиб олиш ғарбдаги контрагентнинг экспортни молиялаш усулларидан бири ҳисобланади. Бу қуйидаги ҳолларда қўлланилади: дастлабки юк жўнатувчи товарларни юбориш билан боғлиқ тўлов учун зарур миқдордаги пулга эга бўлмаса, контрагент-фирма ҳамкорнинг ҳақ тўлашига ишонмаса. Аванс тариқасида сотиб олиш битимлари тузишда қатор муаммолар юзага келади. Товар етказиб берувчилар одатда ғарб фирмасига кенг ассортиментда товар етказиб бериш имкониятига эга бўлмагани учун, фирма тегишли маҳсулотни танлаб олиш имкониятига эга бўлмайди. Бу ҳол ривожланмаган мамлакатларда экспорт назоратини кучайтириш зарурати билан боғлиқдир. Маҳаллий ҳамкорга ўз товарларини учинчи давлат бозорида сотишга ёрдам берувчи хорижий фирмалар фаолиятига истисно тариқасида рухсат берилади. Бундай ҳолларда битимга ўзгартириш киритилади: аванс тариқасидаги товар аввалдан келишилган хорижий ҳамкорга эмас, учинчи мамлакат кўрсатмаси билан контрагент-фирма муқобил товарларини сотиб олиш шартномасини қабул қилиш шарти билан етказиб берилади. Муаммолар қаторига муқобил товарлар етказиб беришнинг вақт муаммоси, битимларни гарантияланган ҳолда амалга ошириш учун қўшимча маблағлар излаб топиш ва бошқаларни киритиш мумкин.

АВАНТАЖ (фр. avantage) – фойда, наф; қулай ҳолат.

АВВАЛ КЎРГАНЛИК БЎЙИЧА (инг. By preposition examination) – бошқача қилиб айтганда, "кўрилди-қувватланди" алоҳида хусусиятга эга бўлган нақд товарларни сотишда, кўпинча кимошди савдосида харидор товарнинг тўлиқ партиясини кўриб чиқиш ва сўнгра етказиб беришларига розилик билдириш ҳуқуқига эга бўлади. Бундай кўриб чиқиш битимдан аввал ёки кейин ўтказилиши мумкин.

АВВАЛДАН АКЦЕПТЛАШ (инг. Preliminary acceptance) – ҳисоб-китоб операцияларини амалга ошириш ҳуқуқи бўлиб, унда тўлов талаби акцепт муддати тугаши билан дарҳол қондирилади. Бунда, агар тўловчи белгиланган вақт оралиғида ўзига хизмат кўрсатаётган банк бўлимига бошқа шаҳар ҳисоб-

китоби бўйича акцептни тўла ёки қисман рад этишлигини билдирмаса, талаб акцептланган ҳисобланади.

АВВАЛДАН КЎЗДА ТУТИЛГАН ЗАРАРЛАР (инглз. Anticipated losses) – томонлар ўз шартнома шартларини бажаришлари мобайнида аввалдан кўриши мумкин бўлган зарарлар. Томонлар кўзда тутилган зарарлар эҳтимоллигини ҳисобга олишлари ва уни йўқотиш чораларини кўриб қўйишлари керак.

АВИЗО (итал. avviso; инглз. advice) – ўзаро ҳисоб-китоблар, пул ўтказиш, товарларни посилка қилиб жўнатиш ва ҳоказоларни контрагент бошқа контрагентга юборадиган пайтда ўзгаришлар ҳақида уларни расмий равишда хабардор қилиш. Банклар авизо ёрдамида ҳисоблар, ҳисобда қолган қолдиқ маблағлари, ўтказилган пулларга тўланган тўловлар, берилган чеклар, очилган аккредитивлар ҳақида ўз мижозларини огоҳ қилади. А. да одатда унинг рақами, санаси ва операция мазмуни, суммаси, ҳақ тўловчининг ва олувчининг номи кўрсатилади.

АВАРИЯ СЕРТИФИКАТИ (инглз. average certificate) – Суғурталанган мулкдан авария ҳажми, ҳолати ва сабабларини тасдиқловчи ҳужжат. Авария сертификати хизмат томонидан тузилади ва манфаатдор шахсга у томонидан харажатлар авария сертификати хизмати мукофотларини тўлангандан сўнг берилади. Авария сертификати асосан суғурта тўловчи суғуртачи даъволарини тўлаш ёки рад қилиш ҳақида қарор қабул қилади.

АВТОНОМ ТАЪРИФ – (инглз. autonómous tariff) – маълум давлат томонидан бошқа давлатлар билан шартномасиз белгиланган бир томонлама бож таърифи.

АВТОТРАНСПОРТ ЭГАЛАРИНИНГ ФУҚАРОЛИК ЖАВОБГАРЛИГИНИ СУҒУРТАЛАШ (инглз. Incurance of civil responsibility of responsibility of motor transport owners) – авария натижасида суғурталовчининг айби билан юз берган 3-шахсни шикастланиши ёки вафот этиши ёки унга тегишли мол-мулкка зарар етиши ҳолатларида 3-шахс фойдасига фуқаролик даъвоси бўйича ундириб олиниши мумкин бўлган маблағ миқдоридаги суммани жабрланувчига тўланишини таъминлайди.

АВУАРЛАР (фр. avoir-мулк, бойлик; инглз. holdings, assets) – 1) пул ҳужжатлари (чеклар, векселлар, пул ўтказмалари, аккредитивлар), улар ёрдамида тўловлар ўтказилади ва мажбуриятлар узилади; 2) банкнинг чет эл банкларидаги жорий ҳисоб варақасида турган чет эл валютасидаги маблағлари.

АГЕНТ (лот. agens ҳаракат қиладиган; инглз. agent) – тожир воситачи, бирон-бир муассасанинг масъул топши-

риқларинн бажарувчи вакили. Савдо агенти бир ёки бир неча корхоналарнинг маҳсулотини шартнома бўйича сотади. Савдо агенти саноат агентига нисбатан мустақил бўлиб, маҳсулот нархи ва сотиш шароитларини ўзи белгилайди. Харид бўйича агентлар-саноатда ишлатиладиган товарлар хариди бўйича махсус ихтисосга эга бўлган харидорлар.

АГЕНТЛИК БИТИМИ (инглг. agency agreement) – принципиал ва агентлик ўртасида томонларнинг ҳуқуқи ва мажбуриятларини белгилайдиган шартнома. Агентлик битими агентнинг бозорда принципиалга нисбатан мавқеини қайд этади (оддий агент, монопол агент, мулкни сотиш ҳуқуқига эга бўлган ёки "ўнг қўл" агент). Агентлик битимида агентиинг вакил, комиссионер (комиссия шартномаси) ва харидор (олди-сотди шартномаси) сифатида ишлаш шартлари белгиланади. Шунингдек, агентлик битимида мукофот тўлаш шакллари ва усуллари ҳам белгиланади.

АГЕНТЛИК ҲАҚИ (инглг. agent`s commission) – товар олди-сотдиси ёки унинг рекламаси бўйича агентлик (воситачилик ва вакиллик) хизмати тўлови. Одатда, агентлик ҳақи битимда кўрсатилган баҳо фоизи ёки тантьема, яъни соф фойда тўлови шаклида тўланади.

АГЕНТЛИК ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инглг. agent`s operations) – бир томон (принципиал) топшириғига кўра иккинчи томон (агент) орқали принципиал номидан ва унинг ҳисобидан белгиланган ҳудудда товарии сотиш ва сотиб олиш билан боғлиқ бўлган фактик ва юридик фаолиятларнинг амалга оширилиши.

АДВАЛОР (лот. ad valorem қийматга оид; инглг. ad valorem) – қийматга оид; товар қийматининг, битимнинг умумий қийматидан қайд қилинган фоиз шаклига оид.

АДДЕНДУМ (инглг. addendum) – томонлар имзолаган шартнома шартларига киритилган қўшимчалар.

АДРЕСАНТ (нем. adressant) – 1.Корреспонденция, юкии жўнатувчи; 2.Номига вексель ёзилган шахс.

АДРЕСАТ (нем. adressat) – 1.Корреспонденция, юкни қабул қилувчи; 2.Вексель берувчи шахс.

АЖИО (итал. aggio; инглг. agio) – 1) валюта курслари ўртасидаги фарқ; 2) қоғоз пулларни металл тангаларга ёки "кучсиз" валютани "кучли" валютага алмаштиришда олинадиган комиссион йиғим (пул).

АЖИОТАЖ ТАЛАБ (фр. agiotage тартибсизлик, инглг. stock-jobbing) – бозордаги шов-шув ва ваҳима таъсири остида

сунъий пайдо бўладиган ва шиддат билан ортиб борадиган талаб. Бундай талаб, бир томондан, аҳоли орасида миш-мишлар тарқатиш ва реклама воситасида муайян товарларга ўта юқори баҳо бериш орқали истеъмолчи психологиясига таъсир этиш йўли билан, иккинчи томондан, товарларга бўлган ғоят катта қизиқиш, қимматчилик ва қаҳатчилик хавфи, пулни алмаштириш имконияти, ҳар хил шов-шувлар таъсирида пулдан тезроқ қутулиш ва товар захирасини кўпайтиришга интилиш оқибатида юзага келади. Ажиотаж талаб пайдо бўлса, бозор нархи ошади, товарлар талашиб олинади, товар таклифи талабдан орқада қолиб, бозор мувозанати бузилади, товарлар тақчиллиги ғоят кучайиб кетади.

АЖУР (фр. a jiог ҳозиргача; инглю up to date) — операциялар ўтказилган куни махсус дафтарларга қайд этиш.

АЙЛАНМА АКЦИЯ (инглю share negotiability) — эгаси қўлида қоладиган, чиқарилган акция. Агар корпорация акциялар тўловини ўтказмаса, чиқарилган акциялар сони айланма акцияларнинг чиқарилган сонига теиг бўлади.

АЙЛАНМА ВОСИТАЛАР (инглю circulating funds) — бирлашма ташкилот ва корхоиаларнинг ишлаб чиқариш жамғармаларининг бир қисми бўлиб, у бир ишлаб чиқариш циклида ишлатилади ва тўлалигича ўз қийматини ишлаб чиқарилаётган маҳсулотга ўтказади.

АЙЛАНМА ВОСИТАЛАР МЕЪЁРИ (инглю Rate of circulating assets) — ишлаб чиқариш ва маҳсулотни сотиш режасининг бажарилиши учун етарли бўлган товар-моддий бойликлар захирасининг иқтисодий асосланган минимал миқдори.

АЙЛАНМА КАПИТАЛ (инглю working capital,circulating capital) — жорий активларнинг қисқа муддатни мажбуриятлардан ортиб кетиши: компаниянинг тезда пулга айланадиган фондлари. Айланма капитал пул маблағлари, осон сотиладиган қимматбаҳо қоғозлар, дебиторлик қарзлари, моддий-ишлаб чиқариш захиралари, тайёр маҳсулотлардан ташкил топади.

АЙЛАНМАДАН ОЛИНАДИГАН СОЛИҚНИНГ ЎРТАЧА ФОИЗИ (инглю Averageinterest of tax on turnover) — баҳолардаги нархлар фарқлари шаклида айланма маҳсулотлардан солиқ тўловчи улгуржи савдо ташкилотлари давлат бюджети билан бўладиган ҳисоб-китобни соддалаштириш мақсадида қўлланилади.

АККРЕДИТАЦИЯ (лот. accredo-ишоиаман; инглю accreditation) — аккредитив хатда кўрсатилган шартларни бажа-

риш жисмоний ёки юридик шахсларга маълум тўлов тўлаш ҳақида банк тўловномаси: 1) пуллик аккредитив банкнинг маълум суммани қўйган ва уни тўлиқ ёки қисман бошқа шаҳарда маълум муддат ичида олмоқчи бўлган шахсга бериладиган шахсий ҳужжат; 2) товарли аккредитив нақд пулсиз ўзаро ҳисоб-китобларнинг бир шакли сифатида қўлланилади. Бунда ҳисоб-китоб ҳужжатларини тўловчи банкнинг томонларга пул тўлайдиган махсус брон қилинган маблағлари ҳисобидан мол етказиб берувчининг истиқомат қиладиган жойида (жойлашган ерда) тўлайди; 3) чақирилувчи аккредитив очган томон ҳаракати даврида бекор қилиниши мумкин бўлган; 4) чақирилмовчи аккредитив банкнинг, эмитентнинг қатъий мажбурияти; 5) тасдиқланган аккредитив банк уни очган томонидан кафолатланган; 6) тасдиқланмаган аккредитив; 7) револьверли белгиланган умумий лими суммаси ва унинг амал қилиш муддати доирасида фойдаланишига қараб автоматик тарзда тўлдирилиб борадиган; 8) ўтказиладиган аккредитив бошқа шахслар томонидан тўлиқ ёки қисман фойдаланиладиган.

АККРЕДИТИВ ҲИСОБЛАР (инг. payment by a letter of credit) — товарлар ва хизматлар учун нақд пулсиз аккредитивлар билан ҳисоб-китоб қилиш шакли. Одатда, турли шаҳарларда жойлашган банклар ўртасида амалга оширилади. Товар етказиб берувчи банкдан бошқа шаҳардаги харидорнинг ўзига хизмат кўрсатадиган банкка сақлашга қўйган активлари ҳисобидан пул маблағларини олади.

АКСЕЛЕРАТОР (иигл. accelerator) — бозор иқтисодиётини бошқаришда қўлланувчи кўрсаткич. Акселерация тамойилини белгилашда истеъмол сарфларининг кўпайиши ёки озайиши капитал жамғаришда ўзгаришларга олиб келиши ҳисобга олинади. Масалан, маҳсулотга истеъмол талабининг маълум миқдордаги ўсиши ишлаб чиқариш қувватининг ўсиш натижаси бўлиши мумкин. Ёки аксиича, истеъмол сарфларининг маълум миқдорда камайиши тайёрловчилар даромадининг қисқаришига олиб келади, бу эса ишдан чиққан жиҳозларни алмаштиришни талаб қилади, яъни инвестициянинг у ёки бу тарзда пасайиши кузатилади. Акселерация коэффициенти истеъмол сарфларининг ўсиши ёки тушиши билан боғлиқ ҳолда инвестиция ҳажмининг ўзгаришини характерлайди. МДҲ давлатларида иқтисодиётни бошқариш амалиётида акселерация тамойили ҳозирча амалга оширгани йўқ.

АКСЕЛЕРАЦИЯ (лот. acceleratio тезлашиши, инглл. acceleration) – ишлаб чиқариш қувватининг кўпайиши-озайиши, истеъмол талаби билан боғлиқ ҳолда инвестициянинг кўпайиши-озайиши. Миқдор жиҳатдан акселерация коэффициенти ёки акселератор томонидан фойданинг нисбатан ўсиши, истеъмол талаби ёки тайёр маҳсулотнинг ошиши билан боғлиқ ҳолда инвестиция ўсиши муносабати билан акс эттирилади. Бу кўрсаткич истеъмол сарфларининг ўсиш даражаси натижасида ҳосил бўлган янги капитални изоҳлайди.

АКТ (лот. actus; инглл. certifikate, statement, report, deed, act) – 1.Расмий ҳужжат, ёзув протокол. А. атамаси остида давлатлар, юридик ва жисмоний шахслар орасидаги сиёсий, иқтисодий битим ва шартномалар маълум юридик меъёрлар шаклида қайд этиладиган ҳужжат тушунилади. А. атамаси шартли бўлиб, лотинча "actum est" (амалга оширилди) бирикмасидан келиб чиққан расмий ҳужжатларнинг хулоса қисмида қўлланади. Шунинг учун бу атама барча ҳужжатлар учун қўлланади. 2.Ўқув юрти ёки илмий муассасада бўлиб ўтган тантаиали йиғилиш ("актлар зали" шу сўздан келиб чиққан).

АКТИВ (инглл. assets) – 1) компанияга тегишли бўлган, ҳамда қийматларга эга ҳамма нарса, ёки: нақд маблағлар, бино ва ускуналар (асосий капитал); патентлар ва "фирма қиймати" (ёлланмаган активлар); 2) корхонанинг моддий ва номоддий қийматларини (гудвилини) акс эттирадиган бухгалтерлик баланси қисми, уларнинг таркиби ва жойлашуви нуқтаи назаридан; 3) балансларнинг баъзи турларида (тўлов баланси ва бошқаларда) даромадларнинг сарф-харажатлардаи ошиши.

АКТИВ ПОЗИЦИЯ (инглл. active (position attitude) – 1.Биржа савдоси жамланган маҳсулот етказиб бериш ойлари, активлар орасидаги ойларда маҳсулот етказиб бериш бўйича битим тузиш жуда кам қўлланади ва биржа сессиялари пайтида баҳоси белгиланадиган маҳсулот етказиб бериш ойлари.

АКТИВ САЛЬДО, АКТИВ ТЎЛОВ БАЛАНСИ (инглл. active balance, assets of balance of payments) – жорий операциялар ва капитал ҳаракати баланси бўйича актив сальдо; мамлакатнинг чет элдан тушадиган тушумлари суммаси унинг хорижий сарф-харажатлари ва тўлов суммаларидан ошиб кетадиган тўлов баланси.

АКЦЕНТ (лот. acceptus қабул қилинган; инглл. acceptonce) – 1.Тўловга розилик ёки пул, ҳисоб, маҳсулот ҳужжатлари ёки маҳсулотга ҳақ тўлаш кафолати; 2.Келишилган шартлар билан

шартнома тузишга розилик. Акцент ички ва халқаро товар-пул айланмасида кўрсатилган хизматлар ҳамда келтирилган товарларни ҳисобга олиш шакли сифатида кенг қўлланади. 3.Векселлар, чеклар ва бошқа қимматбаҳо қоғозлар, шунингдек, товар ҳужжатларини ҳисобга олиш шакли. Кредит-банк муассасалари ёрдамида амалга оширилади.

АКЦЕПТСИЗ ТЎЛОВЛАР (инг. payments without accept) – тўлов учун қарздорнинг розилиги талаб қилинмай, бу ҳақдаги ҳужжатга "акцептсиз" деб ёзиб қўйиладиган тўлов талабномаси асосида амалга ошириладиган тўловлар. Коммунал хизматлар ва бошқаларда шу тартиб амалга оширилади ҳамда абонент тўлови белгиланади. Стандартга тўғри келмаган маҳсулот учун тўланган ортиқча пулларни қайтаришда ҳам бу усул қўлланади.

АКЦИЗ (лот. accidere кесмоқ; инг. excise, excise-duty) – асосан оммавий истеъмолдаги товарлар ва хусусий корхоналарнинг нархига ёки тарифига қўшиладиган бевосита товарларга солинадиган солиқлар тури.

АКЦИОНЕР ЖАМИЯТИ (инг. joint stock company, company limited by shares) – турли корхона, ташкилот, банк, компания ва айрим шахслар пул маблағларини шерикчлик ва соҳибкорлик мақсадида бирлаштирадиган жамият (корхона). Муомалага номинал қиймати кўрсатилган акциялар чиқариш ва уни сотиш бундай жамият молиявий негизини ташкил этади. Акция эгалари-ширкатчилар дивиденд шаклида даромад оладилар. Акциялар жамиятининг очиқ ва ёпиқ кўринишлари бор. Ёпиқ акционер жамият-жамият акциялари фақат унинг таъсисчилари ўртасида тарқатилади. Очиқ акционер жамият акциялари эркин сотилади ва сотиб олинади. Акционер жамият юридик шахс бўлиб, мажбуриятлари учун ўзига тегишли мулк доирасида жавоб беради. Акционер жамиятлар эркин капиталларни марказлаштириш шакли ва шу билан бир қаторда аҳоли кенг қатламларининг жамғармаларининг сафарбар қилиш, уларни капиталга айлантириш воситачи ҳамдир. Бунда акциялар чиқариш, ширкатчилик жамиятларида иш ҳақи ва мукофотнинг бир қисмини ишчиларга корхона акцияси билан тўлаш сифатида тақсимлаш амалга оширилади. Собиқ СССРда 30- йиллар бошига савдо ва саноат соҳаларида давлат, аралаш, хусусий, кооператив мулк шаклига асосланган 161 акционер жамият мавжуд бўлган. Ўзбекистон Ресиубликасида биринчи акционерлик жамияти 1989 йили ташкил топди.

АКЦИОНЕРЛАРИНИНГ УМУМИЙ ЙИҒИЛИШИ (инг. meeting of shareholders) – акционерлар ёки улар ишончли вакилларининг қонун, низом, ички регламент асосида уларга алоқадор масалаларни ҳал қилиш учун, шунингдек, ҳокимият аъзоларини сайлаш, низомга ўзгартиш киритиш, бошқа компания билан бирлашиш, фаолиятни бўлиш ёки тўхтатишга оид масалаларни ҳал этиш учун йиғилиши.

АКЦИОНЕРЛИК ЖАМИЯТЛАРИНИНГ БОШҚАРУВ ОРГАНЛАРИ (инг. management body of joint-stock company) – бошқарув органларига: акционерларнинг умумий йиғилиши, акционер жамияти кенгаши (кузатувчи кенгаш), бошқарув ва унинг раиси, ревизия комиссияси киради. Турли иқтисодий тизимга эга бўлган турли мамлакатларда бошқарув органларининг таркиби мавжуд корпоратив қонунчиликка мувофиқ бундан бошқача бўлиши ҳам мумкин.

АКЦИОНЕРЛИК ЙИҒИЛИШИ (инг. meeting of shareholders) – акционерлик жамиятининг юқори бошқарув органи. Турлари: таъсисли, фавқулодда, махсус ва тартибли.

АКЦИЯ (голл. aktie қимматбаҳо қоғоз; инг. shares, stocks) – акционерлик жамияти чиқарадиган ва унинг эгасига жамият оладиган фойдадан (дивиденддан) маълум миқдорда даромад олиш ҳуқуқини берадиган қимматбаҳо қоғозлар. Ҳамма акциялар (шунингдек, ҳамма қимматбаҳо қоғозлар каби) проспект билан берилиши ва унда акцияларнинг чиқарилиш шартлари, акционерлик компанияси эгаларининг ҳуқуқ ва бурчлари кўрсатилади: оддий ва имтиёзли, даромадли, номи ёзилган акциялар ва бошқалар.

АКЦИЯДОРЛАР ЖАМИЯТИ (инг. joint-stock company) – капитални марказлаштириш ва йирик корхонанинг асосий ташкил этиш шакли. Акциядорлар жамияти низомида жамиятнинг мақсади, капитал миқдори, бошқариш тартиби, бошқарув органлари тузилиши ва бошқалар белгилаб қўйилади. Акциядорлар жамиятининг олий органи – одатда бир йилга сайланадиган акциядорларнинг умумий йиғилиши. Акциядорлар жамиятининг жорий ишларини идора, назорат кенгаши, директорлар кенгаши бошқаради. Акциядорлар жамияти капитали кўпгина индивидуал капиталлар ва акция, облигациялар чиқариш йўли билан тўпланган пул маблағларининг қўшилиши билан ҳосил қилинади ва акциядорлар жамияти фойдалари ҳамда янги акциялар чиқариш билан ортиб боради. Акциядорлар жамияти икки хил капиталдан ташкил топади. **Ўз капитали** таркибига акцияларни чиқариш ва сотишдан олинган маблағлар, фойдадан олинган за-

бу ҳудудда шартнома асосида савдо-сотиқ амалга оширилишдан қатъи назар мукофот тўланади.

АМОРТИЗАЦИЯ (лот. amortisatio тўлаш; ннгл. amortization, depreciation) — аста-секин эскираётган асосий фондлар қийматини ишлаб чиқарилаётган маҳсулот қийматига ўтказиш. Пул маблағларининг мақсадли жамғарилиши ва уларнинг кейинчалик эскирган асосий фондлар ўрнини тўлдириш учун қўлланилиши. Бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда амортизация ажратмалари тартибини белгилай бориб, давлат талбиркорга жадаллаштирган амортизация орқали солиққа тортиладиган фойда суммасини камайтириш имконини беради ва бу билан янги техника ҳамда технологияни тез жорий қилишга рағбат уйғотади. Шахс ёки ташкилот даврий бадаллар ва мажбуриятларни сотиб олиш йўли билан секин-аста қарзлардан узилади.

АНИҚ ВАҚТИДА ТАМОЙИЛИДАГИ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ — моддий-техника захираларини бошқариш тизими бўлиб, унга кўра маҳсулот, маҳсулот қисмлари ва материаллар фақатгина айтилган муддатда ҳамда сўралган миқдорда етказиб берилади. Бу тизимиинг асосий мақсади маблағ сарфини ва сақлаш ҳаракатини камайтиришдир.

АНИҚ МАҲСУЛОТ БИРЖАСИ (ингл. actuals excange) — маҳсулотларнинг аниқ партиялари билан битим тузиладиган маҳсулот биржасининг дастлабки шакли. Аниқ маҳсулот биржасида биржа савдоси ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ёки экспорт қилувчи орасида алоқа ўрнатади. Ривожланган мамлакатларда аниқ маҳсулот биржаси намунавий шартномалар тайёрлаш ва информацион фаолият билан шуғулланади.

АРАЛАШ АССОЦИАЦИЯЛАР (ингл. mixed associations) — ишлаб чиқариш хўжалик ва социал фаолият юритувчи характерга эгадирлар.

АРАЛАШ БАНКЛАР (ннгл. mixed banks) — 1) Чет эл капитали қатнашган баик; 2) ярим давлат баиклари бўлиб, бунда давлат ва шахсий баиклар қатнашади.

АРАЛАШ ЖАМИЯТ (ингл. mised corporation) — чет эл капитали билан ҳамкорликда барпо этилган, мамлакат қонунларига бўйсунувчи корхоиа, хўжалик фаолияти турларидан бири.

АРБИТРАЖ БИТИМИ (ингл. arbitrage transaction) — 1.Бир бозорда хорижий валюта, қимматбаҳо қоғозлар ёки маҳсулотларни бир вақтда сотиб олиш ва уларни қимматроқ баҳода бошқа бозорда сотиш; 2.Турли биржа марказларида турли баҳо даражаларига асосланган фойдали биржа битими.

хира капитали киради. **Заём капитали** банк кредити ва облигациялар чиқаришдан келадиган маблағлар ҳисобига ташкил топади. Акциядорлар жамияти **ёпиқ** ва **очиқ** турга эга. Ёпиқ турдаги акциядорлар жамиятида акциялар акциядорлар орасида тақсимланади ва очиқ савдога чиқарилмайди. Очиқ турдаги акциядорлар жамиятида эса акциялар эркин сотилади ва сотиб олинади.

АКЦИОНЕР (инглз. shareholder) — ташкилот ёки компания акциялари эгаси, йиллик ёки фавқулодда йигилишларда овоз бериш ҳуқуқига эга бўлган акциядор. А. компания фаолиятини назорат қилади, директорлар сайловида қатнашади, фавқулодда масалалар бўйича қарорларни тасдиқлайди. Оддий акция бир овозга эга.

АЛМАШТИРИЛАДИГАН ОБЛИГАЦИЯЛАР (инглз. exchangeable bond) — бошқа компанияларнинг (облигация чиқарган компаниянинг эмас) оддий акцияларига алмаштириб олиш мумкин бўлган облигациялар.

АЛОҚА ТАРИФЛАРИ (инг. communication tarifs) — ставкалар системаси бўлиб, улар бўйича алоқа муассасалари фойдаланувчига хизмат кўрсатади.

АЛОҲИДА АФЗАЛЛИКЛАРГА ЭГА ОБЛИГАЦИЯ (инглз. senior bond) — у юзасидан талаб этилганда алоҳида ҳуқуқ берадиган облигация.

АЛОҲИДА ИҚТИСОДИЙ ЗОНА (инглз. exclusive economic area) — мамлакатнинг қуруқлик чегараси, шунингдек, денгизда 20 миль атрофидаги қисм.

АЛОҲИДА ҲИСОБ (инглз. special account) — хўжалик ташкилотлари орасидаги ҳисоб-китоб шакли бўлиб, унга кўра хўжалик органи унинг ташкилотига хизмат кўрсатаётган банк-ка етказиб берувчи жойлашган жойдаги банкка маълум миқдордаги суммани ўтказиш ва етказиб берувчи ҳисоб-фактурасини тўлаб қўйиш кабиларни буюриши мумкин. Алоҳида ҳисоб аккре-дитивдан шуниси билан фарқ қиладики, у билан 1 тагина маж-бурият бўйича ҳақ тўланмайди, балки 1 та пуиктда турган бир неча етказиб берувчилар юборган ҳисоб-китоблар тизимини амалга оширади.

АЛОҲИДА ҲУҚУҚҚА ЭГА БЎЛГАН АГЕНТ (инглз. exclusive agent, sole agent) — бошлиқнинг товарларини маълум ҳудудда сотиш ҳуқуқига эга бўлган агент. Бундай агентга унинг, бошлиқнинг ёки бошқа агентнинг ҳаракати билан уш-

АРБИТРАЖ СУДИ (инг. arbitration court) – Савдо саноат палатасида мунтазам фаолият кўрсатувчи жамоат ташкилоти, халқаро-иқтисодий ва илмий-техник алоқаларни амалга ошириш пайтида шартномавий ҳамда фуқаролик-ҳуқуқий муносабатлардан келиб чиқувчи мунозараларни ҳал қилиш учун ташкил этилган. Арбитраж суди қарорлари қатъий бўлиб, шикоятга ўрин йўқ ва суд томонидаи ўрнатилган муддат амалга оширилиши шарт. Бу суд томонларнинг жанжални ҳал қилиб бериш учун берган ёзма розиликларидан сўнг иши кўриб чиқади.

АРЕНДА (лот. arrendare гаровга бермоқ; инглл. lease, rent) – ижара.

АРИЗА-МАЖБУРИЯТ (инглл. statement-obligation) – хўжалик органлари томонидан махсус ссуда ҳисоби бўйича кредит олишда қўлланади.

АРТЕЛЬ (инглл. artel) – умумий хўжалик фаолиятини юритиш учун жисмоиий шахсларнинг эркин бирлашмалари турларидан бири. А. атамаси меҳнат жараёнлари ва операцияларини бирга бажаришга қаратилган бирлашмалар (қишлоқ хўжалиги, балиқчилик А.) ёки ишлаб чиқариш воситалари қисман қўшилган бирлашмаларга нисбатан ҳам қўлланади.

АСОСИЙ ВОСИТАЛАР (инглл. fixed assets) – мавжуд асосий жамғармаларга қўшилган иул воситалари.

АСОСИЙ МАБЛАҒ (инглл. fixed capital) – ишлаб чиқариш маблағининг қисми бўлиб, товар ишлаб чиқаришда тўла ва ҳар томонлама иштирок этади, янги маҳсулотга ўз қийматини бўлиб-бўлиб ўтказади, бу маълум муддатда давом этади. Асосий маблағга: бино қуриш, иишоот қуриш, машина, асбобускуналар сотиб олишга сарфланадиган аванс маблағи киради. Товар реализация қилингандан сўнг асосий маблағ пул шаклида тадбиркорга қайтарилади. Асосий маблағ жисмонан ва маънан эскиради. Жисмоиий эскириш – амортизация сифатида қисмаи қайтадиган, мунтазам равишда маҳсулотга ўтиб борадиган, истеъмол қиймати маблағининг иасайиб бориши. Маънавий эскириш – меҳнат маҳсулдорлигининг ортиб бориши ва техника тараққиёти туфайли эскириш бўлиб, жисмоний эскириш юз беришидан аввалроқ уни янгилаш керак бўлади.

АСОСИЙ ФОНДЛАРИИИГ ҚОЛДИҚ ҚИЙМАТИ (инглл. residual; value of fixed funds) – эскирганлигини ҳисобдан чиқарган ҳолда ўрнатилган ёки қайта тикланган асосий фондлар қиймати. Амалга ошириш (опцион ҳуқуқидан фойдала-

ниш) опцион эгасиниг фаолияти бўлиб, унга кўра имзо чекувчи опцион шартларини бажариши керак.

АСОСИЙ ФОНДЛАРНИНГ ЖИСМОИИЙ ЭСКИРИШИ (инг. depreciation of general funds) – асосий фонд элементларининг моддий жиҳатдан эскириши, табиат таъсири ва ишлатилиши сабабли уларнинг истеъмол нархини пасайиб бориши.

АССОРТИМЕНТ (фр. assortiment; инг. range, assortment) – навлари, маркалари, ўлчамлари, артикуллари бўйича аниқлаштирилган маҳсулотлар, хизматлар мажмуи.

АССОЦИАЦИЯ (инг. association) – юридик, жисмоний шахсларнинг ихтиёрий бирлашмаси.

АТАЙЛАБ ҚИЛИНГАН БАНКРОТЛИК (инг. premeditated bankruptcy) – раҳбар ёки мулкдор томонидан корхонани атайлаб тўлашга қурби етмайдиган даражага олиб келиши, шунингдек, шахсий ёки бошқа шахс манфаатини кўзлаб корхонага келтирилган зарар.

АУДИТ (лот. audit у эшитяпти; инг. audit) – компания молиявий фаолиятининг аудитор томонидан текширилиши. "Хусусий аудит" сўров бўйича ўтказилади. Масалан, бир гуруҳ акционерлар жамиятининг молиявий фаолиятини текшириш учун хусусий аудиторни таклиф этишлари мумкин. "Қонуний аудит" юридик жиҳатдан асосланган чорадир. Ғарб мамлакатларида фирма кредит олишида холис аудиторнинг унинг молиявий аҳволи ҳақидаги ҳисобини банкка тақдим қилиш шарт. Ҳозирги пайтда А. вазифалари компания молиявий фаолиятини текшириш доирасидан чиқиб кетмоқда. Масалан, ички аудиторлар вазифасига қуйидагилар киради: операцион аудит-компанияни бошқарув масалалари (маркетинг бўйича ишларни баҳолаш, компания структураси самарадорлигини баҳолаш ва ҳоказолар), бўйича маслаҳат (консультация) беришга ўхшаш фаолияти ҳамда фаолиятининг тўғри келиши (мослиги) ҳақидаги аудит-компания фаолиятининг юқори ташкилотлар белгиланган қоидалар ёки қонунчилик меъёрларига тўғри келишлигини (меҳнатга ҳақ тўлаш ставкаларини белгилашда иш ҳақининг миниимал даражаси ҳақидаги қонунларга риоя қилишлигини, тузилган шартномаларни юридик талаблар нуқтаи назаридан туриб баҳолаш ва ҳоказолар).

АУДИТОР (лот. auditor эшитувчи; инг. auditor) – аудиторлик фаолияти билан шуғулланиш учун белгиланган тартибда ҳуқуққа эга бўлган ва аудиторларнинг касб реестрига қўшилган мутахассис.

АУДИТОРЛИК СЕРТИФИКАТИ (инглз. certificate of audit) – Аудитор ёки аудиторлик фирмаси текширувчи натижаларига кўра, фирма балансининг тўғрилигини тасдиқловчи ҳужжат.

АУДИТОРЛИК ХИЗМАТИ (инглз. audit service) – шартнома асосида акциядорлар компанияларининг молиявий-хўжалик фаолиятини текширадиган фирмалар. Аудиторлик хизмати одатда тегишли акциядорлар компаниялари фаолиятини назорат қилиш учун давлат органларидан махсус ваколатнома олади. Аудиторлик хизматининг асосий вазифаси комианиянинг қонуний асосда даромад ва харажатлар ҳисоби ва баланси ҳақида йиллик ҳисоботда эълон қилинадиган молиявий ҳолатини текшириш ва маълум хулосани беришдир. Бундан ташқари, аудиторлик хизмати назорат қилишдан ташқари маслаҳат бериш вазифасини ҳам бажаради.

АУДИТОРЛИК ХУЛОСАСИ (инглз. audit conclusion) – аудитор томонидан имзоланган, муҳр билан тасдиқланган, бухгалтерлик ҳисоби ва йиллик молиявий ҳисобот талаблари асосида хўжалик юритувчи субъектнинг фаолияти ҳақидаги ҳужжат.

АУКЦИОН (лот. auctio очиқ савдо; инглз. auction) – товар ёки мол-мулкнинг энг юқори нарх таклиф қилган шахс томонидан катта омма олдида ошкора сотиб олиииши (кимошди савдоси). Аукциои сотувчининг ўзи ташкил қилган, мажбурий ёки бу муносабатларда комиссионер сифатида чиқадиган махсус ташкилот орқали амалга оширилиши мумкин.

АУКЦИОИ БАҲОСИ (инглз. auction price) – аукционда аукционст томонидаи эълои қилинган бошланғич баҳонинг ошиши ёки камайиши ҳисобига юзага келадиган баҳо. Халқаро савдода маҳсулотга аукцион баҳо ҳақидаги маълумотлар ХТМБ (хорижий тижорат маълумотномалари бюллетени)да эълон қилииади.

АХБОРОТ ТАРМОҒИ (инглз. information network) – узоқда жойлашган маълумотлар базасига кириш ва космик коинотлар бўйича фойдаланувчилар ўртасидаги алоқа амалга ошириладиган тармоқ. Барча ахборот тармоқлар 2 хил режимда-диалог ва автоном режимда ишлайди. Биринчи ҳолда мижознинг буюртмасини бажарилишида унинг мавжудлиги ҳосил бўлади одатда маълумотлар базаси шундай ишлайди. Бошқа барча хизматлар электрон почта, телекс, факс хизматлари ва иш ҳужжатлари билан алмашиш иккинчи режимда амалга оширилади. Автоном режимда, шунингдек, турли гуруҳ одамларнинг мулоқотини телеконференциялар ўтказиш таъминлайди. Ахборот тармоқлари маълумотлар банки сингари ихтисос-лаштирилган

ёки баъзи тармоқлар мавзулар чегаралаши мумкин. У ҳолда ўзаро алоқа вазифаси шлюзлар, электрон ускуналари ёрдамида ҳал қилинади. Мижозлар тақдим қиладиган хизматлар оддий рўйхатига: шахсий алоқа каналини бериш билан ахборотни ташиш, турли хил эълонлар электрон доскасига телефакс, телексга чиқиш имкониятини берувчи телекс, шлюзлар, электрон почталар, тизимини ўз ичига олувчи иш юзасидан алоқалар диалог режимида иқтисодий характердаги маълумотлар базасига кириш; банк молия ва бошқа фаолият соҳасидаги тармоқ дастурларини ишлаб чиқиш ва қўллаб-қувватлаш.

Б

БАЗА (инглл. benchmark) — 1.Қиёслаш учун асос сифатида қўлланадиган, маълум вақт билан боғлиқ реал иқтисодий маълумотлар; 2.Маҳсулотларни қабул қилиш, сақлаш ва улгуржи харидорларга тарқатиш билан шуғулланадиган корхона.

БАЗИС (БОШЛАНҒИЧ) СТАВКА (инглл. basis (original) rate) — йирик акционерлик комианиядан тижорат банклари томонидан олннадиган энг кичик фоиз ставкаси. Бошқа фоиз ставкалари (масалан, айрим шахслардан; автомобиль, тижорат ва молия ташкилотларидан ссуда учун олииадиган ставкалар) базис ставкасига қўшимча қилинадн.

БАЗИС (инглл. basis) — 1.Маълум муддатга қўйилган маҳсулот баҳоси билан мавжуд маҳсулот баҳоси, аниқ товар баҳоси билан биржа котировкаси орасидаги фарқ. 2.Базис даромади ва базис камомади аиик товарлар ҳамда хедж тариқасида фойдаланиладигаи биржа шартномалари билан бнтимни ўэ ичига олган операциялар бўйича соф фойда ёки харажатларни аиглатади.

БАЗИС БАҲОСИ (инглл. original price) — 1) умумий товарлар ва уларнинг айрнм гуруҳлари бўйича савдода (экспорт ва импорт) баҳолар индексини аниқлаш учун ишлатиладиган асос. БМТ даврий иқтисодий нашрларида, халқаро ва миллий ташқи савдо статистикасида чоп этилади. Ҳозирги шароитда БМТ статистнкасида база сифатида 1980 йилнинг экспорт баҳоларидан фойдаланилади; 2) муайян маҳсулотнинг ташқи савдо баҳосини аиикдашда намуна сифатида олиниган ва қайд қилиигаи, маълум сифатларга эга бўлган буюм баҳоси.

БАЗИС ВАЛЮТАСИ (инг. basis currency) – маълум мамлакат ёки молия марказида бошқа валюталарнинг курсини белгилаш учун асос бўладиган валюта.

БАЗИС ДАРОМАД-ХАРАЖАТЛАРИ (инг. basis gains losses) – маълум товар билан тузилган битим ва хеджи сифатида қўлланувчи биржа шартномаларини бирлаштирган барча биржа операциялари бўйича соф даромад-харажатлар.

БАЗИС ЙИЛИ (инг. base year) – иқтисодий кўрсаткичлар аниқланаётган йил.

БАЙ-БЭК (инг. buy-back) – "қайта харид қилиш", узоқ муддатли товар алмаштириш операцияси бўлиб, унда машина ва жиҳозларни етказиб бериш шу машина ва жиҳозлар ёрдамида ишлаб чиқарилган маҳсулот билан тўлаш бўйича кредит сифатида амалга оширилади. Амалиётда бу йирик корхоналар қурилишида қўлланадиган компенсацион келишувдир. Компенсацнон лизинг деб номланувчи бу операция жиҳозларни ижарага беришда ҳам қўлланади.

БАҲО (НАРХ) – товар қийматининг пул шакли товар нархи ёки хизматда гавдаланган ижтимоий меҳнат қийматии пул шаклида ифода этиш, пулда ўлчаш. Нархни қиймат белгилайди, аммо у аниқ қийматдан юқори ёки паст бўлиши мумкин, бу эса бозордаги муайян товарга бўлган талаб ва унинг таклифига боғлиқ бўлади.

БАҲО ҚАЙЧИСИ (инг. Price seissors) – сотилган ва олинган товарлар баҳолари орасидаги узилишни ифодаловчи категория.

БАҲО МАСШТАБИ (инг. Scale of prices) – пулнинг техник функцияси: баҳонинг пул бирлигида ифодаланиши. Маълум мамлакатда пул бирлиги сифатида қабул қилинган металл (олтин ёки кумуш)инг миқдорий оғирлигини ифодалайди.

БАҲОЛАР КЕТМА-КЕТЛИГИ АСОСИДА ЎРНАТИЛГАН БИТИМ (инг. prise to be fixed transaction) – нақд товар билан битим бўлиб, бунда контракт тузиш вақтида тарафлар фақат биржа котировкаси учун мукофот қайд қилинади фьючерс эса товар етказиб беришнинг муддати тугагунча харидор ёки сотувчининг кетган вақтида амалга оширилади. Ва бу ҳолда фьючерс шартномасини бир тарафдан 2-тарафга ўтказилмайди. Экспорт ёки импортчи қандайдир сабабларга кўра, фьючерс биржа механизмидан фойдалана олмаган

ҳолатларда қўлланилади. Экспортчилар бундай шартномани баҳолар ошиши кутилаётганда амалда қўллайдилар.

БАЛАНС (фр. balance тарози; инг. balance) — бу кўрсаткичлар тизими бўлиб, тизимнинг баъзи томонларини солиштириш ёки қарши қўйиш йўли билан бирор ҳодисани тавсифлайди. Баланслар иқтисодий ва техник баланс сифатида фарқланади.

БАЛАНС ҚИЙМАТИ (инг. Book value) — компаниянинг бухгалтерлик дафтари бўйича активлар қиймати. Барча активларни жамлаш (амортизацияни чиқариб ташлагандан сўнг), кейин эса барча қарз ва мажбуриятларни айриш ҳамда компания бухгалтерлик дафтаридаги ҳар қандай имтиёзли акциялар ликвидацияси баҳосини айриш йўли билан аниқланади.

БАЛАНС ҲИСОБОТИ (фр. balance тарози; инг. balance) — компания активлари табиати ва миқдори, мажбуриятларн ҳамда капиталиии акс эттирувчи қисқа молиявий ҳисобот.

БАЛАНС ФОЙДА (инг. balance profit) — ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлигининг сунъий кўрсаткичи. У маҳсулот (иш, хизмат кўрсатиш) сотишдан келган фойда суммаси, реализация қилинмаган операциялардан келган даромад ва моддий бойликлар бу операциялар бўйича чиқимлар сифатида аниқланади.

БАНДЕРОЛЬ (фр. banderole; инг. book-post, printed matter) — товарнинг акциз ёки пошлина тўланганлигини кўрсатувчи белги сифатидаги ёрлиғи.

БАНК (итал. banko алмаштириш дўкони; инг. bank) – молиявий корхона бўлиб, у вақтинча бўш бўлган пул маблағлари (қўйимлар, омонатлар)ни ўзида сақлайди, иқтисодиёт объектларига кредит (заём, ссуда)лар беради, корхоналар, муассасалар ёки алоҳида шахслар билан ўзаро тўловлар ва ҳисоб-китобларда воситачилик қилади, мамлакатда пул муомаласини (жумладан, янги пуллар чиқарилиши-эмиссиясини) тартибга солиб бошқаради.

БАНК ЎТКАЗМАСИ (инг. bank transfer, remittance) — бир шахснинг бошқа шахсга пул ўтказиш юзасидан банкка берган топшириғи. Ўтказма бўйича топшириқ олган банк ўз мухбири орқали уни амалга оширади. Халқаро ҳисоб-китобда банк ўтказмаларидан асосан кредит қарзларини тўлашда, аванс беришда, товар сифати ва турлари бўйича рекламаларни тартибга солишда, очиқ ҳисобдаги қарзларни тўлашда ва савдога оид бўлмаган ҳисоб-китобларда фойдаланилади. ●

БАНК БЕКСЕЛИ (инглз. bank bill) — маълум мамлакат банклари томонидан ўз хорижий корреспондентларига қўйилган тратта (хорижий банклар).

БАНК ДЕПОЗИТИ (инглз. bank deposit) — баик мижози юридик ёки хусусий шахс томонидан банкка сақлаш учун қўйилган пул маблағлари; улар банк ҳисоботида пассив сифатида кўрсатилади.

БАНК ДЕПОЗИТЛАРИ (инглз. bank depozit) — кредит ҳисобига ёки тенг миқдорда пул ёки бошқа валюта тўлаш ҳисобига банкдан маълум миқдорда пул олиш ҳуқуқини берадиган омонатлар.

БАНК КАФОЛАТИ (иигл. bank guarantee) — мижознинг илтимосига кўра тижорат баики томонидан бўлак (аванс) сифатида суммаии контракт шартлари бўйича бажариш ва кафолатлаш. Банк кафолати берилишида кафолат мажбуриятининг мазмуни банкнинг ўз фармойиши билан сўзсиз тартибда қарздор ташкилотнинг ҳисобдан унинг суммасини кафолат ташкилот ҳисобидан қоплаш йўли билан ёки у ташкилотга таалуқли бўлган пулларнн ундириш йўли билан ссудани қоплаш ҳуқуқидан иборатдир.

БАНК ҲИСОБИ (инг. bank account) — банк ҳар бир мижози томоиидан пул маблағларининг қўйилиш ва олинишини ҳисоблаш усули. Банк ҳисобида мижозларни барча молиявий операциялари акс этади, шунинг учун у шунингдек, яна улар хизмат кўрсатувчи ташкилотлар, идоралар ва бошқа банклар билан ўзаро муносабатлар механизми бўлиб ҳам ҳисобланади. Умумий ҳолатда банклар операцион, яъни тўлов ва бошқа молиявий операцияларии амалга оширувчи ҳамда омоиат банклари, яъни аҳоли жамғармаларнни сақлашга мўлжалланган ҳам бўлади.

БАНК МИЖОЗИ (инглз. Bank clients) — банкка кредит, жамғарма, ҳисоб-китоб, валюта ва бошқа операцияларни амалга ошириш учун мурожаат қиладиган ҳуқуқий ёки жисмоний шахслар.

БАНК ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инглз. Banking opirations) — банкларнинг пул маблағларини жалб этиш ва уларни жойлаштириш, пулларни муомалага киритиш ва уларни муомаладан чиқариш, ҳисоб-китобларии амалга ошириш ва ҳоказо операциялари билан шуғулланадилар. Банк операцияларига пассив банк операциялари, акти банк операциялари ва комиссия (воситачи) операциялари киради.

БАНК ПЕРЕВОДИ (инг.л. bank transfer, rimittance) – Маълум бир шахснинг банкка бошқа шахс фойдасига маълум миқдордаги маблағни ўтказиш учун берган топшириғи. Бу топшириқни олган банк уни ўз корреспонденти орқали бажаради. Ташқи савдо ҳисоби бўйича эса банк переводи кредит бўйича қарз тўлаш, аванс бериш, рекламани йўлга қўйиш, очиқ ҳисоб бўйича қарзларни тўлаш, шунингдек, носавдо характердаги ва бошқа операциялар ҳисоби бўйича қарзларни ҳисоб-китоб қилиш мақсадида амалга оширилади.

БАНК ССУДАСИ (инг.л. bank loan) – фоиз тўлаш шарти билан банклардан бериладиган нул воситаси. Қисқа муддатли, ўрта муддатли, узоқ муддатли, шунингдек, тўланувчи ссудалар, ҳисоб векселлари, товар ҳужжатларига асосланган ссуда, қимматли қоғозлар, инвестиция ссудалари фарқланади.

БАНК ССУДАСИ БЎЙИЧА ШОШИЛИИЧ МАЖБУРИЯТЛАР (инг.л. forward securities on loans of banks) – банкка қарздор ҳисобидан кредит муддати тугаши билан ҳеч қандай эътироз кредитни тўлаб қарзни узиб юбориш ҳуқуқини берувчи ҳужжат бўлиб, бунда кредит муддати кўрсатиб қўйилади.

БАНКЛАРДА ҲИСОБ ОЧИШ (инг.л. banks account opening) – бирлашма, корхона, ташкилотнииг тасдиқланган низом намуналари бўлган карточка ва муҳр белгиси бнлан биргаликда банкда ҳисоб очиш учун ариза топшириб расмийлаштириш.

БАНКЛАРДА ҲИСОБЛАРИИ ЁПИШ (инг.л. closing of bank accounts) – ташкилот, корхона ва муассасаларниинг ўз аризалари ёки уларнинг органлари қарори билан жорий ҳисоб ва ҳисоб-китоб ҳаракатларининг тўхтатилиши.

БАНКЛАРДАГИ ҲИСОБ-КИТОБ ОПЕРАЦИЯЛАРИНИНГ ҲИСОБИ (инг.Discount of settlement operations in banks) – бухгалтерия (тизимидаги) ва оператив (тизимдан ташқари) ҳисобларга бўлинади. Бухгалтерия ҳисоби етказиб берувчилар билан ҳисоб-китоб ишларини амалга оширишда корхоналар ва ташкилотлар томонидан банкларда очилган ҳисоб-китоб, жорий ва бошқа ҳисоблардаги пул маблағлари ҳаракатини ифодалайди. Оператив ҳисоб нақд пулсиз тўлов айланмаси ҳажми ва тизимини ифодалайди.

БАНКЛАРДАГИ ОПЕРАТИВ ҲИСОВОТ (инг.л. operations account on bonks) – бухгалтер ҳисобида акс этмайдиган ёки унинг бошқа қисмида акс этадиган пул, ҳисоб-китоб, кредит

операциялари ва алоҳида кўрсаткичларнинг тизимдан ташқаридаги ҳисоботи.

БАНКЛАРНИНГ МАЖБУРИЙ РЕЗЕРВЛАРИ (инглз. obligatory bank reserves) – мажбурий резервлар нормаларига мос равишда ўзларининг баъзи операцияларини таъминлаш мақсадида марказий банкларда сақланиши керак бўлган тижорат банклари ва кредит ташкилотларининг маблағлари.

БАНКЛАРИИИГ ПАССИВ ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инглз. passive banks operations) – шундай операцияларки, банклар улар воситасида кредит ва бошқа актив банк операцияларини ўтказиш учун ўз ресурсларини ташкил қиладилар.

БАНКЛАРИИНГ ТОВАР ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инг. Commodity banks operations) – банк томонидан товар ва товар ҳужжатларни гаров остида ссуда бериш, товар-тижорат операциялари ва товар сотишни амалга ошириш.

БАНКЛАРНИНГ ФОНД ОПЕРАЦИЯЛАРН (инглз. stock exchange banks operations) – қимматбаҳо қоғозлар орқали банкларнинг операциялари. Масалан: қимматли қоғозларни гаров сифатида ушлаб туриш; қимматли қоғозларни олди-сотдиси билан мижозннг хоҳишига кўра шуғулланиш.

БАНКНОТЛАР (инглз. banknotes) – банк билетлари-марказий эмиссия банклари томонидан чиқариладиган пул белгилари. Ҳозирги кунда улар қоғоз пулларнинг асосий тури ҳисобланади.

БАНКОМАТ (инглз. Bankomat) – банк автомати; банк мижозига пластик карточкадан фойдаланиб, ўз ҳисоби бўйича қийин бўлмаган операцияларни мустақил амалга ошириш имконини берадиган дастурлаш қурилмаси.

БАНКРОТЛНК (итал. banco ўриндиқ, банк-rotto-синган; инглз. bankrutcy) – қарзли ночорлик, тадбиркорнинг ўз қарз мажбуриятлари бўйича маблағи бўлмаганлиги учун тўлашдан бош тортиши. Компания суднинг қарз мажбуриятлари бўйича ҳисоблашиш қобилияти йўқлиги ҳақидаги қароридан сўнг формал даражада банкрот бўлиб қолади. Суд компанияиинг ўз илтимоси (ўз хоҳиши бўйича тугатилиши) ёки унинг кредитлари талаби билан (мажбурий тугатилиш) ҳақида қарор чиқаради.

БАРТЕР (инглз. barter) – тўғридан-тўғри товарни ёки хизматларни пулсиз алмаштириш бўлиб, у ягона шартнома (контракт) билан расмийлаштирилади. Ву шартномада (контрактда) алмашув эквиваленти учун шарт-шароит яратиш, суғурта

суммаларини аниқлаш, эътирозлар, даъвогарларни баҳолаш, жарималар ҳисоблаш, божхона ҳисоблари ва бошқалар мақсадида товарлар (хизматлар) баҳоланади. Бартернинг асосий сабаби валюта муаммоларидир (хорижий валютанинг етишмаслиги, мамлакатда чиқарилган валютанинг барқарорсизлиги ва ҳоказолар).

БАРТЕР БИРЖАСИ (инглз. barter stock exchange) – маҳсулот камёблиги шароитида натурал маҳсулот айрибошлаш асосида юзага келади ва эркин нарх бўлмаганда бозорнинг ривожланишини кўрсатувчи ўтиш шакли саналади.

БАРТЕР БИТИМИ (инглз. barter deal) – келишувга биноан мувозанатли, лекин пулсиз товар айирбошлаш ҳақидаги шартнома. Бартер битими ташқи савдода кўироқ қўлланади. Кейинги йилларда мамлакат ичида ҳамда корхоналар ўртасида кенг тарқалди. Бартер битимига биноан келишган томонлар ўз товарларини маълум нархда баҳолайдилар. Бу нарх айирбошлашнинг тенгма-тенг бўлишини, бож сарф-харажатларини ҳисобга олади. Тенг бараварлик товарларни жаҳон бозори нархларига кўра, айирбошлаш орқали таъминланади. Бир томон иккинчисига қарздор бўлиб қолса, у ўз қарзини валюта билан эмас, балки товарлар билан узади. Валюта тақчил бўлса ёки унга ишонч кам бўлса, бартер битими асосан савдо қилганда валюта талаб қилинмайди, бир вақтнинг ўзида экспорт ва импорт муомалалари амалга ошади, улар юзасидан ҳисоб-китоб дарҳол кечиктирилмай ўтказилади. Бартер битимлари икки томонлама ёки кўп томонлама бўлиши мумкин.

БАХТСИЗ ҲОДИСАЛАРНИ СУҒУРТА ҚИЛИШ (инглз. accident insurance) – ёнғин ва бошқа табиий офатлардаи суғурталаш кишининг ҳаётида нохуш ҳодисалар натижасида келнб чиққан ўлим ёки меҳнат қобилиятини йўқотганида маълум бир пул маблағини тўлаш мажбуриятидир. Суғурта жавобгарлиги бўйича ягона ёки яқин ҳажми бўйича бирлаштирилган мол-мулк суғурта кўринишларининг мажмуи.

БИЗНЕС (инглз. business) – фойда берадиган иқтисодий фаолият – ҳар қандай даромад ёки бошқа шахсий фойда келтирадиган исталган фаолият тури.

БИЗНЕСМЕН (ннглз. businessman) – коммерсант, даромад ёки бошқа шахсий фойда келтирадиган иқтисодий фаолиятнинг исталган қонуний тури билан шуғулланувчи тадбиркор.

БИЗНЕС-РЕЖА (инглз. business-plan) – тижорат ташкилотининг келажак аспектлари ифодаланадиган, ҳамма муаммо-

ларини таҳлил қиладиган ва бу муаммоларни ҳал қилиш усуллари белгилаб бериладиган ҳужжат.

БИР ЙЎЛА ТЎЛАНАДИГАН СУҒУРТА БАДАЛИ (инг. insurance inglepayment) – ҳаётни узоқ муддатли суғурталаш шартномаси бўйича йиллик (ойлик) бадаллар ўрнига тўланадиган тўлов.

БИР КУИЛИК БУЙРУҚ (инг. one day order) – бир кунгина амалда бўладиган биржа буйруғи: кун давомида сотиш ва олишга мўлжалланган, бажарилмай қолган ҳолларда бекор қилинадиган буйруқ.

БИР МАРТА МАҲСУЛОТ ЕТКАЗИБ БЕРИШ ШАРТИОМАСИ (инг. contract for a simple shipment) – маълум муддатга белгиланган миқдорда маҳсулот етказиб бериш шартномаси. Белгиланган ҳуқуқий муносабатлар мажбуриятларнинг бажарилиши билан шартнома тўхтайди. Қисқа муддатли ва узоқ муддатли (3,5 ва ундан ортиқ йилга мўлжалланган) шартномалар фарқланади.

БИР МАРТАЛИК НАРХ (инг. non – repeat price) – бир марта буюртма асосида тайёрланадиган техника ишлаб чиқариш учун мўлжалланган маҳсулотларга белгиланадиган нарх.

БИР ОВОЗЛИ АКЦИЯ (инг. onevoice share) – акциядорлар йиғилишида эгасига бир овоз бериш ҳуқуқини берадиган акция.

БИР ТОМОИЛАМА БОЗОР (инг. unilateral market) – шундай бозорки, унда фақат харидорнинг ёки фақат сотувчинигина курси белгилаиади.

БИРГАЛИКДАГИ СУҒУРТА – маълум таваккалчиликдан сўнг мулкнинг бир пайтда бир неча ўз улушига эга суғуртачилар томонидан суғурталаш.

БИРДАМЛИК МАЖБУРИЯТИ – ҳолат бўлиб, унда мажбуриятларга кўра, ҳар бир таъсисчи бошқалар мажбуриятини ўтайди.

БИРЖА (лот. bursa ҳамон; инг. exchange, market; нем. borse) – 1) улгуржи бозорнинг доимий ишлаб турадиган асосий шакли бўлиб, унда қимматбаҳо қоғозлар олди-сотдиси (фонд биржаси), валюта олди-сотдиси (валюта биржаси) ёки стандартлар ва намуналар бўйича товарлар сотиладиган (товар биржаси) муассаси. Биржалар горизонтал хўжалик алоқаларини ташкил қилиш жараёнида воситачилик қиладилар. Гарчи биржаларга моллар реал даражада етказиб берилиши жаҳоннинг тегишли товарлари савдосининг 5-10 фоизидан ошмаса-да, биржаларнинг жаҳон бозори ва муайян иш-

лардаги баҳоларга бўлган таъсири жуда каттадир; 2) биржа операциялари амалга ошириладиган бино.

БИРЖА БАҲОСИ (инглз. basis price) – опцион келишув натижаси пайтида ўрнатиладиган баҳо.

БИРЖА БИРЛИГИ (инглз. stock singular) – намунавий биржа шартномасида кўзда тутилган маълум маҳсулотни сотишнинг минимал стандарт миқдори, биржа бирлиги шу маҳсулотни юклаш нормаси, бошқа факторларга боғлиқ равишда аниқланади.

БИРЖА БИТИМЛАРИ (инглз. exchange transactions, bargains) – турли хил товарларни биржа орқали сотиш ва сотиб олиш битимлари.

БИРЖА САВДОСИ (инглз. stock trade) – биржа воситачилигидаги қимматбаҳо қоғозлар ва маҳсулотлар савдоси. Биржаларда маълум навдаги маҳсулотларнинг стандарт партиялари олдиндан кўрмасдан сотилади ва сотиб олинади. Биржаларда тахминан 5-10 фоиз битимлар аниқ маҳсулотларга нисбатан тузилса, 90-95 фоиз битимлар фьючерс шартномаси кўринишида бўлади. Аниқ маҳсулотлар бўйича тузилган битимга кўра сотувчи белгиланган жойга маҳсулотни олиб келиши ва харидор олиб кетиши шарт. Фьючерс шартномаси кўринишидаги битимларга кўра, томонлар аниқ маҳсулотни сотиш учун эмас, уни олиб сотиш ёки суғурталаш (хеджи) мақсадида битим тузадилар.

БИРЖА БАҲОСИ (инглз. stock price) – биржа савдоси йўли билан сотилган маҳсулот баҳоси. Биржа баҳоси ҳақидаги маълумотлар систематик нашрларда, товар биржалари бюллетенларида келтирилади, вақтли (кундалик, ҳар соатлик ва бошқа) катировкаларда эълон қилинади. Биржа баҳоси маълум маҳсулотлар баҳоси динамикаси ва даражаси ҳақидаги маълумотларнинг муҳим ҳамда ишончли манбаи ҳисобланади.

БИРЖА ҲАЛҚАСИ (РИНГ) – (инглз. stock ring) – 1.Фьючерс бозори (биржа биноси мавжуд бўлган ҳолда). Қатор Европа биржаларида қатнашувчилар тикка турган ҳолда ёки ҳалқа ҳолда ўтириб иш кўрадилар; 2.Дастлабки биржалардаги ҳисоб-китоб битимининг примитив шакли бўлиб, унда шартнома ҳаракати занжир ёки брокер-харидор ва сотувчилар ринги бўйича кузатилган, тўловга фақат фарқ тегишли бўлган.

БИРЖА АУКЦИОИИ (инглз. stock auction) – биржада маҳсулотни сотиш шакли бўлиб, сотувчи томонидан белгиланган баҳо асос саналади, маҳсулот энг юқори баҳони так-

лиф қилган харидорга тегишли бўлади. Ҳозирги биржа савдосида муҳим рол ўйнайди.

БИРЖА КУРСИ (инг. stock rate) – фонд биржасида муомалада бўладиган қимматбаҳо қоғоз қиймати. Биржа курси ссуда фоизи даражаси билан мазкур қимматбаҳо қоғознинг даромад бериш даражаси нисбати орқали аниқланади. Масалан, номинал баҳоси 100 сўм бўлган акция йилига 10 сўм дивиденд беради дейлик, унда омонатлар бўйича банк тўлайдиган ссуда фоизи 5% бўлса, бундай акциянинг бозор иархи 200 сўмни ташкил этади.

БИРЖА СОЛИҒИ (иигл. stock tax) – биржа айланмаси учун солиқ. Солиқ объекти – фонд биржасида қимматбаҳо қоғозлар: акциялар, облигациялар, иивестицион сертификатлар ва бошқаларнинг айланмаси. Биржа солиғини солиш учун асос: қимматбаҳо қоғозлар бўйича битим имзолаш (агар у амалга ошмаган бўлса ҳам). Биржа солиғи пропорционал ставка бўйича: битим баҳосининг 25 фоизидаи дивидендлар билан операциялар бўйича, 1 фоизгача давлат қимматбаҳо қоғозлари бўйича операциялар юзасидан олинади.

БИРЖА АЙЛАНМАСИ (инг. stock turnover) – биржада муайян давр давомида қилинган савдо-сотиқнинг ҳажми. Сотилган товарлар (товар биржасида) ёки қимматбаҳо қоғозлар мажмуи (фонд биржасида) нархи суммасида белгиланади. Шунингдек, фоид биржасида сотилган қимматбаҳо қоғозлар соии биржа айланмаси кўрсаткичи бўлиб хизмат қилади.

БИРЖА КЕЛИШУВЛАРИ (инг. stock-deals) – биржа муомаласи – 1) катта (оддий) биржа келишувлари – акциялар, товарлар олди-сотдиси (харидорга бериш) ва ҳақини тўлаш шу заҳоти ёки яқин икки-уч кун ичида бажарилади; 2) муддатли биржа келишувлари маълум муҳлатда бажарилади.

БОЖ ЧЕГАРАСИ (инг. customs border) – ягона бож қонунчилиги амал қиладиган ва ягона ташқи савдо ҳисоби олиб бориладиган ҳудуд чегараси. Бож чегараси мамлакатда эркин иқтисодий макон ёки портофранко мавжуд бўлмаса, давлат чегарасига тўғри келади.

БОИИТЕТ (инг. credit solvency) – тўлашга қодирлик: қарздорнинг кредитни узиш имкониятларини баҳолаш. Тўлашга қодирлик кредит рейтинги орқали намоён бўлади.

БОИИФИКАЦИЯ (инг. bonification) – битим тузишда имтиёзларни ифодаловчи атама. Масалан, белгиланган стандартлардан юқори сифати учун маҳсулот баҳосига қўшим-

чалар, мамлакатдан маҳсулот чиқаришда белгиланган солиқнинг қайтарилиши (экспорт банификацияси); банк томонидан қарздорларнинг айрим тоифаларига берилган кредит учун олинадиган фоиз ставкаларининг ўзида қолишини кўрсатувчи давлат субсидияси.

БОШ ПУДРАТЧИ (инглз. general contractor) – буюртмачи билан тузилган шартиома, пудратга асосан қурилиш майдонида бутун қурилиш-монтаж ишларининг амалга ошишига жавобгар бўлган инвестицион жараённинг асосий қатнашчиларидан бири.

БРОКЕР (инглз. broker) – воситачи, манфаатдор томонлар – мижозлар ўртасида уларнинг топшириқлари ва ҳисобидан турли ишларни амалга оширишга кўмаклашувчи (тижорат, кредит суғурта ва ҳоказо ишлар). Брокер комиссион (воситачилик) ҳақи олади. Брокерлик вазифасини фирма ва ташкилотларнинг шахслари бажарадилар. Брокер айнан биржада ўз ишини амалга оширади. Брокер сотувчи ва харидорларни "бирлаштиради", лекин ўз ҳисобидан иш юритмайди. Катта биржа брокери биржа хизматчиси бўлиб, исталган товар секциясида савдо ўтказиш ва биржа брокерлари ўз вазифаларини тўғри бажараётганлигини назорат қилиш ҳуқуқига эга. Буюк Британиянинг давлат облигациялари бозорида фонд биржасининг ҳукумат брокери лавозими бўлиб, у ҳукумат агенти вазифаларини бажарнш учун тайинланди. Бундай биржада иш юритувчи брокер стокброкер деб аталади. Брокерлар мижозларга бозорни ўрганиш бўйича реклама, кредитлар олиш ва ҳоказолар хусусида қўшимча хизматлар ҳам кўрсатадилар.

БОЗОР ИИФРАСТРУКТУРАСИ (инг.market inrastrukture) – бозор иқтисодиёти учун турли хил хизмат кўрсатувчи соҳалар, банклар, солиқ инспекциялари, воситачи фирмалар, концернлар, консорциумлар, тижорат идоралари киради. Бозор инфраструктураси учта асосий жиҳатни: товарлар ва хизматлар бозори, ишлаб чиқариш омиллари бозори, молиявий бозорни ўз ичига олади. Бу учта бозорнинг ҳаммаси органик боғланган ва бир-бирига таъсир кўрсатади. Агар улар мувозанатда бўлса, бутун иқтисодиётда ҳам макроиқтисодий умумий мувозанат вужудга келади. Хўш, қачон шундай ҳол рўй беради? Товарлар ва хизматлар бозорида талаб ва таклифнинг ўзаро таъсири натижасида маҳсулот ҳамда нархлар ҳажмининг мувозанат даражаси ўрнатилганда, ишлаб чиқариш омиллари бозорида ишлаб чиқаришнинг фойдаланилган омиллари ва улардаги харажатлар мувозанатига эришилганда, капиталлар

бозорида ссуда фоизининг мувозаиат даражасига эришилганда рўй беради.

БРОКЕРЛИК КРЕДИТЛАРИ (инглл. broker`s credits) – банклар, биржа маклер-брокерлари ва диллерлари томонидан фонд биржасида қимматбаҳо қоғозлар олди-сотдисини ўтказиш учун берилган кредитлар. Бу кредитлар ҳисобига брокерлар ўз мижозларига қимматбаҳо қоғозларни гаровга қўйиб талаб қилиб олиш шарти билан ссуда (қарз) берадилар. Бундай кредитлар брокерлар томонидан мижозларга (хом ашё тайёрловчи мижозларга) экспорт учун маҳсулот тайёрлаш учун берилади.

БРОКЕРЛИК ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инглл. broker`s operations) – қимматбаҳо қоғозлар ёки маҳсулотлар олди-сотдиси бўйича воситачилик операциялари. Воситачилик битимлари брокерлик идоралари, фирмалари ёки унинг филиаллари томонидан амалга оширилади. Йирик брокерлик фирмалари харидорларга кредитлар таклиф қилиши ёки битимлар тузишда ваколат бериши мумкин.

БРОКЕРЛИК ССУДАСИ (инглл. broker`s boans) – турли мақсадлар учун брокерларнинг банк ёки бошқа брокерларда ушлаб турган пул маблағлари. Улар мутахассислар (биржа маклерлари) томонидан молиялаштириш, олди-сотди учун қимматбаҳо қоғозлар сотиб олиш; брокерлик фирмалари томонидан мижозларга берилган қимматбаҳо қоғозлар кафолатини молиялаштириш мақсадида фойдаланилади.

БРОКЕРЛИК ҲИСОБИ (инглл. managed account) – буюртмачи томонидан брокер ёки бошқа шахсга қимматбаҳо қоғозлар ёки маҳсулотлар олишда эркин ҳаракат қилиш имконини берадиган ҳисоб. Унда танлаш имкони, вақт, миқдор ва баҳо кўрсатилади.

БРУТТО (итал. brutto қўпол; инглл. gross) – 1) товарнинг ўрамаси (упаковкаси) билан бирга оғирлиги; 2) сарф-харажатлар чегириб ташланмаган пайтдаги ялпи даромад.

БЮДЖЕТ (инглл. budget) – давлат, корхона, муассасанинг қонуний тартибда тасдиқланган даврга мўлжалланган пул ифодасининг даромад ва сарф-харажатлари.

БЮДЖЕТДАН МОЛИЯЛАШ (инглл. budgetary financing) – корхона, муассаса ва ташкилотларга уларнинг сарф-харажатларини тўлиқ ёки қисман қоплаш учун давлат бюджетидан қайтариб олинмаслик шарти билан пул ажратиш.

БЮДЖЕТ КАМЁБЛИГИ (инглл. budgetary deficit) – федерал ҳукумат сарфларининг унинг даромадларига нисбатан ошиши.

БЎЛИИМАС АККРЕДИТИВ (инг. indivisible letter of credit) – товар етказиб бериш тугагач, тўланадиган ҳамма суммани ўз ичига олган аккредитив. Бўлинмас аккредитив одатда технологик жиҳатдан чамбарчас боғланган жиҳозларнинг алоҳида партияларни етказиб беришда қўлланади. Бўлинмас аккредитив харидорнинг манфаатини ҳимоя қилади.

БЎЛИИУВЧИ АККРЕДИТИВ (инг. divisible letter of credit) – белгиланган миқдорда бир неча аккредитивлар очиш мумкин бўлган аккредитив.

БИРЖА ФОЙДАСИ (инг. stock profit) – биржада товарлар ва қимматбаҳо қоғозлар сотишдан тушадиган фойда. Биржада товар сотишдан келган фойда табиатан савдо фойдасининг ўзи ва бу фойда икки хил бўлади: таъсис фойдаси, яъни акционер жамият – биржа таъсисчилари фойдаси, бу амалда қўйилган капитал билан сотиш учун чиқарилган акция суммаси ўртасидаги фарқдан иборат; курс фойдаси – бу акция, облигация ёки облигацияни сотиб олиш билан сотиш нархи ўртасидаги фарқ.

БИРЛАМЧИ ДАРОМАД (инг. initial profits) – миллий даромаднинг бирламчи тақсимоти даврида ташкил топадиган моддий ишлаб чиқариш, ишлаб чиқариш уюшмалари, ташкилотларда ишлаб чиқариш соҳасида банд бўлган ишчилар даромади.

БИРЛАМЧИ ТАҚСИМОТ (инг. initial distribution) – компания янгидан чиқаргаи қимматли қоғозларнинг бирламчи савдоси, бошқача қилиб айтганда – янги чиқарилган қимматли қоғозларга оммавий таклиф.

БИРЛАШМА ВА КОРХОНАЛАРИИНГ МОЛИЯВИЙ РЕЗЕРВИ (инг. financial reserve of assosiciation, enterprise) – корхона, ташкилот ва бирлашмалар тасарруфидаги пул маблағи (средства) бўлиб ва улар пайдо бўлган қўшимча ишлатувлар (чиқим)ни амалга оширади, вақтинчалик молиявий қийинчилликларни четлатади ва иш юритиш учун нормал шароитларни яратиб берадилар.

БМТ-ЕВРОПА ИҚТИСОДИЙ КОМИССИЯСИ (ЕИК) (инг. European Economic committee) – Европа иқтисодий комисеияси БМТнинг бешта регионал комиссияларидан бири, 1947 йили БМТнинг Европани иқтисодий жиҳатдан қайта тиклаш бўйича органи сифатида таъсис этилган. 1990 йил 1 январгача ЕИК нинг 34 та аъзо давлати бор эди. Раҳбар орган ЕИК нинг ҳар йили ўтказиладиган навбатдаги сессияси

ҳисобланади. ЕИК ва унинг ёрдамчи ташкилотларга котибият хизмат кўрсатади. ЕИК котибияти Женевада жойлашган. Бу комиссия Европа иқтисодиётини ривожлантиришга йўналтирилган биргаликдаги фаолиятда, Европа давлатларининг ўзаро ва шунингдек, дунёнинг бошқа давлатлари билан қиладиган иқтисодий алоқаларини қўллаб-қувватлаш, мустаҳкамлаш ишининг ташаббускори ва қатнашчиси бўлади, шу ҳудуддаги мамлакатлар ўртасида бўладиган савдо-сотиқ, иқтисодий ҳамкорлик ривожига ҳисса қўшади, ЕИК ҳамда умуман Европа ҳудудида иқтисодий таҳлил ва иқтисодий-техникавий текшириш ишларн чора-тадбирини тузиб, унинг ўтказилишини рағбатлантиради. ЕИК тадбирига қишлоқ хўжалик, кимё саноати, кўмир, газ, электр энергияси, қора металлургия, ўрмон материаллари, ташқн савдо, ички транспорт, ишчи кучи, турар жой масаласи, қурилиш ва режалаштириш, сув муаммолари квимиталари, шунингдек, Европа статистиклари ва атроф-муҳит масалалари ишчи гуруҳи киради.

БОЖХОНА (инг. Customhouse, customs) — давлат ташкилоти бўлиб, чегарадан юкларни ва мулкни, багаж ва почталар ўтказилишинн назорат қилади. Божхона одатда денгиз ва дарё портлари, халқаро аэропортлар, чегара пунктлари, темир йўл станциялари, мамлакатнинг йирик марказларида жойлашган.

БОЖХОНА ЙИҒИМИ (ингл. Customs fee) — божхоиа божларидан ташқари олинадиган қўшимча йиғим. Божхона йиғимига: статистик йиғим, марка йиғими, товарни омборда сақлаш жойлаштириш учун йиғим, божхона омборидан товарни чиқариш ҳуқуқи учун йиғим, тамға босиш учун йиғим, посилкаларни тамғалаш учун йиғим ва ҳ.к.

БОЖХОНА КОДЕКСИ (ингл. Customs law) — давлат чегарасидан товар, қимматбаҳо буюм ва бошқа предметларни олиб ўтиш устидан божхона текширувини ўтказиш, божхона операцияларини амалга ошириш ва контрабанда ҳамда божхона қоидаларинн бузишга қарши кураш олиб бориш ҳақида маълумот берувчи қонуний акт. У божхона ишини бошқариш нормалари, божхона органлари вазифалари, ҳуқуқ ва бурчлари масалаларнни ўз ичига олади. Унда божхона чегарасидан товар ва предметларни олиб ўтиш тартибига катта эътибор берилади. Божхона кодекс эгаси томонидан талаб қилинмаган товар ва предметларга эгалик қилиш масаласини кўриб чиқади.

БОЖХОИА ПОШЛИНАСИ (анг. Customs duty) — мамлакат чегарасидан ўтувчи товарлар, қимматбаҳо буюмлар ва мулк учун

божхона ташкилотлари томонидан олинувчи давлат пул солиқлари. Божхона пошлинасини киритилувчи, чиқарилувчи, транзит товарлардан олинади. Божхона пошлинаси товарлар рўйхатини тутувчи божхона тарифлари томонидан аниқланади. Унда товарлар қайта ишлов даражаси (тайёр маҳсулот, яримфабрикат, хом ашё) ва келиб чиқиши (саноат, қишлоқ хўжалиги, минерал хом ашё) га қараб гуруҳланади. Божхона солиғининг қуйидаги турлари бор: шартли пошлинасиз киритиш – белгиланган муддатда мамлакат чегарасидан олиб чиқиб кетиш шарти билан божхона пошлинасиз мамлакатга товарларни киритиш. Буларга халқаро юк, богаж ва йўловчилар, спорт ва илмий анжомлар киради. Пошлинасиз киритиш – давлат ҳудудига товарлар, қимматбаҳо буюмларни божхона пошлинасиз киритиш. Буларга шахсий буюмлар, қиймати бўлмаган совғалар киради. Қайтар пошлина –олдин киритилган товарларни қайта ишлаб, олинган тайёр маҳсулотларни олиб чиқиб кетишда тўловчига қайтарилиши керак бўлган импорт божхона пошлинаси йиғиндиси.

БОЖХОНА СИЁСАТИ (инг. Customs policy) – давлатнинг иқтисодий ва ташқи иқтисодий сиёсатининг таркибий қисми. Мамлакатга импортланувчи товарларга божхона солиғини солиш ва уларни божхона расмиятчиликларидаи ўтишнинг маълум тартибда ўтказиш мақсадида қўлланувчи тадбирлар тизими. Божхона сиёсатини амалга оширишнинг асосий шакллари: божхона бошқарувчининг иқтисодий инструментлари тизими, божхона иттифоқида , ишлаб чиқариш товарларини эркин савдо зоналари ва божхона конвенцияларида иштирок этиш: чегарадан юкларни ўтишнинг белгиланган тартиби: божхона назоратинииг давлат органларининг тармоғи: божхона фаолиятининг зарурий қонуний меъёрлари.

БОЖХОНА ТАРИФИ (инг. Customs tariff) — пошлина сотувчи товар, пошлинасиз товар олиб кириш, чиқиш ва транзит, божхона пошлинасини қўйиш – қилинган товарлар тартиби.

БОЖХОНА ҲУДУДИ (территорияси) (инг. Customs territory) – товар, қимматбаҳо буюмлар ва бошқа предметларни, тортиб олинмасдан (изъятие) олиб кирилиши, чиқарилиши ва транзитни бошқарувчи қонуи қоидалар тўла ҳажмда қўлланиладиган ҳудуд.

БОЗОР – сотувчи билан харидор ўртасида товарни пулга айрибошлаш муносабати; товарлар билан олди-сотди муносабатлари, товар ишлаб чиқариш, товар айрибошлаш ва пул

муомаласи қонунларига биноан амалга оширилади. Бозорда икки жараён амалга ошади: бири товарларни сотиш, бунда товар пулга алмашади, яъни Т-П жараёни юз беради, иккинчиси товарни харид этиш, пулни товарга айрибошлаш, яъни П-Т жараёни амалга ошади. Айрибошлаш ихтиёрий ва эркин шаклланган нархларда олиб борилади. Айрибошлаш объектини моддий шакли жиҳатидан олганда, истеъмол товарлари ва хизматлар, ишлаб чиқариш воситалари, инвестиция, қимматбаҳо қоғозлар, илмий ғоялар, техникавий ишланмалар ва меҳнат (иш кучи) бозорлари мавжуд. Айрибошлаш мнқёси жиҳатидан маҳаллий, ҳудудий, миллий ва жаҳон бозори, ички ва ташқи бозорлар бор. Товарнинг четдан келишига қараб очиқ бозор, ёниқ бозор (ички бозор) турлари учрайди. Олди-сотди миқдори, яъни товар айланмаси ҳажмининг ўзгаришига қараб кенгаювчи бозор ва тораювчи бозорга бўлинади. Амал қилиш турига кўра бозор уч хил бўлади: тартибсиз (стихияли), режали ташкил этилган ва иноят, бошқариладиган бозор. Стихияли бозордан тартибли, режали ташкил этилган бозорга ўтиш маданийлашган жамиятга хос. Ҳозир ҳеч бир мамлакатда стихияли бозор ҳукмрон эмас, аксинча, бошқариладиган бозор етакчи мавқега эга. Собиқ СССР ҳудудида бозор иқтисодиётига ўтишга қадар асосий бўлмаса-да, стихияли бозор мавжуд бўлиб, саноат молларининг чайқов бозори ва деҳқон бозори унинг кўринишларидир.

БОЗОР БАҲОСИ (инг.л. market price) — жорий катировка облигация ёки акция сотиладиган энг охирги расмий баҳо.

БОЗОР КОНЪЮНКТУРАСИ (инг.л. Market condition) — бозорларда муайян ҳолатларнинг мавжудлиги. Бозор конъюнктураси муайян даврдаги бозор ҳолати, бозорда мувозанатнинг мавжудлиги ёки бузилганлиги билан ифодаланади. Шунга кўра, бозор конъюнктураси ижобий ва салбий, қулай ёки ноқулай бўлиши мумкин. Бозор конъюнктураси талабнинг ошиши билан характерланса, сотувчи учун қулай, чунки у товарини қимматга сотиб, ортиқча даромад кўради. Агар бозорда таклиф ортиқлик қиладиган бўлса, конъюнктура харидор учун қулай бўлади, яъни товарни арзонга олиб, буидан наф кўради. Бозор конъюнктурасини ўрганишда таҳлил этиладиган асосий масалалар: ишлаб чиқариш, талаб ва таклиф; товар ва унинг сотиш; халқаро савдо; нархлар ҳолатлари; 1-1,5 йил учун олдиндан айрим тахминлар. Бозор конъюнктураси айрим товар ишлаб чиқариш миқёсига ва со-

тиб олувчиларнинг харид қобилиятига боғлиқдир, нарх-навога, моданинг ўзга-ришига қараб ҳар хил бўлади. Бозорнинг келажакдаги ҳолатини ншлаб чиқаришнинг техникавий аҳволи, унга сарфланган қўшимча ресурслар ва уларнинг қайтим бернш муддатлари, товар захиралари динамикаси, экспорт ва импорт, шунингдек, нарх-наводаги ўзгаришлар йўналишига қараб аниқлаш мумкин. Бу билан товарлар таклифи ўрганилади. Инвестиция суммаси ва структурасига, меҳнат предметига бўлган талаб ва корхона, ташкилотлар пул сарфининг йўиалишига қараб, шунингдек, аҳоли харид қобилиятини, унинг товарлар билан таъминланиши даражасини ҳисобга олиб талаб ўрганилади. Бозор конъюнктураси тахминлари миллий, регионал ва жаҳон бозорларига, айрим товарларга нисбатан аниқланадн. Бозор конъюнктурасини олдиндан кўра билиш иқтисодий танглнкка йўлиқмаслик, бозор мувозанатига эришиш шарти ҳисобланади.

БОЗОР МЕХАНИЗМИ (инпгл. markerable mechanism) — бозорнинг уч асосий қонуни – талаб ва таклиф, баҳоларнинг биргаликдаги ҳаракати ва алоқаси механизми. У орқали талаб ва таклиф қонуни ва қиймати қонун ўз ҳаракатини намоён қнлади. Бозорнинг асосий хусусияти шундаки, унда асосий талаб ва таклифга таъсир этувчи асосий инструменти бўлган баҳо билан бозорнинг элементларн жипс боғлиқ. Умуман талаб баҳо билан тескари алоқада.

БОЗОР МУБОЗАНАТИ (иигл. market balance) — талаб ва таклиф мувозанатидаги баҳолар доираси бозор ҳолати мувозанат нуқтаси талаб ва таклиф эгри чизиқларини кесишган жойида пайдо бўлади. Шу нуқта жойи мувозанат баҳо дейилади. Чунки айнан шу нуқтада талаб ва таклиф кесишади.

БОЗОР НАРХИ (инпгл. market price) — муайян бозорда маълум товар учуи белгаланган ўртача нарх, ана шу нархда маълум товарни сотиб олиш мулкнинг ёки аниқ бир вақт оралиғида муайям товар бўйича битимни амалга оширишда белгиланган ўртача нарх.

БОЗОР ПОТЕНЦИАЛИ (инпгл. Market potential) — маълум муддат давомида бозорнинг у ёки бу сегменти томонидан сотиб олинадиган ёки истеъмол қилинадиган товарнинг абсолют ёкн иисбий ҳажми.

БОЗОР СЕГМЕНТЛАШИШИ (инпгл. market segmentation) — бозорнинг харидорларини бир неча гуруҳга бўлиниши, сегмент доирасида маълум бир товарга бир хил қараш тушунила-

ди. Сегментнинг тамойиллари: 1. География (бозорни регионал бўйича бўлиниши), 2.Демографик (жинс, ёш, оила ҳажми, даромад, маълумот, диний қараш) 3.Психологик (характер, гуруҳлар қарашлари) 4.Хатти-ҳаракат (сотувчилар) харидорлар даражасига кўра, товар ишлатилиши ҳолатига кўра) ҳисобланади.

БОШЛАНҒИЧ СОЛИҚ ЧЕГИРМАСИ (инг. initial tax discount) – даромадининг бир қисмини солиқ тўлашдан бир марта озод қилиниши. Амортизация чиқимига қўшимча тарзда фойдаланишнинг биринчи йилида берилади.

БУРГУТ (инг. cagle) – 10 долларлик Америка олтин тангаси.

БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ (инг. Accounting records) – корхона маблағларининг иқтисодий мазмуни жиҳатидан бир хилларини ҳисоблари ва гуруҳлаш усули, уларнинг манбалари, шунингдек, хўжалик фаолиятини ҳисоб-китоб усули. Ҳар тур учун алоҳида ҳисоб очилади, унда ўша гуруҳ маблағлари қолдиғи (сальдо) ёки ҳисоблаш муддати бошидаги манбалар ҳамда ишлаб чиқариш хўжалик операциялари сабабли вужудга келган барча ўзгаришлар акс эттирилади. Ҳар бир ҳисобнинг икки томони мавжуд: дебит ва кредит. Корхона хўжалик маблағлари акс эттирилган бухгалтерия ҳисоби акти ҳисоблар деб аталади. Корхона хўжалик маблағларининг манбаларини ҳисобга олиш учун фойдаланиладиган бухгалтерия ҳисоби пассив ҳисоблар деб аталади. Барча корхона ва ташкилотлар учун ягона тартибда тузилган ва кодлаштирилган бухгалтерия ҳисоблари рўйхати бухгалтерия ҳисоби режаси деб аталади.

БУХГАЛТЕРЛИК БАЛАНСИ (инг. balance sheet) – фирманинг умумлашган пул кўринишидаги молиявий ҳолатини кўрсатувчи бухгалтерия ҳисоби ҳужжатлари. Тузилишига кўра бухгалтерия баланси икки томонлама жадвалдан иборат бўлиб, чап томон (актив) хўжалик воситаларининг таркиби ва жойлашишини кўрсатса, ўнг томон (пассив) бу воситаларнинг ҳосил бўлиш асослари ва уларнинг нимага йўналтирилганини кўрсатади. Бухгалтерия балансида актив ва пассивнинг албатта мос келишига риоя қилинади.

БУЮРТМАЛАР ПОРТФЕЛИ (инг. Order book) – фирма, корхона томонидан бажарилиши кўзда тутилган, маълум муддатга белгиланган буюртмалар йиғиндиси.

БУЮРТМАЧИ (инглиз. Customer) – етказиб берувчига талабнома билан мурожаат қилиб, товар еказиб бериш ёки хизмат кўрсатишни сўровчиси харидор (юридик шахс, фирма, мамлакат).

БЮДЖЕТ ДАРОМАДИДАН ТЎЛОВЛАР (инглиз. payments from profit in budget) – давлат ва хўжалик ҳисобидаги ташкилотлар ўртасида фойда тақсимоти шаклларидан бири ва давлат бюджети даромадини ташкил қилувчи асосий манбалардан бири.

БЮДЖЕТ КИРИМИ ТЎЛОВИ БЎЙИЧА ҲИСОБ БЕРИШ (инглиз. payment report from profit) – кирим бўйича тўлов режасининг бажарилиши, ҳисоб-китоб аҳволи ва тўловни тўғри амалга оширилишининг тўғрилигини назорат қилишни назарда тутадиган кўрсаткичлар тизими.

БЮДЖЕТ МУАССАСАЛАРИ ДЕПОЗИТЛАРИ (инглиз. deposits of budgetary departments) – бюджет муассасалари вақтинча эгалик қилувчи ва маълум шароитлар (суд қарори, даволаш муассасаларидан берилган касаллик варақасидан кўчирма) юзага келганда, шахслар, корхоналар, муассасаларга қайтариладиган ёки ўтказиладиган пул маблағлари, қимматбаҳо қоғозлар.

БЮДЖЕТ МУАССАСАЛАРИИИНГ ТАРМОҚ КЎРСАТКИЧЛАРИ – давлат томонидан молиялаштириладиган мактаблар, боғчалар, касалхоналар, кутубхоналар, клублар ва бошқа ноишлаб чиқариш соҳа муассасаларининг миқдори ҳақидаги маълумот.

БЮДЖЕТ ССУДАЛАРИ (инглиз. budget loans) – шундай воситаларки, улар юқори бюджет ташкилотларидан қуйидагиларга вақтинчалик режали касса узилишларини йўқотиш учун берилади, бундай узилишлар йилнинг маълум муддатларида ресурсларнинг келиб тушиши ва сарфланиши ўзаро мос келмаслиги туфайли вужудга келиши мумкин. Шу йўл билан кўзда тутилган сарф-харажатлар ўз вақтида молиялаштирилуви амалга оширилади.

БЮДЖЕТ ТЎЛОВЛАРИ (инглиз. Budget payments) – давлат бюджетн даромадини ташкил қилувчи, қонун йўли билаи белгиланган юридик ва жисмоний шахслар бадаллари тизими.

БЮДЖЕТ ТАШКИЛОТИ СМЕТАСИ (инглиз. estimate of budget institution) – давлат бюджетидан ишлаб чиқариш доирасида бўлмаган ташкилот ва муассасаларни молиялаш учун асосий режали ҳужжат.

БЮДЖЕТ ТАШКИЛОТЛАРИ ХАРАЖАТЛАРИ ҲИСОБИ (инглиз. Discount of budget institutions) – банк томонидан бюд-

жет ёки жорий ҳисоблари (касса харажатлари) га ва ҳақиқатан сарфланган чиқимлар учун берилган сумманинг акс этиши.

БЮДЖЕТ ТАШКИЛОТЛАРНИИГ ҲИСОБ БЕРИШИ (инглл. financial report) – ташкилотларнинг маълум муддат давомида сарф харажатлар сметаси ва режасини штатлар ҳамда контенгент бўйича бажарилишини акс эттирувчи кўрсаткичлари тизими.

БОЗОР КОММУНИКАЦИЯЛАРИ СИЁСАТИ (инглл. Policy of marketing communication) – бозорда товар ва унинг ишлаб чиқарувчилари ҳақида ижобий фикрларни вужудга келтиришга қаратилган ҳаракатлар йиғиндиси, алоҳида олинган бозорлардаги истеъмолчилар ахлоқи мотивлари ва шароитларини чуқур билишга асосланган. Бу сиёсат классик воситаларига қуйидагилар киради: реклама, сотувни рағбатлантириш, жамоатчилик билан алоқа сўнгги вақтларда эса – ҳомийлик ҳам киради.

БОҚИМАНДА (инглл. Arrens) – давлат, ижтимоий ва бошқа йиғимлар ҳамда солиқларнинг ўз вақтида тўланмай қолган қисми.

В

ВАКИЛ (инглл. Representative) – бошқа шахс номидан ваколат юритувчи, зарур бўлганда унинг номидан иш юритувчи ва овоз берувчи юридик ёки жисмоний шахс.

ВАКИЛЛИК БЮЛЛЕТЕНИ (инглл. Representative bulletin) – акция эгасининг акционерлар йиғилиши эълон қилган кун тартиби бўйича овоз бериш бюллетенини тўлғазиб, жўнатиб юбориш йўли билаи ўз ҳуқуқини амалга ошириш ҳуқуқи.

ВАКОЛАТЛИ БАНКЛАР (инглл. Proxy banks) – 1. Молия-кредит ташкилоти бўлиб, улар ҳокимият органлари томонидан маълум операцияларни ўтказиш учун махсус рухсатнома олган бўлади. 2. Молия-кредит ташкилоти бўлиб, халқаро валюта-кредит ташкилотларида ўз мамлакати ҳукумати манфаатларини ҳимоя қилади.

ВАКОЛАТЛИ ВРОКЕР (инглл. introducing broker) – бундай брокер биржа битимлари тузиш учун мижозлардан буюртма қабул қилади, депозит ёки маржа тўлови учун пул ёки маблағларни олмайди, балки уларни комиссион идораларга ўтказади. Ваколатли брокер фақат маслаҳатчи вазифасини бажаради.

ВАЛОРИЗАЦИЯ (инг.л. valorization) – маҳсулот нархини сунъий кўтариш учун хизмат тадбирлар мажмуи.

ВАЛЬВАЦИЯ (фр. evaluation баҳо; инг.л. valuation) – хорижий валютанинг миллий пул бирлигидаги қиймати, баҳосини аниқлаш.

ВАЛЮТА (итал. valuta нарх, қиймат; инг.л. currency) – 1) товарлар қиймати даражасини ўлчаш учун фойдаланиладиган пул бирлиги; 2) мамлакатда қабул қилинган пул бирлиги, хорижий давлатларнинг пул белгилари; 3) муомала ва тўлов кўринишидаги кредит воситаси (вексель, чек).

ВАЛЮТА АЖРАТМАЛАРИ (инг.л. currency allocations) – валюта тушумининг бир қисми бўлиб, ташкилот томонидан давлатга махсус курс бўйича сотилади; валюта ажратмасининг фоизи ва бундай савдо курси давлат томонидан белгиланади.

ВАЛЮТА АУКЦИОИИ (инг.л. currency auction) – хорижий валютанинг конверсия қилинмаган миллий валютага олди-сотди усули. Мамлакатнинг маълум банки томонидан конверсия қилинмаган валюта билан аукцион шаклида амалга оширилади.

ВАЛЮТА КЛИРИНГИ (инг.л. currency clearing) – икки ёки бир неча мамлакат ўртасида ташқи савдо бўйича ҳисоб-китоблар ва бошқа шакллардаги иқтисодий муносабатлар усули. Клиринг қатнашчилари бўлган давлатлар ўртасида тузиладиган халқаро тўловлар битимлари асосида белгиланади. Халқаро тўлов битимларн қуйидагиларда назарда тутилади: 1) клиринг ҳисоб-китоблари тизими ва уларни юритишга ваколат берилган банклар; 2) клиринг ҳажми, яъни етказиб берилиши клиринг бўйича тўланадиган товарлар ёки хизматлар гуруҳлари; 3) клиринг валютаси, яъни ўзаро талабларни ҳисобга олишда ўтказиладнган ва қарздорлик сальдоси белгиланадиган валюта; 4) техник кредит ҳажми, қарздор мамлакат клиринг сальдоси бўйича шу чегарада бошқа мамлакатга фоизларни тўхтатмайди; 5) тўловларни бараварлаштириш ва сальдони узил-кесил қоплаш тизими. Сальдони қоплаш усули бўйича клиринглар қуйидагича бўлиши мумкин: бошқа (конвертацияландиган)валютага эркин конверцияланадиган;чекланган миқдорда конверцияланадиган; конверциялаш ҳуқуқига эга бўлмаган. Валюта клиринги мамлакат ёки улардан бири ўзаро ҳисоб-китобларни таъминлаш учун конвертацияланган валютага эга бўлмаган шароитларда қўлланилади. Икки ёки кўп томонлама асосда ривожланаётган мамлакатлар томонидан кенг

қўлланилади. Ҳозирги шароитда ўтказиладиган рублларда тизими тугатилиши ва аввал СССР субъектлари бўлган бир қанча мустақил давлатлар ташкил этилиши ва уларда конвертацияланадиган валюта йўқлиги муносабати билан бу мамлакатларнинг ўзаро, аввалги социалистик лагерь мамлакатлари билан ва жаҳоннинг бошқа мамлакатлари билан ҳисоб-китоблари учун валюта клирингидан кенг фойдаланиш зарурати вужудга келади.

ВАЛЮТА КОЭФФИЦИЕНТИ (инглз. currency coefficient) — бир валютадаги пул суммасини бошқа валютада ҳисоблашдаги курс нисбати. Валюта коэффициенти кўн ҳолларда ташқи иқтисодий фаолиятнинг маълум соҳасида, масалан, экспортда, валютанинг сотиб олиш қобилиятлари нисбатини ҳисобга олиш билан аниқланади.

ВАЛЮТА КОЭФФИЦИЕНТИ (инглз.currency coefficient) — бир валютадаги пул суммасини бошқа валютада ҳисоблашдаги курс нисбати. Валюта коэффициентини кўп ҳолларда ташқи иқтисодий фаолиятнинг маълум соҳасида, масалан, экспортда, валютани сотиб олиш билан аниқланади.

ВАЛЮТА КУРСИ (инглз. currency rate) — бир пул бирлиги баҳосининг бошқа пул бирлигида ифодаланиши; бир мамлакат валютасини иккинчи мамлакат валютасига реал алмашиш пропорцияси.

ВАЛЮТА ТАВАККАЛЧИЛИГИ (инглз. Currency risk) — қимматли валюта қоғозларига пул қўйиш билан боғлиқ бўлган таваккалчилик бўлиб, хорижий валюта курсининг ўзгаришига шартлашилади.

ВАЛЮТА ТАНГЛИГИ (инглз. currency crisis) — валюта крезиси – пул-кредит тизимииинг чуқур нздан чиқиши; мамлакат ичидаги пул муомаласини ҳамда халқаро ҳисоб-китобларни қамраб олади. Бу жараён олтин стандартини бекор қнлишда, қоғоз пул муомаласига ўтишда, узлуксиз иифлияцияда ўз ифодасини топади. Умумий ва хусусий валюта танглиги фарқланади. Умумий валюта танглиги иқтисодиётдаги умумий тангликнинг таркибий қисми бўлиб, сурункали давом этади. Валюта танглигининг асосий хусусияти олтиннинг пул сифатида ўз қадрини йўқотиши ва валютанинг қадрсизланишидир. Хусусий валюта танглиги вақтинчалик хусусиятга эга бўлган омиллар (умумий иқтисодий кризис, уруш ва бошқалар) натижасида юзага келадиган алоҳида бир давлатдаги валюта танглигидан нборат.

ВАЛЮТА ТИЗИМИ (инг. currency system) – валюталар, уларни ўзаро айирбошлаш ва қўллаш қоидалари ва нормалари, тўлов воситаси қўлланилиши ва валюта қўлланилиши билан боғлиқ пул-кредит муносабатларининг йиғиндиси.

ВАЛЮТА ТУШУМИ (инг. currency profit) – йил давомида Ташқи Иқтисодий Фаолият Миллий банки ҳисобларига келиб тушадиган пул маблағлари. Бир валюта курсини бошқа валюталар гуруҳига нисбатан ўлчаш методи.

ВАЛЮТА ФОИДИ (инг. currency fund) – Марказий банк ва молия идоралари ёки халқаро валюта-кредит ташкилотлари ихтиёридаги халқаро ҳисоб-китоб ва тўловлар учун фойдаланиладиган чет эл валютаси ва олтин жамғармалари. Ҳозирги ўзгарувчан валюта курси шароитларида валюта фондидан валюта курсини пасайиб кетишдан сақлаш учун фойдаланилади. Мамлакатнинг валюта фондига давлат экспорт-импорт муомаласини молиялашга мўлжалланган ва корхоналар ихтиёрида бўлган чет эл валютаси, чет эл валютасидаги сўм ҳисобидаги пул воситалари ҳамда фуқароларнинг валюта жамғармалари киради.

ВАСИЯТ (инг. testament, last will) – ўлим муносабати билан қонуний тартибда мол-мулкка эгалик қилиш. Васият қилувчи қонун бўйича мулкка эгалик қилиш шарт бўлган шахсдан ташқари бир ёки бир нечта меросхўрларни бу ҳуқуқдан маҳрум қилиш мумкин. Васиятда меросхўрга васиятнома – бирор мажбуриятни бажариш (бирор нарсани бериш, маълум миқдордаги пулни бериш) мажбурияти юкланиши мумкин.

ВАУЧЕ (инг. woncher тилхат) – 1) халқаро бухгалтерия ҳисобида бухгалтерия ҳисоботидаги ёзувни билдиради. Масалан: тўланган счёт-фактура, тўланган счёт, квитанция (тилхат). 2) Россияда хусусийлаштирилган чекни билдиради.

ВЕКСЕЛЛАР ДИСКОНТИ (инг. discount of bills) – вексель ва бошқа қимматбаҳо қоғозларни муддати тугамай номинал қийматидан дисконт чегириши билан сотиб олиш. Бундай операцияларда вексель эгаси зарур ҳолларда тижорат кредити доирасини кенгайтириш учун тегишли суммани олдиндан олиш имкониятига эга бўлади. Ўз навбатида векселлар дисконтини амалга оширган банк векселни бошқа банкда ҳисобдан ўтказиш учун тақдим қилиш имкониятига эга бўлади. Номинал ва тўланган сумма орасидаги фарқ ҳисоб фоизи ёки дисконт ставкасидир.

ВЕКСЕЛЬ (нем. Wechsel; инг. bell) – қатъий белгиланган шаклдаги ёзма қарз мажбурияти. Вексель эгаси муддат тугагандан сўнг белгиланган пул суммасини талаб қилишга ҳақли. Векселнинг кўп турлари мавжуд, мисол учун: оддий вексель, тижорат вексель, молиявий вексель, банк вексели, бино, тратта.

ВЕКСЕЛЬ КУРСИ (инг. bill rate) – хорижий векселнинг маҳаллий валютадаги баҳоси.

ВЕКСЕЛЬ ПРОЛОИГАЦИЯСИ (инг. Bill prolongation) – вексель фаолияти муддатининг узайтирилиши. Вексель бўйича тўлов муддатининг узайтирилиши ёки қонун бўйича ёки вексель эгалари ўртасидаги келишувга мувофиқ амалга оширилади. Қонун бўйича пролонгация векселини тўлов учун тақдим этишдан олдин юз берган вазиятга мувофиқ ёки норозилик пролонгация эса қуйидаги ҳолларда амалга оширилади: вексель эгаси ва тўловчи ўртасида тўловнинг белгиланган муддатини ўзгартирмаслик шарти билан бир мунча муддатга тўхтатиб туришга келишуви (оддий пролонгация), вексель матнини ўзгартириш йўли билан янги муддат белгилаш сабабли келиб чиқадиган пролонгация (тўғри ёки малакали пролонгация), тўлов муддати кечиктирилган янги вексель билан эски векселни алмаштириш йўли билан пролонгация (бошқа пролонгация).

ВЕКСЕЛЬ РЕКВИЗИТИ (инг. bill props) – вексель тўлдиришда келтириладиган мажбурият маълумотлари мажмуи.

ВЕКСЕЛЬ ҲИСОБИ (инг. Discount of bills) – банк томонидан вексель эгаси, яъни вексель бўйича ҳақ олувчи шахсни кредитлаш шакли бўлиб, у векселда кўрсатилган суммани унга аввалдан тўлаб қўйиш билан амалга оширилади, бунда векселни ҳисобга олишдан уни тўлашгача бўлган муддатдаги фоиз миқдори, шунингдек, банк комиссион тўлови чиқариб ташланади.

ВЕКСЕЛЬ ЭГАСИ (инг. bill-holder) – кўрсатилган миқдорда пул олиш ҳуқуқига эга бўлган вексель эгаси. Векселда "Олувчи" деб кўрсатилган бу шахс бириичи вексель эгаси (ремитент) дейилади. Векселни ўтказишда қонуний вексель эгаси бўлиб узлуксиз индоссаментлар ҳуқуқига эга бўлган шахс саналади. Вексель эгаси шу векселга эгалик қилиш, у бўйича акцептантдан (оддий векселни берувчидан) тўлов олиш, шунингдек, регресс тартибида бошқа жавобгар шахслар (индоссаментлар, авалистлар)дан тўлов олиш ҳуқуқига эга.

Вексель эгасида буидан ташқари бошқа ҳуқуқлар (айблов, суд даъвоси ва бошқалар) ҳам бор.

ВЕТО (лот. Veto тақиқлайман; инг. veto) – давлат ҳуқуқида давлат ҳукуматиниг бир органи томонидан бошқа давлат органини масала ечилишида чеклаши; тақиқлаш ҳақида қарор қабул қилиш.

ВИСТАВКА ВА ЯРМАРКАЛАР (инг. exhibitions and fairs) – маҳсулотлар сотишни кучайтириш мақсадида ўтказилади. Халқаро виставка оммани инсоният фаолиятининг бир ёки бир неча доирасида товарлар, техника ва технологияларни намойиш қилиш орқали товарлар миқдори ҳақидаги маълумотлар билан хабардор қилиш мақсадида товарларни намойиш қилишдир. Халқаро ярмаркалар иттифоқининг кўрсатмасига кўра, ярмарка товар ва хизматларнинг йирик бозорини ифодаловчи иқтисодий намуналар виставкаси бўлиб, экспонентларга ўз маҳсулотлари намуналарини битим тузиш учун тақдим этишга рухсат берилган жойда чегараланган муддат давомида ҳаракат қилади. Қоидага кўра ярмаркада сотув амалга оширилмайди. Виставка ва ярмаркаларда турли намуналар намойиш қилинади, тижорат-ташвиқот ишлари олиб борилади, ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар орасида шартномалар тузилади, битимлар имзоланади. Жаҳон амалиётида уларнинг қуйидаги турлари ривожланган: халқаро ёки миллий: умумий савдо ёки махсус соҳалар бўйича; оммабоп ёки вақтинчалик виставка ва ярмаркалар. Виставка ва ярмаркаларни ташкил қилишдан мақсад фирмаларни реклама қилиш; бевосита буюртмалар қабул қилиш; кейинги буюртмалар учун талаблар олиш; бўлғуси агентлар ёки дистрибьюторлар излаш; бозор ҳажмини ёки фирманиг шу бозорга маҳсулот яроқлилиги даражаси баҳосини ўрганишдан иборатдир.

ВОСИТАЧИ (инг. Miffleman) – товар ишлаб чиқарувчи ва уни истеъмолчилар ўртасида турувчи ва унинг сотувида иштирок этувчи шахс, фирма ёки ташкилот товарларни ташиш, сақлаш, суғурта қилдириш, сотиш ва ҳ.к. соҳаларида иш олиб боради. Савдо воситачисини танлашда қуйидагиларга эътибор берилади: хизмат ҳажми, воситачининг ишлаб чиқарувчи товар маркасига муносабати; воситачи ёрдамида сотувни кенгайтириш имконияти; воситачи фаолияти учун зарур бўлган харажатлар; мижозга нисбатан воси-

чининг турган жойи; сотувни стимуллашдан тадбирларда воситачининг иштироки; воситачининг молиявий аҳволи; воситачидан фойдаланиш мобайнидаги харажатлар миқдори; воситачи томонидан амалга ошириладиган реклама фаолияти ва уни амалга ошириш учун тўлов миқдори, воситачи томонидан бозор ҳақида бериладиган ахборот ва айниқса, у катта фирмаларга тааллуқли бўлган ҳолларда, яъни унинг ўз сотув тизими – диллерлари, омборхона, магазиилари, намойиш заллари, хизмат ва ремонт устахоналари бўлган ҳолларда воситачилар у ёки бу мамлакатда анъанага айланиб қолган йўл билан мукофотланиш бўйича ишлайди. Мукофот таркибига комиссион йиғимлар, савдо ва рекламани стимуллаш учун ажратмалар, пул мукофотлари ёки бонуслар бўлиши мумкин.

ВОСИТАЧИЛАР БОЗОРИ (инг.intermeiate sellers market) – келажакда фойда кўриш мақсадида товар ва хизматларни сотиб олиб, кейинчалик уларни қайта сотувчи воситачи ташкилотлар бозори.

ВОСИТАЧИЛИК ЙИҒИМИ – белгиланган қийматдаги бож ҳисобланиб, давлат муассасаларидан воситачилик хизматлари учун олинади. Масалан: Йўлкира чипталарини сотишда.

Г

ГАБАРИТ (фр. Gabarit; инг. dimension) – буюмнинг асосий ўлчови (узунлиги, эни, баландлиги).

ГАРАНТ (инг. quaranta, warrantor) – кафолат берувчи, кафил шахс; гарант. Кафолат берувчи сифатида давлат ва фирмалар унинг ташкилотлари, банклар, корхоналар ва фирмалар бўлиши мумкин.

ГАРОВ (инг. Mortdade) – пул қарз беришда қарздор кредиторга мулкни таъминлаш сифатида берилади. Қарз ўз вақтида тўланмаса ёки умуман тўланмаса гаровга қўйилган нарса қарз берувчининг мулкига айланади.

ГАРОВ ХАТИ (инг. Letter of hypothecation) – шундай ҳужжатки, унга кўра қарз узилмаган ҳолларда ўша гаровга берилган нарсани сотиб юбориш ҳуқуқини беради.

ГАРОВ ШАҲОДАТНОМАСИ (иигл. mortgage certificate) – савдо ва тижорат операцияларини амалга ошириш учун фойдаланиш мумкии бўлган кўчмас ва кўчмас мол-мулкнинг қарздор томонидан гаровга қўйилиши ҳақидаги кредит ҳужжати.

Д

ДАВАЛЬ ХОМ АШЁ (инг.Givi and take raw materils) – партнёрнинг бошқа мамлакатга қайта ишлаш мақсадида олиб кирадиган ва сўнгра тайёр маҳсулотни хом ашё эгаси бўлган мамлакатга қайтариб бериш мақсадида ишлатиладиган хом ашёси. Бундай ташқи савдо алоқалари жаҳон савдо амалиётида кенг қўлланилади.

ДАВЛАТ КОРХОНАЛАРИ, МУАССАСАЛАРИ ВА ТАШКИЛОТЛАРИ МОЛ-МУЛКИИИИГ СУҒУРТАСИ (инг. incuranse of state enterprise, institutions and organization) – объект далат мулки бўлган суғурта кўринишларининг мажмуи.

ДАВЛАТ МУЛКИ РЕАЛИЗАЦИЯСИДАН КЕЛГАН БЮДЖЕТ ДАРОМАДЛАРИ (инг. budget profit from state property realization) – давлат мулкининг айрим турлари мусодара қилинган, мерос бўлиб қолган, хўжасизларча юритилган мулк реализация қилиш йўли билан бюджетга тушган пул маблағлари.

ДАВЛАТ ОБЛИГАЦИЯЛАРИ БОЗОРИ (инг. market prise of state bonds) – пул барида ўша облигацияларни олди-сотдиси амалга ошириладиган нарх.

ДАВЛАТ СОЛИҒИГА УСТАМА (инг. Rise in state taxex) – маҳаллий бюджетга тушган қўшимча солиқ суммаси; давлат солиғига нисбатан маълум миқдорда белгиланади.

ДАВЛАТ СУҒУРТА ОРГАНЛАРИ ФОНДИ (инғил. funds of incuranse state bodies) – мақсадли йўналтирилган давлат суғурта органларининг пул маблағлари йиғиндиси.

ДАВЛАТ ТЎЛОВЛАРИ (инг. budget paymets) – давлат бюджети даромадини ташкил қилувчи, қонун йўли билан белгиланган, юридик ва жисмоний шахслар бадаллари тизими.

ДАВЛАТДАН АЖРАТИШ ВА ХУСУСИЙЛАШТИРИШ ШАКЛИ (инг. forms of denstionalization and privatization) – 1) Давлат ташкилотларини ҳиссадорлик жамиятлари ёки бошқа жамият ва ширкатларга айлантириш; 2) Меҳнат жамоалари аъзолари томонидан давлат ташкилоти мулкларини сотиб олиш; 3) Давлат ташкилотини аукцион орқали сотиб олиш.

ДАВО ТАЪМИНОТИ (инг. claim security) – муҳофаза баҳслари бўлиб, суд томонидан қабул қилинади ва даъвогарнинг иши унинг фойдасига ҳал бўлган тақдирдаги мулкка оид талабларини амалга оширишни кафолатлаш учун жавобгар мулкига бўлган муносабатларни ифодалайди.

ДАРОМАД (инг.л. revenue) – корхонанинг олган даромади. Натурал ва пул кўринишида бўлади. Даромад солиқли ва солиқсиз гуруҳларга бўлинади. Даромад тушунчаси давлат ҳақида гап кетганда миллий даромад, корхона даражасида (ялпи даромад, соф даромад) ва алоҳида шахслар кўрилганда аҳолининг пул даромадлари, фуқароларнинг реал даромадлари ва шахсий даромад шаклида бўлиши мумкин.

ДАРОМАД БРУТТО (инг.л. Gross yieeld) – бирор фаолиятдан келган ялпи даромад. Масалан, маҳсулотни сотиш ва хизмат кўрсатишдан келган даромад.

ДАРОМАД КЎРСАТКИЧИ (инг.л. earnings yield) – шартли қиёсий кўрсаткич бўлиб, компания томонидан охирги 1 йиллик муддатда 100 та акцияниинг жорий баҳоси ҳисобидан олган фойдалари катталиги сифатида аниқланади. Амалиётда тескари катталик, яъни "баҳо-нарх муносабати" катталиги ҳам ишлатилади.

ДАРОМАД СОЛИҒИ (инг.л. Income tax) – фуқароларнинг бир йил давомида ялпи даромадидан олинадиган мажбурий тўлов (солиқ) давлат томонидан белгиланган ставкалар асосида тўланади.

ДАРОМАДЛАР ИИДЕКСАЦИЯСИ (инг.л. probits indexation) – турли аҳоли гуруҳлари номинал даромадларининг пул даражасининг ўзгаришга боғлиқ равишда мунтазам ўзгариши.

ДЕБЕТ (лот. Debet у қарздор; инг.л. debit) – бухгалтерия ҳисоботларида акс этган чап томон номи; актив счётларда ҳисобланадиган суммаиинг кўпайиши, пассив счётларда камайишини кўрсатади.

ДЕБИТОР (лот. Debitor қарздор; инг.л. debitor) – қарздорлар, тўловчи шахс ёки корхона; фуқаролик ҳуқуқига шартномадаги ёки бошқа мажбуриятномадаги қарздор. Бу термин хўжалик ва бухгалтерия амалиётида ҳам қўлланилади.

ДЕБИТОРЛИК ҚАРЗИ (инг.л. receivables) – ўзаро хўжалик алоқаларини олиб борувчи корхона, ташкилотларнинг бир-биридан қарзи. Корхона дебиторлик қарзи муддатида қайтарилдиган ва тўлаш муддати ўтиб кетган қарздан иборат. Ўз вақтида ундириб олинмаган дебиторлик қарзи уни берган корхонанинг зарарига қўшиб ёзилади. Дебиторлик қарзининг ўз вақтида тўланиши бозор иқтисодиётидаги молиявий интизомнинг муҳим талабидир.

ДЕВАЛЬВАЦИЯ (инг.л. devaluation) – миллий пул бирлиги курсининг чет эл валютасига нисбатан расмдан тойиши;

халқаро валюта бозорларида миллий валюта курсининг пасайиши билан боғлиқ ҳолда юз беради. 1978 йилгача валюталарнинг *расмий қиймати уларнинг* олтин таъминотини таққослаш орқали аниқланар эди. Девальвация илгари пул бирлиги таркибидаги олтин ҳиссасини камайтириш йўли билан амалга оширилган бўлса, энди халқаро келишувга мувофиқ барча қадри юқори валюталардаги олтин нисбатлари бекор қилингандан кейин пул бирлиги курсининг у ёки бу чет эл валютасига (одатда АҚШ доллари, Германия маркаси, инглиз фунт стерлинги ва бошқалар) нисбатан пасайтирилиши йўли билан амалга ошириладиган бўлди (1990 йил 1 ноябрдан сўм долларга нисбатан 1,8 сўм 1 доллар).

ДЕНОМИНАЦИЯ (инглз. denomination) – тўлов айланмаси, ҳисоб-китобни енгиллаштириш, миллий валютага тўла қувват бериш мақсадида мамлакат баҳо масштабини ва пул бирлигини (номини ўзгартирмай) йириклаштириш. Айрим ҳолларда деноминация пул ислоҳоти ёки баҳо, тариф ва иш ҳақини қайта ҳисоблаш билан қўшиб олиб борилади.

ДЕПОЗИТ (лот. Depositum сақлашга топширилган буюм; инглз. deposit) – 1) Банк жамғармаси; 2) Задачка (бай пули); 3) Банкка омонат кассаси ёки фойдаланиш учун вақтинча қўйилган пул ёки қимматли қоғозлар, қимматли нарсалар.

ДЕПОЗИТ БАНКЛАРИ (инглз. deposit banks) – жалб қилинган депозитлар ҳисобига кредит-ҳисоб ва ишонч операциялари амалга ошириладиган кенг тарқатган банклар.

ДЕПОЗИТ ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инглз. deposit operation) – кредит муассасаларининг пул маблағларини омонатга жалб этиш ва жойлаштириш бўйича операциялари. Актив ва пассив депозит оиерациялари фарқланади.

ДЕПОЗИТАРИЙ (инглз. depositary) – 1. Депозитлар ишониб топширилган юридик ёки жисмоний шахс. Депозитарий сифатида, аввало, пулларни ғазна фойдасига ёки шахсий операциялар учун қабул қилишга ваколат олган давлат банки кўринади. 2.Халқаро ҳуқуқда маълум халқаро шартнома матнини, уни амалга ошириш ҳақидаги ҳужжатларни сақлаш мажбуриятини олган давлат ёки халқаро ташкилот депозитарий ҳисобланади. Қоидага кўра, депозитарий шартномада кўрсатилади.

ДЕФИЦИТ (*лот. deficit етишмайди; инглз. deficit, shortage*) – халқ истеъмол моллари ва хизматларининг аҳоли талаб-эҳтиёжларини қондириш учун етишмаслиги, уларни етарли даражада ишлаб чиқармаслик, шунингдек, сифатсиз ва кам

турда бўлиши. Дефицит товарларнинг вақтинча эмас, балки муҳим равишда сурункали етишмай қолиши.

ДЕФИЦИТ МОЛИЯЛАШ – даромадлар устидан давлат харажатларини олдиндан белгилаш йўли билан иқтисодиётни тартибга солиш усули; унинг натижаси-бюджет дефицити.

ДИВИДЕНД (лот. dividendus бўлимга алоқадор; инглиз. dividend) – акционер жамияти фойдасининг акция эгасига тегадиган, биноларин, унинг даромадига айланган қисми. Ҳар йили фойда акционерлар ўртасида (солиқлар тўланиб, ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун ажратмалар чиқарилиб, резервлар тўлдирилгач, облигациялар бўйича фоизлар ва директорларга бериладиган мукофот ҳақ тўлангандан сўнг) ва турига қараб тақсимланади. Тақсимланадиган ҳисса дивиденд массаси дейилади. Дивиденд ставкаси эса акционернинг акциялар номинал қийматларига кўра фоизларда ифодаланган даромади. Дивиденд миқдори оддий акциялар бўйича жамиятнинг ўша йилдаги фойдасига боғлиқ; имтиёзли акцияларнинг дивиденд миқдори акцияларнинг номинал қийматига қатъий фоиз ставкаси миқдорида олдиндан белгиланади. Энг юқори дивиденд олинганда баъзан уларнинг бир қисми қўшимча чиқарилган бепул акциялар тарзида акционерларга тўланади. Дивиденднинг энг кўп қисмини қўлида акцияларнинг асосий ҳиссасини тўпланган кишилар ва корпорациялар оладилар.

ДИЛЕР (инглиз. dealer) – ишбилармон савдогар (фирма); ўз ҳисобига ва ўз номидан қимматбаҳо қоғозлар,товарлар, валютани аввал харид қилиб, сўнгра қимматига сотиш тижорат ишлари билан шуғулланади. Дилер, шунингдек, брокерлар, бошқа дилерлар, мижозлар ўртасида воситачилик қилиши ҳам мумкин. Дилер баъзан брокер сифатида иш кўради, аммо унинг фаолиятида вақтинчалик эмас, мустақил савдо қилиш устун турадн, бинобарин, у сотиб олингаи товарларнинг эгаси ҳисобланади. Дилерларнинг брокер ва савдо агентидан фарқи даромадининг мукофотлар ва тўловлар эмас, балки сотиб олинадиган ва сотиладиган товарлар нархи ўртасидаги фарқдан тушадиган фойдадан ташкил топади.

ДИРЕКТОР (инглиз. director) – у ёки бу бошқарувчиси ёки бошлиғи.

ДИСКОНТ (инглиз. discount) – 1) банклар томонидаи векселни муддатидан илгари қайтариб сотиб олиш (вексель ҳисоби); 2) векселни қайта сотиб олгани учун банк ундирадиган фоиз; 3) товар нархи (масалан, сифати стандартга тўғри

келмаганда), биржа ва валюта битимларида валюта нархидан ташлама.

ДИСКОИТЛАШ (инглл. discounting) – инвестицион дастурларни танлаш ва баҳолашда қўлланадиган усул. Унинг маъноси фирманинг турли муддатли инвестициялар ва пул тушумларини маълум муддатга фойдалиликнинг ички меъёри капитал жамғариш харажатларни қоплаш коэффициентини аниқлашга киритишда кўринади.

ДУБЛИКАТ (инглл. dublicate) – асли билан бир хил юридик ҳуқуққа эга бўлган ҳужжат нусхаси. У ҳужжат йўқолганда берилади.

Е

ЕВРОАКЦИЯЛАР (инглл. Euroeuities) – мамлакатдан ташқарига чиқариладиган қимматбаҳо қоғозлар.

ЕВРОБОЗОР (инглл. Evromarket) – ссуда капиталининг халқаро бозори бўлиб, унда операциялар евровалюталарда амалга оширилади.

ЕВРОВАЛЮТА (инглл. Eurocurrency) – Европада, бир мамлакат чегарасидан ташқарида, яъни бошқа давлатлар счётида депозитга қўйилган валюта маблағлари. Масалан, Евродоллар, евромарка, евройенлар.

ЕВРОВАЛЮТА БОЗОРИ (инглл. Eurocurrency market) – қисқа муддатли ва ўрта муддатли кредитларнинг халқаро бозори. Мамлакат ташқарисида миллий валюта билан амалга оширилган кредит операцияларига асосланади. "Евро" бозор фақат Ғарбий Европа билан чегараланади дегани эмас, у валюта (доллар, марка, цена) хорижий банклар томонидан кредит бериш мақсадида уларнинг ҳисобида туришини ифодалайди. Кредит фаолият асосида депозитлар ётади. Бир мамлакат резиденти фойда олиш мақсадида бошқа мамлакат банкига ўз пулларини жойлаштиради.

ЕР КАДАСТРИ (инглл. lang cadastre) – ернинг ҳуқуқий режими, унинг табиий ва иқтисодий ҳолати ҳақидаги асосли маълумотлар тизими. Ерга эгалик қилиш, ердан фойдаланиш, ерни ҳисобга олиш, унинг табиий-техник ҳолати, иқтисодий ва пул баҳоси асосида шаклланади. У ердан оқилона фойдаланиш, уни муҳофаза қилиш, ерни тўғри баҳолаш учун хизмат қилади.

ЁПИҚ АКЦИОНЕР ЖАМИЯТ (инглз. Close corporation) – акциялар очиқ савдога чиқарилмайдиган ҳиссадорлик акционерлик жамияти. Таъсисчилар қарорига мувофиқ унинг акциялари ёпиқ обуна шаклида тарқатилиши мумкин.

ЁПИҚ ГАРОВ (инглз. Closed mortgage) – корпорация активлари қўйилган, янги гаров облигацияларини чиқариш имконняти бўлмаган вазият. Бундай ҳолда корпорация молиявий барқарорлик ва юқори репутатция шароитида.

ЁПИҚ ИҚТИСОДИЙ ТИЗИМ (инглз. exclusive economic sysnem) – барча операция ва битимлар бир мамлакат ичила амалга ошириладиган иқтисодий тизим бўлиб, у бўйича ҳисоб-китоблар шу мамлакат валютасида олиб борилади.

ЁПИҚ КОМПАНИЯ (инглз. Close company, closed end corepany) – бир мамлакат қонунлари билан белгиланган миқдордаги кишилар (кўпчилик Европа мамлакатларида беш кишигача) томонидаи назорат қилинадиган компания. Қайд этилган низом капиталига, яъни бозорда муомалада бўлмайдаган аниқ ва ўзгармас миқдордаги акцияларга эга бўлган компания.

ЁПИҚ КОРПОРАЦИЯ (инглз. Close corporaeion) – акционерлик миқдори ва акцияларни эркин сотиш ёки ўтказиш чегараланган акционерлик жамияти.

Ж

ЖАВОБГАРЛИК СУҒУРТАСИ (инглз. Responsibility insurance) – 3-шахсларга зарарларни қоплаш бўйича суғурталовчининг мажбуриятли бу суғуртанинг предмети бўлиб хизмат қилади.

ЖАМҒАРИЛГАН ФОИЗ (инглз. Accumuldting interest) – облигация купони бўйича охирги тўлов ёки қимматбаҳо қоғоз чиқарилган вақтдан бери тўпланиб қолган фоиз суммаси. Қимматбаҳо қоғозни сотишда жамгарилган фоиз қоғоз таркибида ҳисобга олинади.

ЖАМҒАРМА (инглз. FOB with ctorage) – 1) захира, капитал; 2) моддий ва молиявий маблағлар бўлиб, улар одатда белгиланган мақсад йўналишида сарфланиш учун ташкил қилинади; 3) молиявий ёрдам кўрсатувчи ташкилот.

ЖАМҒАРМА ҚЎЙИЛМАЛАРИ (инглз. Savings deposits) – талаб қилиб олувчи жисмоний шахслар томонидан жамғарма муассасалари ва жамғарма банкларига қўйилган пул маблағлари.

ЕР МОНЕТОРИИГИ (инглиз. Monetaring of lands) – ерга боғлиқ ўзгаришлар, негатив ҳолатларнинг олдини олиш ва уларнинг оқибатларини тугатиш мақсадида ер фонди ҳолатини кузатиш тизими.

ЕР РЕНТАСИ (инглиз. Ground-land rent) – қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчилари томонидан яратиладиган қўшимча маҳсулотнинг бир қисми, ер эгалари томонидан ўзлаштирилади, ерга мулкчилик юзага келиши билан шаклланган.

Ё

ЁЗМА БУЮРТМА (инглиз. written order) – бошланғич баҳоси таклиф ва талабларни тўплаш ва солиштириш билан шуғулланувчи брокер (Германияда кўрсмаклер) томонидан баҳони танлаш мақсадида белгиланади буюртма ёзма буюртма берганда, трейдер ўзининг дастлабки буюртмасини ўзгартира олмайди.

ЁЛЛАНУВЧИ – ёлланувчи, денгиз орқали юк ташиш шартномасини бир томондаги шахс у шартнома бўйича белгиланган ҳақ учун юкни белгиланган миқдорини белгиланган портга етказиб бериш мажбуриятини ўз бўйнига олади.

ЁЛЛАШ БАЛАНСИ (ФРАХТ) (инлг. Freight balance) – давлат тўлов балансининг бир қисми бўлиб, у чет эл валютасини четдан киришини ва чет элдаги сув орқали юк ташиш билан боғлиқ харажатларни қайтаради.

ЁЛЛАШ ИНДЕКСЛАРИ (инглиз. Freight indexes) – нисбий кўрсаткичлар бўлиб, улар сув орқали юк ташиш нархларининг ўзгаришини баъзи бир базис вақт нархлари ёки белгиланган ставкаларга нисбатини кўрсатади.

ЁЛЛАШ СТАВКАСИ (инглиз.freight rate) – сув орқали юк ташишнинг қиймати. Бу қиймат ишлаб чиқариш харажатларини транспорт харажатларини ва ўртача фойдани ўз ичига олади.

ЁЛЛАШНИНГ ҲИСОБ-КИТОБ БИТИМИ (инглиз. Freighr settlement unit) – баъзи бир қимматбаҳо юкларни турига қараб фоизларда ҳар бир шасса ҳажм, жой учун белгиланган бирлиги.

ЁЛЛОВЧИ (ФРАХТЛОВЧИ) – ёлловчи, денгиз орқали юк ташиш шартномасининг бир томонидаги шахс, у шартномага асосан маълум бир ҳақ эвазига юкни белгиланган портга етказиб беришни талаб қилишга ҳақли.

ЖАМҒАРМА БЎЙИЧА ҲИСОБ ОЧИШ (инг.л. opening account on deposits) – шундай операцияки, унга кўра омонат банклари биринчи бадал келиб тушиши билан бажаради.

ЖАМҒАРМА БАНК (*инг.л. savings bank*) – кредит муассасаси бўлиб, унинг асосий вазифаси аҳолининг пул жамғармалари ва вақтинча эркин пул маблағларини жалб қилиш ва аҳолига кредит беришдан иборат.

ЖАМҒАРМА ДЕПОЗИТИ (инг.л. savings deposit) – жамғарма муассасаларига маълум муддатга (муддатли жамғарма депозити) ёки номаълум муддатга (муддатсиз жамғарма депозити) қўйилган пул маблағи.

ЖАМҒАРМА КАССАСИ (инг.л. Savings bank) – дунёнинг кўпгина мамлакатларида қабул қилинган молия муассасаси шакли. Жамғарма кассаси жамғарма дафтарлари бўйнча ҳисоб-китоб юритади, жисмоний шахсларга қарз, чек дафтарчалари ва бошқаларни бериши мумкин.

ЖАМҒАРМА КВОТА (инг.л. Savings quota) – аҳоли пул даромадларини йиллик йиғимнинг жамғармалар ўсишининг йиллик ҳисоботи.

ЖАМҒАРМА МАРКАЛАРИ (инг.л. Savings marks) – майда жамғармаларни ташкил қилиш бир усули.

ЖАМҒАРМА МЕЪЁРИ (инг.л. Rate of accumulation) – умумишлаб чиқариш самарадорлигини тавсифлайдиган халқ хўжалиги нисбатларидан бири. Жамғарма фондининг миллий даромадга муносабати сифати ҳисобланади.

ЖАМҒАРМА МУАССАСАЛАРИ (инг.л. Savings institutions) – аҳолининг қўйилмаларини жалб қилиш функцияларидан бирн бўлган, кенг тарқалган ташкилотлардан бири.

ЖАМҒАРМА ОБЛИГАЦИЯЛАР (инг.л. Savings bonds) – давлатнинг нобозор қимматбаҳо қоғозлар бозори, унинг олди-сотдисига рухсат этилмайди.

ЖАМҒАРМА СЕРТИФИКАТИ (инг.л. Savings certificate) – кредит ташкилотининг кўп маблағларини депонентлаштириш ҳақидаги ёзма гувоҳномаси. Мижоз муддат ўтиши билан депозитни ва у бўйича фоизни олиш ҳуқуқини тасдиқлайди. Жамғарма сертификатини учинчи шахсга бериш мумкин эмас. Агар бундай сертификат эгаси муддатдан илгари депонентлаштирилган маблағларни тўлашни талаб қилса, даражаси депозитни қўйиш шартномаси асосида аниқланадиган пасайтирилган фоиз тўлайди.

ЖАМҒАРМАНИНГ ЧЎКИШИ (инглз. settling of deposits) – янги жамғарма қўйилиши ҳисобига жорий йилдаги умумий айланмалар суммасига қўшилиб бораётган жамғарма миқдорини ифодаловчи кўрсаткич фоизлар билан ҳисобланади.

ЖАМИЯТНИИГ ЙИҒМА МАҲСУЛОТИ (инглз. Gross public product) – йил давомида моддий ишлаб чиқариш соҳасидаги тармоқларда яратилган жамиятнинг умумий маҳсулоти.

ЖАМОА ХЎЖАЛИКЛАРИ БОЗОРИ НАРХЛАРИ (инглз. Price of collective farm) – чакана нархларнинг бир тури бўлиб, шу нарх асосида жамоа хўжаликлари, деҳқон ва бошқа фуқаролар аҳолига ўзларидан ошган маҳсулотларни жамоа хўжалиги бозорларида сотадилар.

ЖАРАЁИЛИ ТАҲЛИЛ (инглз. Situation analysis) – ташкилотнинг ишлаб чиқариш-тижорат фаолияти ва унинг ташқи муҳитини вақтнинг аниқ давридаги ҳолатини комплекс ўрганишдир. Жараёнли таҳлил бозордаги ўзгаришлар ҳолатини, ташкилот иши натижасини баҳолаш, маркетинг стратегиялари ва ташкилот режасини ишлаб чиқариш учун тавсиялар бериш имконини беради.

ЖАРИМА (нем. Strafe, инглз. Fine, penalty) – амалдаги қонунчилик, шартнома ёки маълум қоидаларни бузишда айбдор бўлган шахсларга нисбатан қўлланиладиган моддий таъсир чоралари, пул ундириш.

ЖАҲОИ БОЗОРИ (иигл. World commodity worket) – халқаро меҳнат тақсимотида иштирок этиш орқали бир-бирига боғланган мамлакатлар ўртасидаги барқарор товар-пул муносабатлари. Жаҳон бозори 16-асрда шакллана бошланган ва 20-аср бошларига келиб бу жараён тугалланган. Умуминсоний иқтисодий алоқаларнинг мавжудлиги жаҳон бозорига барқарорлик бахш этади. Жаҳон бозори товарлар, хизматлар, валюта, инвестиция, илмий ишланмалар бозорлари ва бошқалардан иборат. Жаҳон бозорида айрибошлаш халқаро нархлар ва халқаро валюта воситасида амалга оширилади.

ЖАҲОН БОЗОРИ БАҲОСИ (инглз. World market price) – жаҳон товарлар бозоридаги асосий баҳо, деярли умумбаҳоларда акс эттирилади, халқаро олди-сотди ёки бошқа ишончли ахборотлар манбаларида, яъни тижорат таклифи, биржа котировкаси баҳолари қўлланмаси ва бошқаларда белгиланган баҳо.

ЖАҲОН БОЗОРИДАГИ ХИЗМАТЛАР (инг. Services on world market) – бу истеъмол қийматлари бўлиб, кўпинча нарса шаклида бўлмайди ва ташқи бозорга келтирилади. Ўз мажмуига нисбатан улар жаҳон бозоридаги бошқа тор бозорларга бўлиниб кетади: лицензиялар, ноу-хау, муҳандислик-маслаҳат хизматлари, банк хизмати, туристик ва бошқа хизмат турлари бозоридир. Жаҳон бозоридаги хизматларга кўпинча қуйидагилар киритилади; транспорт, алоқа, савдо-сотиқ, моддий-техника таъминоти, маиший, тураржой ва коммунал хизматлар, умумий овқатланиш, меҳмонхона хўжалиги, туризм, молиявий, суғурта хизматлари, шунингдек, ахборот, фан, таълим, соғлиқни сақлаш, жисмоний тарбия ва спорт, саиъат ва маданият, шунингдек, биржа ҳамда воситачилик хизматлари, кўчмас мулк операциялари, ускуналар ижараси, бозорни ўрганиш хизматлари, маркетинг фаолиятини ташкил этиш, сифат назорати, сотувдан кейинги хизмат ва бошқалар. Жаҳон бозоридаги хизмат савдосниинг чорак қисмини транспорт хизмати, яна бир чорагини эса туризм ташкил этади. Жаҳон хизмат айланмасининг қарийб ярми 6 та ривожланган давлатларга тўғри келади. Хизмат кўрсатиш соҳасига жаҳон инвестициясининг 40 фоизи жойлаштирилади.

ЖАҲОН МОЛИЯ МАРКАЗЛАРИ (инг. World finansial centers)–ссуда капитали бозорининг халқаро марказлари. Биринчи навбатда Нью-Йорк, Токио, Лондон, Париж, Цюрих, Люксембург; ривожланаётган мамлакатлар Гонконг, Сингапур, Бахрейн ва бошқалар. Бу марказларда банк ва бошқа кредит-молия институтлари юқори даражада концентрациялашган, молия-кредит операциялари учун либерал солиқ ва валюта режимига амал қилади.

ЖИСМОИИЙ ШАХСЛАР МУЛКИГА СОЛИНАДИГАН СОЛИҚ (инг. Personal property tax) – ҳаракатдаги ва кўчмас мулкка солинадиган солиқ тури. Бу солиқ қадимги Греция ва Римда ҳам қўлланган.

ЖИҲОЗЛАРНИ КАФОЛАТЛИ СИНОВИ (инг. quarantee test of equipment) – шартномада белгиланган кафолатли тавсифлар: ишлаб чиқариш самарадорлиги, қувватлилик ва бошқаларга биноан технологик жиҳозларни ёки бутун саноат объектини синаш. Жиҳозларни кафолатли синов асосида етказиб берувчи ва буюртмачи билан ҳамкорликда ёки жалб қилинган мутахассислар томонидан амалга оширилади.

ЖОРИЙ ҲИСОБ (инг. Current account) – банк томонидан мижоз мулкини сақлаш ва ҳисоб-китобни амалга ошириш учун очиладиган ягона жорий ва ссуда ҳисоби. Бу ҳисоб бўйича ссудалар, жамғарма шаклида мижозлардан тушаётган маблағлар, ссуданинг қайтарилиши кабилар ўтказилади. Жорий ҳисоб очаётиб банклар кредит лимитини белгилаб қўядилар. Шу лимит чегарасида мижоз банкка ссуда пулини тўлаб боради. Корхоналар, уларнинг филиаллари ва ваколатли ташкилотлар ўз жорий ҳисобларини банкка қуйидаги ҳужжатларни тақдим этиш орқали очишлари мумкин: асосий ташкилот баёноти, шунингдек, тўлов ҳисоби очиш учун зарур бўлган барча ҳужжатлар.

ЖОРИЙ НАРХЛАР (инг. Current prices) – шу даврда қўлланувчи нарх ва таклифлар улгуржи нархлари, сотиб олиш нархлари, қурилишдаги нархлар, муассаса, ташкилот ва корхоналар, аҳолига кўрсатилган хизматлар учун тариф ва нархлар.

ЖОРИЙ ОПЕРАЦИЯЛАР БАЛАНСИ (инг. balance of current operations) – мамлакатнинг маҳсулотлар импорти ва хизмат кўрсатиш ҳажмидан ташқари маҳсулотлар экспорти ва хизмат кўрсатиш ҳажми плюс мамлакатнинг инвестициялардан олган соф даромади плюс трансферт тўловлари сальдоси.

ЖОРИЙ ЧИҚИМЛАР (инг. Current expenses) – 1. Мижозларнинг махсус топшириқлари томонидан амалга оширилувчи ва тўланувчи телеграф суҳбатлари, аккредитивлар ва бошқа операциялар бўйича жорий чиқимлар. 2.Банкнинг операцион чиқимлари бўлиб, мижозлар томонидан тўланмайдиган эмиссион, инкасса ва бошқа операциялар бўйича жорий чиқимлар. 3. Мижозлар томонидан қайтарилмайдиган, ассигнование миқёсида бошқарув аппаратининг чиқимларини банк сметаси ҳисобига амалга ошириладиган жорий чиқимлар.

З

ЗАКОЛАТ (инг. lornest money, deposit) – шартнома тузувчи томонлардан бири томонида бошқасига шартнома тузиш ва уни амалга оширишни таъминлаш учун берилган пул маблағи. Агар шартнома заколат логан томондан бажарилмаса, заколат икки баравар қилиб қайтарилади.

ЗАХИРА ВАЛЮТА (инг. reserve currency) – халқаро ҳисоб-китобларда қарзларни тартибга солиш учун ёки миллий валюта захираси сифатида қўлланиладиган миллий (доллар, фунт, стерлинг)

ва жамоа (ЭКЮ, МЎҲ) валюталари. МЎҲ-махсус ўзлаштириш ҳуқуқи – 1968 йилда халқаро валюта фонди томонидан белгиланган моддий шаклда амалга оширилмайдиган ҳисоб бирлиги. МЎҲ баҳоси валюта "корзина"си базасида долларнинг 42%, Ғарбий Европа пул бирликлари (фунт стерлинг, франк, марка)нинг 45%, иенанинг 13% миқдорида белгиланади. ЭКЮ-Европа ҳисоб бирлиги Европа иқтисодий уюшмаси (УЭС) томонидан киритилган бўлиб, уюшманинг аъзоси бўлган 10 мамлакат валюталари базасида баҳоланади. Бу мамлакатлар таъминот учун 2800 г. олтин (тўғри, у ёзувлар орқалигина ҳаракат қилади) ва доллар ўтказишган. Ҳисоб бирликларидан ЭКЮ аста-секин ҳақиқий пулга халқаро ҳисоб-китобларни тартибга солиш воситасига айланади.

ЗАХИРА КАПИТАЛИ (инг. Reserve funds) – корхона капиталининг даромадни ҳисоб-китоб қилишдан юзага келган ва асосий капитал тўлдириши ёки зарарларни қоплаш учун асос бўладиган қисми.

И

ИДОРА, ТАШКИЛОТ (инг. Institution agency) – 1.Давлат ҳокимияти ва бошқарув функциясини бажарувчи орган. 2. Хўжалик, маданий-маиший характерда бўлмаган ва бошқарув функциясига эга бўлмаган, ишлаб чиқариш фаолиятини амалга оширмайдиган орган.

ИЖАРА (инг. Hiring) – мол-мулкни ёллаш бўйича мулк эгаси билан тадбиркор ўртасидаги иқтисодий муносабат; вақтинча ишлатиб туриш юзасидан ижара шартномасига кўра, бир томон (ижарага берувчи) иккинчи томонга (ижарачи) маълум тўлов эвазига ва маълум шартга кўра, мол-мулкини вақтинча фойдаланиш учун беради. Ижара ҳақи мулк эгаси мол-мулкининг қийматига ва келтирадиган даромадга боғлиқ бўлиб, ўзаро келишув билан белгиланади. Жаҳондаги кўпгина мамлакатларда ер, уй-жой, савдо-саноат бинолари, саноат ва савдо корхоналарини ижарага бериш ва олиш кенг тарқалган. 80-йилларнинг охирига келиб республикамиз қишлоқ хўжалигида ижара муносабатлари ривожлана бошлади. Бу муносабатлар асосан ижара пудрати (жамоа, оила, якка тартибда) шаклини олди. Ҳозир ижара ва ижара муносабатлари ҳақида қонун қабул қилинган, бир қанча мамлакатларда ижарачи ва соҳибкорларнинг уюшма (ассоциация)лари тузилган.

ИЖАРА КОРХОНАСИ (инг. LeaseFrental enterprise) – давлат корхонаси ёки унинг таркибий бирлигиниг мулки (ер, асбоб-ускуна)ни шартнома асосида ижарага олувчи, меҳнат жамоаси томонидан тузилган корхона ижара корхонаси бозор субъекти сифатида мустақил равишда ишлаб чиқаришни юритиш, ўз маҳсулотини хоҳлаганга реализация қилиш, сотиш, алмаштириш, агар бу ижара шартномаси қоидаларига зид бўлмаса, ижара мулки таркибига кирувчи моддий бойлнкларни вақтинчалик фойдаланиш учун ўзгаларга бериш ёки қайта ижарага (субаренда) беришни амалга ошириш мумкин. Ижара корхонасига тегишли бўлган даромад шу корхона жамоаси хусусий мулки бўлиб, уни олиб қўйиш мумкин эмас. Ижара корхонасининг олий бошқарув органи меҳнат жамоаси аъзоларининг умумий йиғилишидир. Ижарачи бу корхона ишига аралашмайди ва юқоридаги орган сифатида муносабатда бўлолмайди.

ИЖАРА ШАРТНОМАСИ (англ. rent agreecment) – ижарачи ва ижарага берувчи орасида ишлаб чиқарилган ёки ҳосил қилинган мулкка нисбатан тузилган шартнома.

ИЖАРАЧИ (англ. Employer) – ижара шартномаси томонларидан бири бўлиб, товарни маълум муддат давомида белгиланган ижара ҳақи тўлаш шарти билан ижарага олиш ва ундан фойдаланиш ҳуқуқига эга бўлади. Шартнома шартларига кўра, ижарачи асбоб-ускунани техник кўрсатмаларига риоя қилган ҳолда ишлатиши, асбоб-ускуна конструкциясига ҳеч қандай ўзгартириш киритмаслиги, ундаги нуқсонлар ҳақида ўз вақтида хабар бериши, ижарага берувчининг рақобатчиларига асбоб-ускунанинг конструктив ва эксплуатацион хусусиятлари билан танишишга йўл қўймаслик, мулк эгасининг ёзма розилигисиз асбоб-ускунани бошқаларга бермаслиги керак.

ИЖТИМОИЙ АССОЦИАЦИЯЛАР (англ. Social assosiations) – жамият ҳаётининг турли хил соҳаларида иштирокчиларни манфаатларини ҳимоя қилишни кўзда тутувчи ҳамкорлик учун фуқароларни, ташкилотларни, айрим ҳолларда эса давлат институтларини бирлаштирувчи органдир.

ИЖТИМОИЙ СУҒУРТА (англ. Social insurance) – давлат томонидан қўйилган ва кафолатланган моддий таъминот тизими бўлиб, иш қобилияти йўқотилганда ва қонунларда кўзда тутилган ҳолатларда ҳамда ишчиларни соғлигини муҳофазаси йўлида.

ИЖТИМОИЙ ТАЪМИНОТ (инг. social security, амер. Social welfare) – қари ва меҳнатга яроқсиз фуқаролар ҳамда болалари бор бўлган оилалардаги меҳнатга яроқсиз фуқароларни таъминлаш ва уларга хизмат кўрсатиш тизими. Бу тизим ўз ичига пенсиялар, ишлаётганларга нафақалар (вақтинчалик яроқсизлик, ҳомиладорлик ва ҳоказолар бўйича), болали, кам таминланган оилаларга ёрдам бериш, қариялар ва ногиронларни моддий тамиилаш ва уларга хизмат кўрсатиш (қариялар, ногиронлар ва болалар меҳрибоилик уйларида), ишсизлик бўйича нафақаларни олади.

ИККИ ТОМОНЛАМА АУКЦИОИ (инг. double auction) – биржа савдосининг оддий усули бўлиб, харидорнинг ортган эҳтиёжи сотувчининг камайган эҳтиёжи билан тўқиашади. Харидор ва сотувчи нархда келишиб қолса, битим тузилади.

ИККИ ТОМОНЛАМА ЁЗУВ (инг. Double entry) – ҳар бир хўжалик операцияси бир хил суммада икки ҳисобда: дебет ва кредитда ифодалаиганда қўлланувчи бухгалтерия ҳисоби усули. Бунда ҳисоблар орасида ҳисоблар корреспонденцияси деб аталувчи хўжалик операцияларини таҳлил қиладиган икки томонлама алоқа юзага келади.

ИККИ ТОМОИЛАМА ОПЦИОН (инг. option to double, put and call option; нем. Stellage) – опцион харидорининг асосий нарх бўйича шартномани ёки сотиб олиш ёки сотиб юбориш ҳуқуқи (лекин уни бир вақтнинг ўзида сотиб олиб, сотиб юбориш эмас). Фақатгина Европа биржаларида, нархнинг қайси томонга олиб бораётганини аниқлаш қийин бўлган пайтларда, ҳаддан ташқари нотурғун бозор конъюнктураси пайтида қўлланилади.

ИККИ ТОМОИЛАМА СОЛИҚҚА ТОРТИШ (инг. Double taxation) –даромаднинг бир асосига бирданига икки солиқ тартибини қўллаш. Халқаро амалиётда солиқ тўловчининг бир хил солиқни иккала давлат солиқ учун томонлар солиққа тортилувчи даромадларни тақсимлаш ёки уии бартараф қилиш юзасидан келишиб оладилар.

ИККИЛАМЧИ БОЗОР (инг. Secondary market) – 1.Биржа ёки биржадан ташқари бўлган бозорларда қимматбаҳо қоғозларнинг савдоси билан шуғулланувчи бозор, бундай савдодан қимматбаҳо қоғозларии чиқарган ташкилотга эмас, балки унинг ўша вақтдаги эгасига савдо манфаати ўтади. 2.Товарлар савдосида дастлабки сотувчи эмас, балки кейии уни олган шахс томонидан сотиш ёки олиб сотишдир.

3.Шундай бозорки, унда молиявий инструментлар инвесторлар орасида муомала киритилади, эмитентлар ёки уларнинг воситачилари орқали тарқатилмайди.

ИККИЛАМЧИ ТАЛАБ (инг. Secondary demand) – бошқа товарлар талабига боғлиқ бирор-бир товарга талаб. Масалан: металлга бўлган талаб, автомобил ёки музлатгичга бўлган талабга боғлиқ.

ИЛОВА (инг. clause) – савдо ва фрахт ишларидаги шарт бўлиб, унга кўра бирон-бир шартлашилган ҳолат юз бергудек бўлса, томонлар ўзаро муносабатлари йўлга қўйилади ёки битим тузилаётган пайтда мавжуд бўлган, лекин келажакда ўзгарган ҳолатлардаги муносабатларни йўлга қўйишда ишлатилади.

ИМИЖ (инг. Image) – хўжалик фаолиятида корхона ёки ташкилотнинг истеъмолчилар ва сотувчи билан турли усуллар билан шакллаиган образи. Юксак даражадаги имиж – машҳурлик ва оммавийлик, харидорларнинг фирмага, унинг товарлари, хизматлари, товар белгилари ва бошқаларга барқарор ва позитив муносабати. Имиж истеъмолчида конкрет товар айнан мен учун ишлаб чиқарилган, олиб келинган ва аталган деган фикр уйғотади. Имиж таъсирли рекламани тарқатиш, презентация ва пресс-конференциялар ўтказиш, тижорат ёки нотижорат материалларни нашр этиш ва бошқалар орқали юзага келади.

ИМИТАЦИЯ (иигл. initation) – реал вазият ва тажрибалар ўтказиш моделини қайта ишлаш жараёни бўлиб, вазиятни қандай қилиб ўзгартириш мумкин деган мақсадда амалга оширилади.

ИМПОРТ (лот. Importe олиб келиш: инг. Import) – ички бозорда сотиш мақсадида товар, маҳсулотларни чет элдан келтириш; хориж фирма ташкилотлари хизматидан пулли фойдаланиш; чет эл товар ва капиталини кредит ва заём кўринишида мамлакатга келтириш.

ИМПОРТНИ ТАРТИБГА СОЛИШ (инг. import regulation) – миллий иқтисодиёт манфаати учун мамлакатга товар ва хизматларни олиб келишни тартибга солишга қаратилган тариф ва нотариф ҳолатидаги тадбирлар тизими. Божхона тарифлари бўйича мамлактга олиб келинаётган ҳамма нарсалардан белгиланган ставка бўйича божхона ҳақи олинади. Ёки улар бож ҳақидан озод қилинади ёки уларни келиши, олиб чиқиб кетиш тақиқланади. Натижада ҳола-

тидаги тартибга солишнинг бош инструменти импортни лицензиялаш ва квоталашдир. Чегараланган бошқа тадбирлар қаторига товарга, унинг упаковкаси, маркировкаси белгиланган техник талабларнинг қўйилиши: санитар ва ветеринал назорат меъёрларига мос келиши ва бошқалар киради.

ИМТИЁЗЛИ НАРХ (инг. Pereferencial price) – алоҳида турдаги маҳсулотларни истеъмол қилиши учун ёки алоҳида гуруҳ истеъмолчиларини талабини жалб қилиш мақсадида қўйиладиган паст баҳо.

ИНВЕСТИЦИЯ ФОНДИ (инг. Investment fund) – кичик инвесторларни моддий маблағларини ўз қимматли қоғозларини эмиссия қилиш билан жиҳозлаш ва уларни мақсадли йўналтириб ишлаб чиқаришга жалб қилувчи молиявий институт.

ИНВЕСТИЦИЯЛАР (лот. investire кийинтирмоқ: инг. Investment) – иқтисодни ривожлантириш мақсадида мамлакат ёки чет элларда турли тармоқларга узоқ муддатли капитал киритиш (қўйиш); каиитал сарфлар тушунчасига тўғри келади. Унинг молиявий ва реал турлари мавжуд. Молиявий инвестиция-акция, облигация ва бошқа қимматбаҳо қоғозларни сотиб олиш; реал инвестиция – мамлакат ичкарисида ва чет элларда ишлаб чиқариш (саноат, қишлоқ хўжалиги, қурилиш ва бошқалар)га капитал қўйиш, шунингдек, ёш суверен давлатларга қарз ва субсидия бериш шаклларида амалга оширилади. Инвестицияни давлат, банклар ёки хусусий соҳибкорлар бериши мумкин. Кейинги даврда халқаро иқтисодий муносабатларда инвестицион ҳамкорлик ривож топди: бундай ҳамкорликнинг реал (ишлаб чиқариш тармоқларига узоқ муддатли пул қўйилмалари), молиявий (қимматбаҳо қоғозлар муомаласини ҳам қамрайдиган халқаро кредит-молиявий фаолият), интеллектуал (мутахассисларни курсларда тайёрлаш, тажрибани, лицензияларни, ноу-хауни бериш, ҳамкорликда бажариладиган илмий ишланмалар ва бошқаларга маблағ сарфлаш) типлари бор. Инвестицион ҳамкорлик умумжаҳон ва миллий муаммоларни ҳал қилишга хизмат қилади.

ИНВЕСТОР (инг. Investor) – пул қўйган киши, омонатчи; инвестицияларни амалга оширадиган шахс, ташкилот, давлат.

ИНДЕКС (лот. Index – кўрсаткич: инг. index) – 1) бирор иқтисодий ҳодисанинг изчил ўзгариб боришини кўрсатадиган рақамлар кўрсаткичи; 2) нарх, ном ва шундай кўрсаткичлар

рўйхати; 3) ҳарф ёки рақамларнинг ўнг томонига қўйиладиган ҳарф ёки сон кўрсаткичи, Масалан: A7; Bc; Na ва ҳоказо.

ИНДЕКСАЦИЯ (инглл. index-linking, indexation) – инфляция шароитида пул ва турли даромадлар ҳақиқий қийматини сақлаш усули. Индексация кредит ва тўлов шартномалари, иш ҳақи ҳақидаги битимларга махсус қўшимча шартлар киритилишига асосланади.

ИИКАСАТОР (лот. incassare яшикка солиш: инглл. collector) – ташкилот ва муассасалардан пулларни қабул қилиб, уларни банкка топшириш билан шуғулланувчи шахс.

ИИКАССО (итал. incasso: инглл. Encashment collection of payments) – банкнинг мол етказиб берувчи (сотувчи) томонидан тўловчининг (харидор) тўловини олиш мажбуриятини бажариши борасида бўладиган ҳисоблар тартиби.

ИНИОВАЦИЯ (инглл. innovation) – янги техника, технология, илмий тадқиқотларни ишлаб чиқиш учун маблағларни йўлналтириш фаолияти.

ИНИОВАЦИЯ БАНКИ (инглл. innovation bank) – янги техника, технология, илмий тадқиқотларни ишлаб чиқариш учун маблағларни йўналтириш фаолияти.

ИИТЕНСИВ РИВОЖЛАНИШ ЙЎЛИ (лот. Intensio-кучланиш) – *ишлаб чиқариш ҳажмининг сифат факторлари* ҳисобига оширилиши-меҳнат маҳсулдорлигининг оширилиши, юқори самарали технологиянинг жорий этилиши ва ҳоказо.

ИНФЛЯЦНЯ (лот. inflatio шиш: инглл. Inflation) – товар хизматлар баҳоси ошиши билан пулнинг қадрсизланиши; иқтисодиётда баҳонинг мунтазам ошиб бориш жараёни. Масалан; пул, кредит, маъмурий, ижтимоий инфляциялар.

ИНФОРМАЦИОИ ТЕХИОЛОГИЯ ВА МАРКЕТИНГ (инглл. Informational technology and marketing) – ижтимоий ҳаётнинг ҳамма соҳаларида; жумладан, бозорда ҳам ахборотларни яратиш, тўплаш, узатиш, сақлаш, қайта ишлаш мақсадида алоқа тизими ва ҳисоблаш техникасидан фойдаланиш информацион техналогия ҳамда маркетингдан фойдаланиш хўжаликларнинг бозор фаолиятига ҳар томонлама ва чуқур таъсир кўрсатади. Бу таъсир натижасида фирмалар орасидаги оралиқ вазифаларини бартараф қилиш имкони яратилади. Информацион технология ва маркетинг мол етказиб берувчилар ва истеъмолчилар орасидаги муносабатларга ҳам таъсир кўрсатади. Кўпчилик ҳолларда воситачилик (брокер-

лар, дистрибьютерлар, агентлар) ортиқча бўлиб қолади. Йирик фирмалар маҳсулотларини сотишнинг занжир тизимидан тушиб қолмаслик учун ўз фаолиятининг самарадорлигини ошириш мақсадида ишлаб чиқариш фаолиятига оид маълумотларни алмаштиришнинг электрон тизимини яратади. Бунда (IMS tintegrated market services) – интеграл бозор хизмати, ПЭВМ, интеллектуал кўриб-эшитув маркази, дисплей телефони, умумий "электрон киоска"сидан фойдаланилади.

ИНФРАСТРУКТУРА (лот. infra остида structura тузилиш: инглз. Infrastructure) – қайта ишлаб чиқариш шароитини таъминлайдаган ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш соҳалари мажмуи: йўллар, алоқа, транспорт, таълим, соғлиқни сақлаш. Асосий ишлаб чиқариш инфраструктура транспорт, алоқа, электр, тармоғидир.

ИПОТЕК ОБЛИГАЦИЯЛАР (инглз. hypothecary bond) – кўчмас мулкка асосланган гаров билан таъминланган облигациялар. Шу асосда чиқарилган облигациялар қиймати кўчмас мулкниг пулли баҳоси билан тенг бўлиши ёки бўлмаслиги мумкин.

ИПОТЕКА (грек. Hypoteke гаров; инглз. Hypothecation, mortgage) – гаров хат, банкнинг заёмчига, унинг мол-мулки гаровига муайяи муддатга ссуда бериши.

ИПОТЕКА БАНКИ (инглз. mortgageFhupothecary bank) – кредит муассаса бўлиб, у кўчмас мулкнинг гарови (ер, иншоот ва бошқалар) ҳисобига узоқ муддатли пул ссудалари беради, шунингдек, гаровга қўйиладиган кўчмас мулкдаи таъминланадиган гаров варақалари чиқаради.

ИПОТЕКА ОБЛИГАЦИЯЛАРИ (инглз. first bonds on mortgage) – кўчмас мулк (ер, ишлаб чиқариш ва уй-жой бинолари) эвазига чиқариладиган ва қатъий фоиз келтирувчи, узоқ муддат амал қилувчи қимматбаҳо қоғозлар.

ИСТЕЪМОЛ БАҲОСИ (инглз. Consumer price) – маҳсулотни унинг эксплуатация муддатида тўла ўзлаштирилиши ва ишлатилиши, шунингдек, маҳсулотнинг демонтаждан қолган қолдиқ қиймат утилизацияси учун кетган истеъмолчининг барча харажатлари. Истеъмол баҳоси, айниқса, машина, ускуналар, техник воситалар ва бошқа машина-техник товарларнинг рақобатбардошлик даражасини асосий интеграл баҳолаш кўрсаткичларидан биридир.

ИСТЕЪМОЛ БЮДЖЕТИ (инглз. consumer budget) – аҳолининг турли гуруҳлари ҳаётининг мураккаблашган дара-

жасини характерловчи оиланинг пул даромад ва сарфлари баланси. У ҳамма кирим ва чиқимларни, озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат маҳсулотлари ҳамда хизматларнинг асоси ва миқдорини кўрсатади. Истеъмол бюджети динамикасини ўрганиш аҳолининг ҳаёт даражасини белгилаш учун асос бўлади. Давлатнинг ижтимоий сиёсатини асослаш учун меъёрий, ўрта ва минимал истеъмол бюджети фарқланади.

ИСТЕЪМОЛ КРЕДИТИ (инг. Consumer credit) – кредит шаклн бўлиб, унга кўра қарз олувчилар жисмоний шахс бўлиб, кредитлар – кредит ташкилот ва корхоналаридир. Аҳоли истеъмол заруриятини қондириш воситаси бўлиб хизмат қилади, пул ёки товар шаклида бўлиши мумкин.

ИСТЕЪМОЛ ПАНЕЛИ (инг. Consumer group) – истеъмолчиларнинг эталон гуруҳи бўлиб, уларнинг товарларга берган баҳоси барча истеъмолчилар йиғиндисининг умумий фикри ҳисобланади.

ИСТЕЪМОЛ САВАТИ (инг. Consumer spending) – ўрнатилган истеъмол стандартини тўла ифодаловчи товарлар гуруҳининг ва улар баҳосининг қайд этилиши бўлиб, ўртача истеъмолчига мос товар ва хизматлар тури.

ИСТЕЪМОЛ ФОНДИ – жамият миқёсидаги айрим белгиланган соҳаларни ва ташкилотларни амал қилишини таъминлаш ва рағбатлантириш учун мўлжалланган миллий даромад қисми.

ИСТЕЪМОЛЧИЛАР ҲУҚУҚИНИ ҲИМОЯЛАШ (инг. consumers rights protecton) – истеъмолчилар ҳуқуқ ҳақларини ҳимоя қилиш бўйича жамоатчилик ҳаракати, давлатнинг маъмурий-ҳуқуқий фаолияти ҳозирги пайтда товар ва хизмат бозорида истеъмолчини ҳимоя қилишга йўналтирилган норма, қоида ҳамда кўрсатмалар йиғиндисини ифодаловчи алоҳида истеъмолчилар ҳуқуқлари яратилган ва улар амалда фаолият кўрсатмоқда. Баъзи мамлакатларда истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоялаш бўйича махсус қонунлар мавжуд, бошқаларда эса фуқаролик кодексидаги маълум моддалар шундай функцияни бажаради. Францияда Истеъмолчилар иши вазирлиги, Буюк Британияда хусусий савдо масалалари Бош директори, АҚШда савдо бўйича Федерал Комиссия шу масала бўйича иш олиб боради. Бундан ташқари, истеъмолчиларнинг ўзлари ҳам ўз ҳақ-ҳуқуқларини ҳимоялаш мақсадида ўз хусусий ташкилотларини ҳам тузишган. Масалан, Британия истеъмолчилар ширкатлари 11 млн. кишини, истеъмолчилар

ширкатлари миллий федерация 4 млн. кишини ўз ичига олган. Ассоциация ва федерациялар палаталарни, улар эса ўз навбатида "Еврокооп" Европа истеъмолчилар ширкатлари уюшмаси сингари бирлашмаларни тузадилар (20 млн. аъзоси бор). БМТ Бош Ассамблеяси 1985 йилда истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоя қилиш учун раҳбарлик тамойилларини қабул қилдики, уларда бу соҳадаги халқаро фаолиятнинг асосий йўналишлари кўрсатиб берилган. Улар қаторига қуйидагилар киради: истеъмолчилар жисмоний хавфсизлигини таъминлаш; маҳсулотнинг техник ва ундан фойдаланиш бўйича қониқарли характеристикаларини бериш йўли билан иқтисодий ҳуқуқни ҳимоялаш, бемаъни рақобат устидан назорат чораларини кучайтириш, эҳтиёт қисмларини етказиб бериш ва улар бўйича хизмат кўрсатиш, керакли ахборотни тарқатиш, истеъмол товарлари ва хизмати хавфсизлиги ҳамда сифат нормасини ишлаб чиқиш, истеъмолчилар ширкатлари ва ассоциацияларн тузишда ёрдам кўрсатиш, истеъмолчи ҳуқуқи бузилиши оқибатида кўрилган зарар учун истеъмолчига компенсация тўлаш жараёниии ишлаб чиқиш, маориф тизимининг ажралмас қисми сифатида истеъмолчиларни ўргатиш дастурини ишлаб чиқиш. 80-йилларда чет элда "консьюмеризм" атамаси оммавий тус олдики, унииг мазмуни 1) ишлаб чиқарувчи билан истеъмолчи ўзаро муносабатларининг бутун комплекси 2)истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоя қилувчи жамоатчилик ҳаракати.

ИХТИЁРИЙ СУҒУРТА ҚИЛИШ (инг.л. Voluntary insurance) – суғурталовчи ва суғуртачи ўртасидаги ўзаро фарқ ихтиёрий тузилган шартнома асосида амалга оширилади. Ихтиёрий суғурта қоидалари, яъни уни ўтказиш умумий тартиби ва шартларини миллий қонунчилик ва халқаро суғурта соҳасидаги халқаро ҳуқуқий актларига мувофиқ ҳолда суғуртачи томоиидан мустақил белгиланади.

ИЧКИ БОЗОР (инг.л. Home market) – мамлакат чегаралари билан чегараланган товар алмашинув соҳасидир.

ИЧКИ РЕГЛАМЕИТ (иигл. Articles of Assosiation) – Англия ва Америкадаги ҳиссадорлик жамиятлари ташкилотчилари томоиидан ишлаб чиқарадиган ҳужжат. Ички регламент компания аъзолари ўртасидаги шартнома сифатида кўрилади ва жамоа аъзоларининг ички муносабатларини назорат қнлади: пайларни тақсимлаш ва етказиш, капитал ҳажмини

ўлчаш, умумий мажлислар ўтказиш, овозга қўйиш, директорлар сайлаш ва бошқалар қайтиши.

ИШ БИЛАН ВАНД АҲОЛИ – ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш билан банд бўлган аҳоли. Уларга ёлланма ишчилар, тадбиркорлар, мояна олувчи ўқувчилар; ишлайдиган талабалар ва уй бекалари, эркин касб эгалари, ҳарбий хизматчилар, оилаии ёрдамчи аъзолари.

ИШ ҲАҚИ (инглз. Salary) – фуқароларнинг қилган меҳнатлари, хизматлари учун тўланадиган ҳақ. (1 ойда 1 марта ёки 2 марта берилади); миллий даромаднинг бир қисми бўлиб, ишловчининг меҳиати учун сон ва сифат жиҳатдан тақсимланади, унинг шахсий истеъмолига келиб тушади; меҳнат учун мукофот. Масалан, иш ҳақи, аванс, мукофот.

ИШ ҲАҚИ ВАРАҚАСИ (инглз. pay sheet) – солиқ тўловчининг тўлов муддати ва суммаси ҳақидаги билдирув варақаси.

ИШ ҲАҚИ СОЛИҒИ ВА ЙИҒИМЛАРИ (инглз. pay-taxes and dulies) – солиққа тортишнинг бир тури бўлиб, унга кўра солиққа тортилувчи субъект солиқ мажбуриятлари ҳаракатдаги солиқ бирлиги бўйича ҳисобланади.

ИШ ҲАҚИ ФОИДИ (инглз. Salary fund) – иқтисодиётни иш кучи билан таъминловчи шахсларнинг молиявий пул маблағлари.

ИШ ҲАҚИГА СОЛИНАДИГАН СОЛИҚ (инглз. Payroll tax) – иш кучи ёлловчиларга солинадиган, у тўланадиган иш ҳақининг маълум фоизини ташкил этади. Шунингдек, бундай солиқ ходимларга ҳам солиниб, улар оладиган иш ҳақининг маълум фоизини ташкил қилади.

ИШ ТАШЛАШ ҲАҚИДА ИЛОВА (инглз. clause about strike) – портда юклаш ёки юк тушириш пайтида ишлаш юз бергудек бўлса, томонлар ўртасидаги муносабатларни аниқловчи нлова. Денгиз орқали юк ташиш шартномасини бекор қилиш кўзда тутилиши мумкин, у ўз кучида қолган ҳолатларда эса юкии ташиб берувчи (юкиинг) туриб қолиш ҳолатлари учун пул тўлаб беради.

ИШГА ТУШИРИШ МУДДАТИ (инглз. Starting period) – шундай муддатки, у ҳар икки томон ўртасида объект ишга туширишга тайёр эканлиги тўғрисидаги биринчи ҳужжатни имзолагандан бошлаб ишлатиш учун синов ўтказиш тўғрисидаги ҳужжатни имзолашгача давом этади.

ИШ-ҲАҚИ ФОНДИИИИГ ОРТИҚЧА САРФЛАИИШИ (инглз. over-expenditure of salary fund) – режали иқтисодда ёзилган иш ҳақининг режали фонддан ортиб кетиши (абсолют ортиқча сарфланиш) ёки унинг ишлаб чиқариш дастуриннг бажарилишига мослаб тузилган фонддан ортиб кетиши (қиёсий ортиқча сарфланиш).

ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ВАҲОСИ (инглз. Production price) – айлантирилган қиймат шакли бўлиб, унинг асосида ривожланган товар пул муносабатлари ва кенгайтирилган ишлаб чиқариш шароитида яратилган бозор баҳоси.

ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ХАРАЖАТЛАРИ – асосий маҳсулотни ишлаб чиқаргунга қадар ва уни тайёрлаш билан боғлиқ бўлган бир марта сарфланадиган харажатлар.

ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ХАРАЖАТЛАРИ СМЕТАСИ (инглз. Ectimate on industrial espenses) – ташкилотнинг умумий режа ҳужжатлари маълумоти бўлиб, у пул шаклида маҳсулот ишлаб чиқаришга, бошқа ташкилотлар ва ўзини ноишлаб чиқариш характеридаги хизматларини кўрсатиш бўлади.

ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ЧИҚИМЛАРИ (инглз. Costs of production, manufacturing costs) – маҳсулот ишлаб чнқаришда ҳақиқий ва моддийлашган меҳнат харажатлари мажмуи. Унинг ҳақиқий миқдори товар ишлаб чиқаришга сарф бўлган иш вақти билан ўлчанади.

ИШЛАБ ЧИҚАРИШГА МЎЛЖАЛЛАНГАН ТОВАРЛАР (инглз. Goods for industry) – фирма, муассаса, ташкилотлар томонидан ишлаб чиқариш мақсадларида фойдаланиш учун мўлжалланган товарлар. Ишлаб чиқаришга мўлжалланган товарлар бозори қиймати, фойдаланиш типи, конкуренция типи, харидорларни сотиб олиш мотивацияси, товар ҳаракатлаиии каналлари, сервисга талаб каби характерли параметрларига эга. Ишлаб чиқаришга мўлжалланган товарларда ишлаб чиқариш билан фойдаланувчи орасидаги тўғридан-тўғри алоқаларга катта аҳамият берилади.

ИШОНЧ АСОСИДАГИ ШИРКАТ (инглз. Private company) – ёпиқ типдаги коммандит жамияти билан бир хил.

ИШОНЧ БЎЙИЧА ОВОЗ БЕРИШ (инглз. voting on trust) – акционерларнинг умумий йиғилишида акционернинг бирор шахсга ўзи учун овоз беришга ишонч билдириши. Бу ишонч оммавий бўлиши, шунингдек, маълум масалалар бўйича чегараланиши мумкин.

ИШОНЧСИЗ ҚАРЗЛАР (инг. (non-effectuve) desperate debt) – корхона, жисмоний шахсга тегишли бўлган, олиш мумкин бўлмаган пуллар бўлиб, зарар сифатида ҳисобдан чиқарилади.

ИШТИРОК ЭТИШ СЕРТИФИКАТИ (инг. Participation certificate) – Қимматли қоғоз оддий акционер ҳуқуқисиз компания капиталига қўшилган ҳолда иштирок этиши.

ИҚТИСОДИЁТНИ БАЙНАЛМИНАЛЛАШТИРИШ (инг. internationalization economy) – алоҳида мамлакатлар орасида барқарор ишлаб чиқариш ва иқтисодий алоқаларнинг шаклланиши.

ИҚТИСОДИЙ БОСҚИНЧИЛИК (инг. Economic intervention) – бир мамлакатнинг бошқа мамлакат хўжалик ҳаётига куч билан тазйиқ этиш, давлатнинг товар нархи ёки валюта курсига таъсир этиш мақсадида пул ёки товар бозоридаги чиқишлари.

ИҚТИСОДИЙ ИНТЕГРАЦИЯ (инг. Economic integration) – икки ёки ундан ортиқ мамлакатлар миллий хўжалигининг ягона хўжалик механизмини яратиш мақсадида яқинлашиш ва бирикиши. Иқтисодий интеграция хўжалик ҳаётини байналминаллашнинг олий шаклидир. Иқтисодий интеграция бундан ташқари турли уринишларда бўлиши, ривожланишнинг турли босқичларини босиб ўтиши мумкин. (Эркин савдо зонаси, божхона иттифоқи, валюта ҳамда иқтисодий иттифоқлар ва бошқалар). Иқтисодий интеграция иқтисодий, ижтимоий, сиёсий характердаги турли масалаларни ҳал қилишда восита бўлиб хизмат қилади. Иқтисодий вазифалар қаторига даромад, дунё бозорида интеграцион таълим қатнашчиларининг рақобатбардошлиги, замонавий илм-техника ва ишлаб чиқариш технологияси асосида яратилган имкониятлардан рационал фойдаланишни таъминлаш киради. Ҳозирги кунда ЕС, ЕАСТ, шунингдек, шаклланаётган Шимолий Америка интеграцион блоки ривожланиб бормоқда.

ИҚТИСОДИЙ ЙЎНАЛИШДАГИ БИРЛАШМА (фр. Groupment d'interest economique) – Франциядаги жисмоний ва юридик шахслар бирлашмаси бўлиб, фойда кетидан қувишни эмас балки, шундай бирлашма аъзоларига ёрдам беришни ўз олдига мақсад қилиб олган. Бундай бирлашмалар учун бошланғич маблағни ташкил этиш шарт эмас. Кераклн манбаалардан, шунингдек, заём облигациялари чиқаришдан фойдаланишади. Бундай фирма ишлаб чиқариш маҳсулотларни биргаликда реализация қилиш, саноатни ихтисослаш-

тириш ва ширкатлаштириш, ҳамкорликдаги текширув ишларини олиб бориш, ўзаро хизмат кўрсатиш, молиявий ёрдам кўрсатиш мақсадида саноат ва савдо ташкилотлари томонидан фойдаланилади.

ИҚТИСОДИЙ ҲАМКОРЛИК ВА РИВОЖЛАНТИРИШ ТАШКИЛОТИ (инглиз. Organization for cooperation and development, OECD) — 1961 йилда капиталистик мамлакатлар ягона иқтисодий сиёсатини ишлаб чиқиш ва координациялаш мақсадида бўлган асосий халқаро иқтисодий ташкилотлардан бири. Унинг таркибига Ғарбий Европа давлатлари, АҚШ, Канада, Япония, Австралия ва Янги Зелландия — жами 24 та давлат киради. Штаб квартираси Парижда жойлашган. Олий Кенгаш органи бўлиб, вазирлар ёки доимий вакиллардан иборат йиғинлардир. Бундан ташқари, 5 йиллик муддатга сайлаб қўйиладиган бош котиб бошқарувчи котибият ҳамда ижроя қўмитаси ҳам фаолият кўрсатади. Бу ташкилотга аъзо мамлакатлар иқтисодий сиёсатни координациялайди. Ҳар йилги сессияларда кенг доирадаги муаммолар: иқтисодий аҳвол ва уни ривожлантириш перспективалари; халқаро савдони мувофиқлаштириш ва тартибга солиш; валюта-кредит тизимини стандартлаш муаммолари; ривожланаётган давлатлар билан муносабатлар кабиларни муҳокама қилади. Қарорлар аниқ маслаҳат берувчи кўрсатмага эга. Бу ташкилотнинг иқтисодий ахборот йиғиш ва уни қайта ишлаш борасида кенг тармоқли хизмат тизими мавжуд. Келажакда бу ташкилот рамкасида ҳар тамонлама ҳамкорликни мустаҳкамлаш кўзда тутилган.

ИҚТИСОДИЙ КРИЗИС (инглиз. Economic crisis) — ишлаб чиқариш пасайишига ва ишсизликнинг ошишига олиб келувчи ортиқча маҳсулот ишлаб чиқариши.

ИҚТИСОДИЙ МОДЕЛ (инглиз. Economic vodel) — ҳақиқий борлиқнинг соддалаштирилган манзараси, мавҳум умумлашмалар.

ИҚТИСОДИЙ САЛОҲИЯТ (инглиз. Economic potential) — мамлакат халқ хўжалиги соҳаларининг маҳсулот ишлаб чиқариш, капитал қурилишини амалга ошириш, юк ташиш, аҳолига зарурий хизмат кўрсатиш қобилиятлари мажмуидир. Илм-фан ютуқлари, ишлаб чиқариш қувватлари ҳажмлари ҳажми, меҳнат ресурслари, уларнинг касбий тайёргарлиги, маҳсулот ноишлаб чиқариш соҳаларнинг ривожланиш дара-

жалари ва ҳоказо билан аниқлайди. Экспорт салоҳиятини яратиш учун зарурий шарт-шароит шакллантирилади.

ИҚТИСОДИЙ САНКЦИЯ (инглз. Economic sanctions) – давлатга ёки ўз шериғига молиявий ҳужжат соҳасида зарар келтирувчи нархга нисбатан қўйилган мажбурий чора. Асосий тарқалган турлари банклари, молиявий битим.

ИҚТИСОДИЙ ЭКСПАНСИЯ (инглз. Economical expansion) – иқтисодий ҳудудларга тарқатиш, иқтисодий назоратни кенгайтириш, бошқа давлатлар иқтисодига улар ривожини ўз иқтисодий-сиёсий қизиқишларига бўйсундириш мақсадида аралашиш.

Й

ЙИҒИБ ҚЎЙИЛГАИ ЖАМҒАРМА ОБЛИГАЦИЯСИ Бундай қарзни ёки қарзнинг қисмларини тўлаш мақсадида фойдасидан ҳар йили йиғиб қўйиладиган восита асосида сотиб олинадиган қоғозлар. Жамғарма фондидан ташқари корпорация тўлаб бериш жамғармасини ҳам ташкил этиши мумкин, унга кўра бозордан маълум миқдордаги облигацияларни аввал келишилган нархда ёки ундан арзонроққа сотиб олиш мумкин бўлади.

ЙИҒИМ (инглз. Fee) – давлат органларининг хизматлари учун ташкилот, муассаса, корхона ва алоҳида шахсларнинг мажбурий тўлови.

ЙИҒИНДИ СМЕТАСИ (инглз. Consolidated estemate) – аралаш мақсадларда чет элда қилинувчи объектларга тузилади, яъни ички нарх ва инвалютадаги смета.

ЙЎЛ АККРЕДИТИВИ (инглз. travellers' letter of credit) – мижозга ўз банкига чек кўрсатиш йўли билан кўрсатилган банкдан маҳаллий валюта олиш ҳуқуқини берадиган аккредитив.

ЙЎЛ ПОШЛИИАСИ (инглз. Road tax) – ички божхона пошлиналари: йўл ҳақи, юк олиб ўтиш ҳақи, ҳайвонларнинг йўллари, кўприклардан ҳайдаб ўтиш ҳақи.

ЙЎЛДАГИ ПУЛ МАБЛАҒЛАРИ (инглз. financial recources on way) – савдо, транспорт ва бошқа ташкилот ҳамда корхоналар кассаларидан кредит ташкилотларига уларнинг ҳисобларига ўтказиш учун юборилган, лекин уларнинг ҳисобига маълум муддатда келиб тушмаган пул маблағлари.

ЙЎЛОВЧИЛАР МАЖБУРИЙ СУҒУРТАСИ (инг. obligatory insurance of passengers) – йўлда учрайдиган бахтсиз ҳодисалардан йўловчиларни суғурталаш.

ЙЎЛ ЧЕКИ (инг. Traveller's cheque) – асосан халқаро туркумда қўлланиладиган туристик чек.

ЙЎЛ-ЙЎЛАКАЙ УЧРАГАН ЗАРАРЛАР (инг. Incidental damages) – шартномани бузилиши, товарлар тақшируви, ташувчи ва сақланиши муносабати билан юзага келган, сотувчидан ундириб олинадиган қўшимча зарарлар.

ЙЎЛОВЧИЛАР СУҒУРТАСИ (инг. Passenger's insurance) – йўлда йўловчилар билан юз берган бахтсиз ҳодиса оқибатлари билан боғлиқ суғурта суммасини тўлиқ ёки қисман тўлашни кўзда тутади.

ЙЎҚОТИЛГАН ҚИЙМАТ (инг. Sunk cost) – келгусида ҳеч қандай йўл билан қайта қоплаб бўлмайдиган харажат ёки етказилган зарар.

К

КАДАСТР (грек. Katasttichon варақ: инг. Cadastre) – 1) объектларнинг баҳоси ва ўртача даромаддорлиги тўғрисидаги маълумотларни ўз ичига олувчи рўйхат; 2) жон бошига олинадиган солиққа тортиладиган кишилар рўйхати.

КАЛЬКУЛЯЦИЯ (лот. calculatio ҳисоб: инг. Accounting, calculation, estimate) – 1.Маҳсулот таннархини харажатлар орасида ҳисоблаш. 2.Амалиётда калькуляция истеъмолчиги ишлаб чиқарувчи ёки сотувчи томонидан тақдим этиладиган баҳоининг шаклланишини ифодаловчи ҳужжат.

КАПИТАЛ (инг. Capital of joint stock company) – ўз эгасига даромад келтирувчи маблағ ва восита; янги қиймат келтирадиган, яъни ўзини-ўзи кўпайтирувчи қиймат. У ишлаб чиқариш воситаларининг эгасига ишчи кучини ёллаш орқали қўшимча қиймат, фойда келтиради, уни бойитади. Капиталнинг пул, унум берувчи товар шакллари бор. Қийматнинг кўпайиши инсон меҳнати (иш кучи) ва ишлаб чиқариш воситалари (хом ашё, машина, станоклар ва бошқалар) бирлашганда, яъни ишлаб чиқариш шароитида юз беради. Ишбилармон ихтиёридаги маблағлар суммаси ҳам капитал (сармоя) деб аталади. Акционер жамият капитали ўз акцпя ва облигацияларини сотишдан тушган пулдан ташкил топади. Капитал доимнй ва ўзгарувчан, асосий ва айланма капиталга бўлинади;

саноат капитали, савдо капитали, ссуда капитали шаклларида фаолият қилади. Бозор иқтисодиёти шароитларида корхона, фирма, турли жамоаларга тегишли акционерлик капитали, захира капитали, низом капитали сингари кўринишлари мавжуд.

КАПИТАЛ ҚЎЙИЛМАЛАРНИ МОЛИЯЛАШ АСОСЛАРИ (инглл. Source of financing investment) – ҳаракатдаги фондларни қайта тиклаш, кенгайтириш ва ривожлантириш учун, янги асосий фондларни ташкил этиш учун йўналтирилган воситалар.

КАПИТАЛ ҚЎЙИЛМА МАРКАЗЛАРИ (инг. Investmenst centres) – булар капитал қўйилмалар объектлари бўлиб, уларнинг самара кўрсаткичи "капиталга қайтиш" (даромаддан шу капиталга солинган солиқлар суммасини чегириб ташланган) ҳисобланади.

КАПИТАЛ БОЗОРИ (инг. Capital market) – ссуда капитали бозорнинг бир қисми бўлиб, у ерда ўртача муддатли ва узоқ муддатли ссуда капиталига талаб ва таклиф шакллантирилади.

КАПИТАЛ МАБЛАҒЛАР (инглл. copita; investments) – меҳнат моддий-техник ресурслар, пул маблағларининг асосий фондларни такрор ишлаб чиқаришга кетган сарфи.

КАПИТАЛ ТАВАККАЛЧИЛИГИ (инг. Inrestments risk) – қимматли қоғозлар портфелининг жуда ёмонлашуви бўлиб, зарарларнинг масштабли чиқарилишининг заруриятини келтириб чиқаради, бу эса ўз навбатида банк капиталини зарарларга олиб келади. Уларнинг тўлдирилиши эса янги қимматли қоғозларни чиқарилиши орқали амалга ошади.

КАПИТАЛНИНГ ОЛИБ ЧИҚИБ КЕТИЛИШИ (инглл. capital export) – давлат ва хусусий корпорациялар томонидан капиталнинг бошқа мамлакатларга экспорт қилиниши. У тадбиркорлик шаклида (капиталнинг тўғридан-тўғри ва "портфель" жойлашиши), ссуда капитали шаклида (қарзлар, кредитлар, хорижий банкларга пул жойлаштириш амалга оширилиши мумкин.

КАССА (инглл. Cash bank) – 1.Корхонада мавжуд бўлган нақд пул: 2.Корхона, ташкилот, муассасанинг касса операцияларини бажарувчи бўлими харажатлари. 3.Бухгатерия ҳисобида нақд пулнинг тушуми, ҳаракати ва берилишини кўрсатувчи ҳисоби. 4.Пул ва бошқа бойликларни қабул қилиш, сақлаш ва беришга мўлжаллаб, махсус жиҳозланган бино.

КАССА БИРЛИГИ (инглл. Unite pf cash) – давлат бюджетиининг кассадан фойдаланишни ташкил қилиш тамойили:

давлат бюджетининг барча даромадлари барча бюджет харажатлари ҳисобланадиган марказий эмиссион банкдаги ғазнанинг ягона консолидацион ҳисобига (молия вазирлиги ғазнаси) тушиши шарт.

КАССА БИТИМИ (инг. Banks deal) – 1.Фоид биржаларида қимматбаҳо қоғозлар билан амалга ошириладиган операцияларнинг тури. Касса битимининг ўзига хос томони шуки, унга кўра қимматбаҳо қоғозлар бўйича харидор билан битим тузилган куни (ёки етти кунгача) ҳисоб-китоб қилинади. Касса битими шаклида одатда қимматбаҳо қоғозларнинг оз партиялари билан операциялар амалга оширилади. 2.Валюта бозорида валюта операцияларининг кўриниши.

КАССАДАГИ НАҚД ПУЛ (инг. Cash) – банк сейфлари ва кассаларида мавжуд нақд пул.

КАТТА ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАР (инг. Senior securities) – анча баланд даражада қимматбаҳо қоғозлар бўлиб (дивиденд, фонз, киримларни тўлашда имтиёзли ҳуқуқ беради ҳамда компания тугатилаётганда имтиёзли ҳуқуқлар беради. Облигациялар акцияларга нисбатан гаровли акциялар – гаровсиз акцияларга нисбатан "катта" ҳисобланади.

КАФИЛЛИК (инг. Warranty) – шундай кафолатки, унга кўра кафилликни олган шахс (гарант) бошқа шахсга қарз бераётган кредитор олдида қарз олувчининг барча қарзини тўла ёки қисман қайтаришига кафолат беради. Агар шартномада бошқа нарса назарда тутилмаган бўлса, қарздор ва кафил кредитор олдида бир хил жавобгарликни бўйнига оладилар.

КАФОЛАТ БЕРУВЧИ БАНК (инг. Bank quarantee) – ўз мижозига кафолатли қиладиган банк. Талабномалар ва мижозлар ҳисобидан кафиллик беради.

КАФОЛАТ ҲУҚУҚИ (инг. Warranty right) – кредиторнинг қарздор томонидан мажбуриятлар бажарилмагандаги ҳуқуқи.

КАФОЛАТ МАЖБУРИЯТИ (инг. Warranty liability) – қарз олувчи томонидан кредиторга унинг ҳуқуқларини тасдиқловчи ҳужжат.

КАФОЛАТ МУДДАТИ (инг. quarantee period) – шартномада кўрсатилган муддат бўлиб, икки томон ўртасида объектдан доимий фойдаланиш учун буюртмачи томонидан уни қабул қилиб олингунга қадар тузилган ҳамда синов тариқасида ишлатиб кўришни ифодалайдиган ҳужжатни имзолаш числосидан бошланди.

КАФОЛАТ ХАТИ (инг. Letter of guarantee) – 1.Шундай ҳужжатки, унга кўра юк жўнатувчи юк ташувчига юкнинг аҳволи, сони, оғирлиги, маркаси бўйича коносаментга нотўғри ахборотлар киритиши натижасида юк ташувчи зарар кўриб қолган ҳолларда ўша зарарни қоплаш мажбуриятини олишини ифодалайди. 2.Тижорат банкининг хати бўлиб, мижоз мажбуриятини кафолатлайди.

КАФОЛАТЛАГАН КРЕДИТ (инг. guaranteed credit) – ҳукумат муассасалари ёки банк томонидан алоҳида шахслар ёки корпорацияларга кафолат билан бериладиган кредит.

КАФОЛАТЛАНГАН ДАРОМАД (инг. guaranteed profit) – салбий даромад солиғи йўлга қўйилганда, оила (ёки шахс) олиши мумкин бўлган минимал даромад.

КАФОЛАТЛАНГАН КАПИТАЛ (инг. guaranteed capital) – акционерлик жамияти балансидан маълум операциялар бўйича кўзда тутилган зарарларни қоплаш ёки кейинги йилларда кафолатланган дивидендларни тўлаш учун ажратиладиган махсус заҳира капитали.

КАФОЛАТЛИ ДЕПОЗИТ (инг. guarantee deposit, original margin, margin) – 1.Биржада кафолатли, бошланғич бай пули; фьючерс шартномаси умумий қийматининг шартли бир қисмини ёки биржа аъзоси томонидан ҳисоб-китоб палатасига, мижозлардан брокерга тўланиши зарур бўлган суммани ифодаловчи пул маблағи. Агар шартнома қайд этилса, кафолатли депозит одатда фьючерс шартномаси қийматининг 2 дан 10% гача, айрим ҳолларда 50% гача ва ундан ортиқ бўлиши мумкин. 2.Бўлиб-бўлиб тўлаш шарти билан маҳсулот сотиб олишдаги биринчи кафолатли бадал ёки шартнома тузиш учун белгиланган пул.

КЕЛГУСИ САРФЛАР УЧУН ССУДАЛАР (инг. Loans for prepaid expenses) – янги саноатга тайёргарлик ишлари ва маҳсулотнинг янги турини ўзлаштириш бўйича, тог тайёрлаш ва портлатиш бўйича олиб бориладиган ишлар билан боғлиқ сарф-харажатларга кредит беришнинг бир тури.

КЕИГ ҚАМРОВЛИ ДАРОМАД СОЛИҒИ (инг. global income tax) – манбасидан қатъи назар солиқ тўловчининг жами даромадидан олинади.

КЕНГ ҚАМРОВЛИ ШАРТИОМА (инг. global contract) – ўзаро муносабатларнинг кенг диапазони ва умумий қийматини ўзида мужассам этган шартнома. Томонлар мажбуриятлар доирасида кооператив алоқалар ривожини тўхтатмаслик

мақсадида нарсаларнинг нархи кўрсатилмаган ҳолда бир неча шартномани имзолашлари мумкин. Лекин бундай шартномада баҳоларни келишиш муддати ва уни аниқлаш методикаси кўрсатилиши шарт.

КИЧИК БИЗНЕС (инг. small business) – кичик корхоналарнинг иқтисодий фаолияти. Масалан, АҚШда кичик бизнес маъмурияти мавжуд.

КИЧИК КОРХОНА (инг. Small enterprise) – мулкчилик шаклидан қатъи назар янгитдан барпо этиладиган ва ишлаб турган, ходимлар сони оз бўлган корхоналар. Саноатда ва қурилишда 200, фан соҳасида 100, ишлаб чиқаришнинг бошқа тармоқларида 50, ноишлаб чиқариш соҳасида 25, чакана савдода 15 кишигача ишлайди. Ҳудудий хусусиятларини ҳисобга олиб давлат қонунлари билан ишловчиларнинг энг кам сони белгианиши мумкин. Бир қанча соҳада фаолият кўрсатаётган кўп тармоқли корхоналар сотилган маҳсулот (иш, хизмат) ҳажмида энг кўп ҳиссаси бўлган фаолият тури бўйича кичик корхоналар тармоғига киритилади.

КЛАССИК ФОНД БИРЖАСИ (инг. Classic stock exchange) – савдо трейдерлар орасида оғзаки кўрсатмалар воситасида амалга ошириладиган аукцион.

КЛИРИНГ (инг. Clearing) – товарлар, қимматбаҳо қоғозлар, хизматлар учун ўзаро мажбурият ва талабларни, яъни бир-бирига берадиган пулларни ҳисобга олиш билан нақд пулсиз ҳисоб-китоб қилиш тизими. Банкларараро клиринг ва халқаро валюта клиринглари бор. Банкларараро клиринг банклар ўртасида ҳисоб-китоблар ўзаро пул талабларини ҳисобга олиш йўли билан бажарилади. Капиталистик мамлакатларнинг ички ҳисоб-китобларида чек ва вексель клиринглари қўлланилади. Халқаро валюта клиринги алмаштириладиган товарлар рўйхати, уларнинг нархи ва етказиб бериш муддатлари белгиланган халқаро тўлов шартномалари асосида амалга оширилади. Бунда валюта фақат етказиб берилган товарлар ва кўрсатилган хизматлар ўртасидаги фарқ миқдоридагина тўланади ёки ўша товардан яна қўшимча етказиб берилади.

КЛИРИИГ БАНКИ (инг. clearing bank) – 1) банк, ҳисоб-китоб палатаси аъзоси. Банк ўзида очилган ҳисоб бўйича хизматлар кўрсатади (моддий қийматлар ҳолати, қимматли қоғозлар олиш ва уларни етказиб бериш, тўлов ва ҳисоб-китобларни амалга ошириш қайдномаларини юритиш); 2) ўзаро зачёт талабномаси асосида чек ва бошқа тўлов ҳужжатларини

нақд пулсиз амалга оширувчи махсус банкларарo ташкилот; 3) ўзаро ҳисоб-китобларни амалга оширувчи банкларарo орган; товар ва фонд биржаси аъзолари ўртасида ўзаро ҳисоблар ўтказиш механизми.

КЛИРИНГ ВАЛЮТАСИ (инглl. clearing currency) – бир қанча мамлакатларда икки томонлама ҳисоб-китобларда қўлланувчи махсус валюта бирлиги. Унда мамлакатлараро маҳсулот айрибошлашни қаттиқ назорат қилишни кўзлаб, клиринг кўринишида тўлов шартномалари тузган мамлакатлар орасида турли операциялар амалга оширилади ва банкда ҳисоб юритилади. Клиринг валютаси нақд пулсиз-банк ҳисобларида бухгалтерия ёзувлари шаклида ҳаракатланади ва шартноманинг валюта баҳоси сифатида ҳисоблаш вазифасини бажаради.

КЛИРИНГ ЙИҒИМИ (РЎЙХАТГА ОЛИШ) (инг. Clearing fee) – контрактнинг рўйхатдан ўтказишда ҳисоб каютасидан олинадиган йиғим. Шартномани сотишда ёки сотиб олишда тўланади. Офсет операцияси, яъни контрактни тугатишда ёки қайта сотиб олишда йиғим тўланмайди.

КЛИРИИГ КЕЛИШУВИ (инг. Clearing agreement) – икки давлат орасида олтин ёки чет эл валютаси ўтказмасдан, бир-бири билан халқаро савдода биргаликдаги ҳаракатда юзага келадиган қарама-қарши пул талабларини биргаликда ҳисобга олиш тўғрисида келишув.

КЛИРИНГ ҲИСОБИ (инг. Clearing account) – тижорат банкининг бошқа банклар билан ҳисоб-китоб қилиш учун қўйган Марказий банкдаги ҳисоби.

КЛИРИНГ ПАЛАТАСИ (инглl. clearing house) – 1.Банкларарo ташкилот бўлиб, ўзаро ҳисоб-китоб тизимини амалга оширади. 2.Ҳисоб-китоб палатасига қаранг.

КОМИССИОН ОПЕРАЦИЯ (инглl. commission operations) – комиссионер ва комитент ўртасида бажариладиган операциялар. Комиссионер воситачилик фаолияти учун комиссион ҳақ олади.

КОМИССИОИ УЙ (инглl. Conission house) – брокерлик фирмаси бўлиб, мижозларнинг топшириғига кўра биржа битимлари тузади, кафолат тўловлари учун пул ва қимматбаҳо қоғозларни қабул қилиш мақсадида мижозларининг махсус ҳисобларини юритади, мижозлар билан бундай хизматлардан фойда олади, ўз ҳисобидан битим тузмайди.

КОМИССИОНЕР (инглиз. commission agent, broker, middleman) – воситачи, коммивояжердан фарқли равишда у комитент кўрсатмаси бўйича белгиланган ҳақ ҳисобига ўз номидан товар сотиб олади ва сотади. Комиссионер томонидан учинчи шахс билан тузилган битим бўйича ҳуқуқ ва жавобгарлик комиссионер ва учинчи шахс орасида бўлади. Лекин комитет олдида учинчи шахс томонидан битимнинг бажарилишига жавобгар бўлмайди.

КОМИССИЯ (лот. commissio топшириқ; инглиз. Commission) – 1.Шартнома бўлиб, унга кўра бир томон (комиссионар) иккинчи томоннинг (комитентнинг) топшириғига кўра унинг ҳисобидан ўз номидан мажбурият олади ва шундай битим учун тўлов тўлайди. 2.Банк амалиётида мижозларнинг ҳисобидан ва уларнинг топшириғи бўйича операцияларни амалга ошириш учун тижорат банкига тўланадиган ҳақ ва инвеститцион банкларга қимматбаҳо қоғозларни жойлаштириш учун тўлов. 3.Брокерга қимматбаҳо ёки мулк бўйича олди-сотди ишлари юзасидан агентлик хизмати учун тўланадиган ҳақ.

КОММЕРСАНТ (инглиз. Merckant, bisinessman) – хўжалик айланмаси қатнашчиси. Унинг ўзига хос белгилари: битим тузиш ва ўз номидан тадбиркорлик фаолиятини юритиш. Вояга етмаганлар қонун бўйича коммерсант сифатида тан олинмайди. Коммерсант савдо реестрига кириши, маълум турдаги фаолият билан шуғулланиш учун патентга эга бўлиши, солиқларни тўлаб туриши, савдо дафтари юритиши, банкда шахсий ҳисобга эга бўлиши, маълум фирма номидан хўжалик айланмасига кириши шарт. Коммерсант мақомини олган ҳар қандай жисмоний ёки ҳуқуқий шахс ўз корхонаси мулкига боғлиқ операцияларнинг бухгалтерлик ҳисобини олиб бориши шарт.

КОММУНАЛ ХИЗМАТ ҲАҚИ (инглиз. Payment for public utilites) – аҳоли ва турар жой бўлмаган бинолар ижарачиларининг коммунал хўжалик хизматларидан фойдаланганлик учун тўловлари.

КОМПАНИЯ АКТИВЛАРИ (инглиз. assets of an enterprise) – Компаниянинг маълум муддатга оид моддий бойликлари, пул маблағлари ва қарз талабномаларини акс эттирувчи бухгалтерлик баланси қисми. Компания активларига: айланма капитал (нақд пуллар, инвестициялар, дебиторлик қарзлари, хом ашё ва яримфабрикатлар); асосий капитал (кўчмас мулк, машиналар, станоклар ва жиҳозлар); муддати кечиктирилган тўловлар (хўжаликка оид бўлмаган ресурслар, масалан,

қурилиш бўйича сарфлар ва бошқалар) ва номоддий активлар (патентлар, компаниянинг амалий обрўси, савдо маркаси, муаллифлик ҳуқуқи ва бошқалар) киради. Ривожланган хорижий мамлакатларда компания активлари иккига ажратилади: айланма активлар (инглиз. current assets) ҳисобот даврида (одатда, йилида) фойдаланилган, сотилган ва олинган воситалар ва айланма бўлмаган активлар (инглиз. non-current assets) ҳисобот даврида бир йилдан ортиқ фойдаланилаётган, хўжалик фаолиятида ишлатиш учун олинган ва йил давомида сотилиши мўлжалланмаган воситалар. Банк активи (инглиз. assets of the bank)га кассадаги нақд пул, ссудалар, инвестициялар, бинолар ва бошқалар киради.

КОМПЕНСАЦИОН ҚАРЗ (инглиз. compensatory loan) – хорижий валютадаги қарзни миллий валютадаги қарзга адмаштириш учун таклиф этиш ҳақидаги битим бўлиб, валюта хавф-хатарини ёки валюта чеклашларини нейтраллаш мақсадида амалга оширилади. Бунда қарз бўйича фоиз ставкалари ҳар хиллиги билан боғлиқ йўқотишлар бўлиши мумкин.

КОМПЕНСАЦИОИ АККРЕДИТИВ (инглиз. back-to-back letter of credit) – сотувчи товарни сотган шахс олган чақирилмовчи аккредитивни таъминлайдиган, сотувчи фойдасига харидор томонидан очилган аккредитив.

КОМПЕНСАЦИОН БАЛАНС (инглиз. compensating balance) – қарздор банкда депозит сифатида ушлаб турувчи тижорат кредити қисмининг фоизда ифодаланиши.

КОМПЕНСАЦИОН БИТИМ (инглиз. Compensation transaction, back-toback deal) – компенсация битими, келишуви. У ёки бу шаклда контрагентлар манфаатини ўзаро таъминлаш ёки ўзаро товар стказиб бериш. Бунда белгиланган қийматдаги товарларни бошқа товар ёки хизматларга айирбошлаш амалга ошади.

КОМПЕНСАЦИОН ШАРТНОМА (инглиз. compencation contract) – компенсацион битимга асосланган, товарларни бирга олиб келиш ва қисман пул қопламаларини назарда тутган шартнома бўлиб, товар алмашув (бартер) битимларидан фарқ қилади. Амалиётда компенсацион шартнома кўпинча саноат объектлари қурилишида қўлланади.

КОМПЕНСАЦИЯ (лот. Compensatio қоплаш, тўлов: инглиз. Indemmity) – қоплаш, рағбатлантириш ёки бир мажбурият

тўловини иккинчиси билан тўлаш; бирор нарса учун тўланадиган пул, ҳақ, товон, бадал.

КОМПЬЮТЕР-ЭЛЕКТРОИ ВИРЖА (инг.л. computer-elektronic exchange) – махсус бинога эга бўлмаса ҳам компьютер тармоқлари бўйича савдо ўтказиладиган биржа. Кейинги йилларда бундай биржаларни ташкил этишга интилиш кучайяпти.

КОНВЕНЦИЯ ҚИЛИНМАГАН ВАЛЮТАЛАР (инг.inconwertible currency) – мамлакат ҳудудидагина қўлланиладиган пул бирликлари. Қонун уларни ҳисоб-китобда қўлланишини чегаралайди ёки тақиқлайди.

КОИВЕРСИЯ (лот.converso ўзгартириш: инг. Conversion) – 1) молия конверсияси муайян бир давлат валютасини бошқа мамлакат валютасига айирбошлаш; илгари чиқарилган давлат заёмининг дастлабки шартларини ўзгартириш (кўпроқ қарзнинг фоиз даражасини пасайтириш ёки қарз муддатини узайтириш). Давлат заёми конверсиясида заём облигацияси янгисига алмаштирилади ёки номинал қиймати бўйича қайтариб олинади; 2) ишлаб чиқариш конверсияси-ҳарбий саноатни аҳоли талаб-эҳтиёжини қондирувчи маҳсулот яратишга мослаштириш. ҳарбий маҳсулот ишлаб чиқаришдан фуқароларга зарур маҳсулот ишлаб чиқаришга ўтиш.

КОИВЕРТАЦИЯ ҚИЛИНАДИГАН ОБЛИГАЦИЯЛАР (инг.л. comertable bonds Fdelenture) – эмитент компаниянинг аввалдан белгиланган имтиёзли ёки оддий акцияларига маълум муддатдан сўнг алмаштириб олиш ҳуқуқи билан гаров маблағи асосида чиқариладиган, таъминланмаган облигациялар конвертация қилинадиган облигациялар алмаштириладиган акцияларининг қайд этилган сони конверсион муносабат дейилади (инг.л. convertion ratio). Бундай облигациялар инвесторда қўшимча қизиқиш туғдиради, чунки биринчидан, облигационерлар ўз облигацияларини корпорация акцияларининг курси кўтарилган пайтдагина конвертация қиладилар, иккинчидан, конвертация қилинадиган облигациялар ўзида облигация ишончлилиги ва фақатгина акцияларгагина хос бўлган қийматнинг ўсиш потенциалини сақлаб қолади.

КОНГЛОМЕРАТ (лот. Conglomeratus мустаҳкам: инг.л. Conglomerate) – корхона (фирма)ларнинг қўшилиш шаклларидан бири. 2 хил бўлади: "функционал конгломерат қўшилиш"да ишлаб чиқариш жараёни боғлиқ бўлган корхоналарнинг қўшилиши тушунилади, "инвестиция конгломе-

рат қўшилиш"да эса ҳеч қандай боғланиши бўлмаган корхоналарнинг қўшилиши англашилади. Иккинчи тур қўшилиши кенг ёйилган.

КОНКОРДАТ (лот. Concordate келишмоқ; инг. Concordat) — давлатлар, партиялар ва шахслар ўртасида дўстона келишув масалан, Базель конкордати бўйича бир неча давлатларда фаолият кўрсатаётган банклар назорат қилинади.

КОНОСАМЕНТ (фр. Connaissement: инг. Biil of lading) — ҳужжат; юкни ташишга қабул қилинганлиги ва ташувчининг юкни олувчига етказиш мажбуриятини тасдиқлайди.

КОНСАЛТИНГ (инг.consulting) — ташкилий, техникавий, молиявий, иқтисодий масалалар бўйича ишлаб чиқарувчилар, сотувчи ва харидорларга маслаҳат бериш муассасалари (фирмалари).

КОНСЕНСУАЛЬ ШАРТНОМА (лот. Consensus битим; инг. consensual contract) — контрагентларнинг хоҳишига кўра, битимларидан бошқа нарса талаб қилинмайдиган шартнома тури. У сўз билан ўзаро келишув (масалан, савдо-сотиқ) жараёнида юзага келади.

КОНСИГНАТОР (инг. Consignee) — сотиладиган товарлар қўлида бўлган, лекин унинг эгаси бўлмаган воситачи. У товарлар учун тўловни, уларни сотиб бўлганидан кейин ёки муайян муддатда амалга оширади.

КОНСИГНАЦИОН АГЕНТ (инг. Consignment agent, factor) — инглиз савдо амалиётида товарни сотиш, олиш ёки пулни банд қилиш ваколатига эга бўлган агентнинг муҳим жиҳати шуки, у бошлиқнинг товар тарқатиш ҳужжатларига ва товарларга эгалик қилади, шу билан боғлиқ ҳолда у томонидан амалга оширилган савдо-сотиқ ёки ҳар қандай олди-сотди ҳақиқий ҳисобланади.

КОНСИГНАЦИЯ (лот. Consignatio ёзма далил, ҳужжат: инг. Consignment) — товарларнинг комиссион савдоси шакли, воситачи омборида товарни 1—1,5 йилгача сақлаш мумкин.

КОНСОЛИДАЦИЯ (лот. con бирга solidate мустаҳкамламоқ; инг. Consolidation) — 1.Акцияларни сотишда тушган даромаддан капитални ишончли акцияларга айлантириш йўли билан фойдаланиш: 2.Миллий валютани янги халқаро пул активларига алмаштириш: 3.Ҳисобот тайёрлашда қўлланиладиган бухгалтерлик ҳисоби усули: 4.АҚШда икки ёки ундан ортиқ фирма ва

компанияларнинг бирикиши: 5.Қисқа муддатли улушларга айлантирадиган кредит операциялари: 6.Мустаҳкамлаш.

КОНСОРЦИАЛ БАНК (инглз. consortiun bank) – бир неча банклар, молиявий комианияларга тегишли акционерлик кўринишдаги кўп миллатли қўшма банк муассасаси (қатнашувчилар улуши 50% дан ошмаслиги керак). Юридик статус бўйича консорциал банк халқаро фаолият (евровалюта операциялари, лойиҳаларни молиялаштириш, валюта бозори ва ссуда капитали бозорида битимлар тузиш, ташқи савдони кредитлаш ва бошқалар) билан шуғулланувчи мустақил компаниядир.

КОНСОРЦИУМ ЛИДЕРИ (инглз. Consartium leader) – консорциумнинг бутун фаолиятига раҳбарлик қилувчи ташкилот, фирма ёки банк. Қоидага кўра, уларнинг бири лидер бўлиб, иш ва хизмат миқдорининг 3-5 фоизи миқдорида мукофот олади.

КОНСУЛ ЙИҒИМИ (инглз. Consular fee) – четга чиқиш учун виза берадиган консулхоналардан олинадиган йиғим. Умумфуқаролик чет эл паспортига эга бўлганлардан олинадиган йиғим. Бундай йиғим ҳажми сафар ҳолатига боғлиқ. Консуллик йиғимлари тез-тез ўзгариб туради. Масалан, 1993 йил мартга консуллик бўлимлари берган маълумотга кўра: Аргентина 9-15 доллар, Буюк Британия бепул, Италия бепул, Хитой 17-28 минг сўм. Швейцария бепул, Норвегия бепул, Греция 90 сўм, Польша бепул, Исроил 6 минг сўм.

КОНТИНГЕНТ (лот. Contingens пулга киритилган улуш: инглз. Quota, contingent) – ташқи савдода бир қатор товарларни олиб чиқиб кетиш, олиб киришда оғирлик ва қиймат бирликларида белгиланган меъёри.

КОИТРАКТ (лот. Contractus шартнома, инглз. Contract, agreement) – мамлакатлар, фирма, корхона ва бошқалар ўртасида ўзаро ҳуқуқ ва мажбуриятларни ўрнатиш, ўзгартириш ёки тўхтатиш (бекор қилиш) ва унинг амал қилиш муддатлари тўғрисида икки томонлама ёзув, келишув, шартнома. Ташқи савдо (товарлар, хизматлар, лицензия, технология)да контракт бир томон (харидор)ни шартномада кўрсатилган товар билан таъминлаш мажбурияти ҳақида шаҳодат берувчи ҳужжат. Унда контракт тузувчи томонлариинг номлари; шартнома предмети; контракт нархи ва умумий суммаси; мол етказиб бериш муддатлари; тўлов шартлари; товарни жойлаш ва ўраш; сотувчи кафолатлари: жарима

санкциялари ва зарарни қоплаш; суғурта ва бошқа масалалар ўз аксини топади.

КОНТРАКТ НАРХЛАР (инг.л. Contrsct price) – контракт (битим)да белгиланган нархлар. Бундай нархлар томонларнинг савдолашуви натижасида шаклланади, шу сабабли одатда сир сақланади. Ташқи савдо контракт нархлари ички бозор нархларидан фарқланади. Бунда товар бирлиги учун нарх ва умумий сумма томонлардан бири (мамлакат) валютасида, бошқа бир учинчи мамлакат ёки халқаро валюта бирликларида тўланади. Контракт нархларнинг уч тури бор: қатъий белгиланган нархлар; кейинчалик контракт тузувчилар келишган вақтда қайд этиладиган нархлар; ўзгарувчан нархлар; ўзгарувчан, контракт тузувчилар розилиги билан келишилган муддатда ўзгарувчи нархлар. Контракт нархлар контракт амал қилган даврда қўлланади, контракт муддати тугагач ўз кучини йўқотади.

КОНТРАКТАЦИЯ (инг.л. contracting) – санъат, хўжалик ва бошқа корхоналар, ташкилотлар орасида шартнома, битимлар тузиш.

КОНЦЕРИ (инг.л. Concern) – ишлаб чиқариш диверсификацияси асосида таркиб топадиган йирик, кўп тармоқли корпорация. Концерн таркибига (саноат, транспорт, савдо, банк соҳаси) турли тармоқларга тегишли, айрим ҳолларда, дунёнинг кўпгина мамлакатларида жойлашган ўнлаб ва юзлаб корхоналар ихтиёрий асосларга киради. Концерн таркибидаги корхоналар илмий-техникавий ва ишлаб чиқариш тараққиёти, шунингдек, инвестицион, молия, ташқи иқтисодий фаолият, корхоналарга хизмат кўрсатишни ташкил этиш соҳаларидаги вазифаларни марказлаштириш асосида ҳамкорликда фаолият кўрсатади. Корхоналар умумий молия, ягона илмий-техника потенциали ва кооперациялашган барқарор алоқаларга эга бўлади. Айрим концернлар мураккаб маҳсулотларни тайёрлашнинг жами ишлаб чиқариш циклини амалга ошириши мумкин. Тармоқ ва тармоқлараро концернлар бор. Бир корхона фақат бир концернга кира олади. Бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида Ўзбекистонда моддий ишлаб чиқариш билан боғлиқ тармоқ вазирликлари ўрнида йирик концернлар ташкил қилинди ("Ўзхимконцерн", "Ўзбекистон мева, сабзавот, вино саноати концерни" ва бошқалар).

КООПЕРАТИВ (инг.л. Cooperative) – дастлабки босқичда ўзўзини бошқариш ва молиялаштириш мақсадида тадбиркорлик фаолиятини олиб бориш учун ихтиёрий равишда бирлашган

фуқаролар гуруҳини жамлаган ташкилот. Ҳамкорликда маҳсулот ишлаб чиқариш, сотиш, сотиб олиш, товарлар истеъмоли ва хизмат кўрсатиш мақсадида ташкил этилади. Ундаги жамғармалар қатнашчиларининг пай ва бадаллари асосида вужудга келади.

КООПЕРАТИВ МУЛКЧИЛИК (инг. Cooperative property) — товар ишлаб чиқаришда шахслараро фойдаланиш иқтисодий алоқалар тури бўлиб, бу уларнинг ихтиёрида бўлган воситалардан фойдаланиш натижасида амалга оширилади. Кооператив мулкчилик мулкчиликнинг кооператив шаклида бошқаришнинг бир туридир.

КОРПОРАЦИЯ (лот. Corporatio бирлашма; инг. Corporation) — аъзоларининг у ёки бу манфаатларини ҳимоя қилиш мақсадида ташкил этилган акционер жамият шакли. АҚШда барча акционер жамиятлар корпорациялар деб аталади.

КОРРЕСПОНДЕНТ (инг. Correspondent) — бошқа ташкилотларга бозорда тўла фаолият олиб бориш учун хизмат кўрсатадиган банк ёки бошқа молия ташкилоти.

КОРРЕСПОНДЕНТ ШАРТНОМАСИ (инг. correspondence agreement) — мамлакат ичидаги ёки мамлакат ташқарисидаги банклар орасидаги шартнома бўлиб, унга кўра банклардан бири иккинчисининг топшириғи асосида тўлов ва ҳисоб-китоб ишларини олиб боради. Шартномада қайси ҳисоблар бўйича ҳисоб-китоб қилиш, мансабдор шахслар имзоларини алмашиш, комиссион тушум тарифларини белгилаш келишиб олинади.

КОРХОНА (инг. Enterprise) — мустақил хўжалик юритувчи субъект, маҳсулот ишлаб чиқариш, ижтимоий эҳтиёжларни қондириш ва фойда олиш мақсадида юмушлар бажариш, хизматлар кўрсатиш учун ташкил этилади. Хусусий, давлат, акционер мулк, жамоа ташкилотлари, шунингдек, аралаш мулк корхоналари мавжуд.

КОРХОНА МУЛКИГА СОЛИНАДИГАН СОЛИҚ (инг. Enterprise property tax) — фақат юридик шахсларнинг мулкига солинадиган солиқ тури.

КОТИРОВКА (фр. Se cote баҳоли; инг. Quotation) — 1) чет эл пуллар, қимматбаҳо қоғозлар ёки товарларнинг биржа нархини, курсини белгилаш; 2) қимматли қоғоз ёки товарларнинг биржада айланиши, юриши, муомалада бўлиши; 3) биржа нархлари тўғрисидаги расмий эълон.

КОТРИБУКЦИНО ҚИЙМАТ (инглиз. Conribution value) – денгиздаги тадбир охирида қоладиган ҳақиқий "тоза" қиймат бўлиб, бунда умумий авриями қоплаш учун бадал ундириб олинади. Қўшилган қийматда юк баҳоси ҳисобга олиниб, унинг ичига суғуртаси ва фрахти учун кетган харажатлар юкнинг барча зарар йўқотишлари, умумий авариядаги қоплаш суммаси, шунингдек, умумий аварнядаи сўнг, бу мулкка нисбатан бўлган барча харажатлар киради.

КРЕДИТ (ЁКИ ИШ) ТАВАККАЛЧИЛИГИ (инглиз. Credit risk) – қарз қийматларини чиқарган эмитентнинг қарз асосий суммаси ёки унинг фоизини тўлай олмаслик таваккалчилиги.

КРЕДИТ (лат. Creditum ссуда, қарз: инг. Credit) – фоизда қайтариш шарти билан вақтинча фойдаланиш учун пул ёки материал маблағлари бериш жараёнида юзага келадиган иқтисодий муносабатлар тизими: қарз, насия.

КРЕДИТ ҚИЙМАТИ (инглиз. Cost of credit) – кредитдан фойдаланганлик учун қарздорнинг кредиторга тўлайдиган суммаси. Кредит қийматнинг асосий таркибий қисмлари фоиз ставкаси, йиғимлар, суғурта мукофотлари ва комиссиялари ҳисобланади. Масалан, (0,1-0.3 фоиз йиллик) мажбурият комиссияси кредитор банкка қарзлор учун белгилаган муддат давомида керакли кредит ресурсларини резерв қилиб, стказиб берганлик учун тўланали (0,1-0.3 фоиз), бошқарув комиссияси менежер – банкка бир қанча банклар билан кредитлашни шакллантириш ишлари учун берилади. Кредит қийматининг асосий элементига асосий кредиторга тўланувчи қиймат, қўшимча элементига эса учинчи шахсларга тўланувчи қиймат киради.

КРЕДИТ БИЛАН КЕЛИШУВ (инглиз. Credit transaction) – товар биржасидаги келишув тури бўлиб, бу ўз ичига брокер ва мижоз келишувини олади. Бунда брокер мижоз томонидан таклиф этилган ва уни қизиқтирган товарни алмашувини олади. Бу битим бартер операциясини қонуний равишда амалга оширишга имкон яратади. Брокер мижоз билан келишув тузилгандан сўнг, банкка мурожаат қилади ва у ердан бу битимни амалга ошириш учун кредит олади. Бундай битимларга кредитлар 40-46 фоиз бўлиб, бир неча соатдан 2-3 ҳафта муддатгача бўлиши мумкин. Кредитни олгандан сўнг брокер мижозга керакли бўлган товарни харид этгандан сўнг келишилган товар алмашинувини амалга оширади. Мижозни олган то-

варни мустақил равишда реализация қилиб банкка кредитни қайтаради.

КРЕДИТ ИТТИФОҚИ (инглз. Credit union) – икки томонлама кредит ва пул воситаларини тўлаш учун тузилган фуқаролик ихтиёрий жамоат бирлашуви.

КРЕДИТ КАРТОЧКАСИ (инглз. Credit card) – банк мижози томонидан белгиланган лимит бўйича товар сотиб олиш учун ишлатиладиган пластик карточка ёки пластика. Унда карточка эгасининг исми шарифи, имзоси, рақами ёки шифри, карточканинг амал қилиш муддати кўрсатилган бўлади. Карточка эгаси банк ёки магазиндан товар олишда ҳисоб-китоб қилиш учун ҳисоб-тилхат ёзиб беради. Оддий кредит карточкада мижоз ҳақидаги ахборот ва унинг ҳисоб рақамн кодланган бўлади. Кейинги йилларда француз Роланд Моррено ("Инновацион" компанияси) томонидан ишлаб чиқилган "интелектуал" деб номланган карточкалар пайдо бўлди. Бундай карточкаларда ахборотлар микросхема асосида кодланган бўлиб, уни сохталаштириш имкони йўқ. Бунда магазин сотувчисига бу карточка тааллуқли бўлган банк марказий компьютери билан боғланишга эҳтиёж қолайди. Унинг яна бир кўриниши тўлов карточкасидир.

КРЕДИТ ЛИМИТИ (инглз. Limits of credit) – кредит режасида кўрсатилган, қарз олувчи банкдан олиш ҳуқуқига эга бўлган кредит суммаси.

КРЕДИТ ОПЕРАЦИЯЛАРИ ҲИСОБИ (инглз. Discount of credit operations) – бирлашма корхона ва хўжалик органлари билан банклар ўртасидаги қисқа муддатли ва узоқ муддатли кредитлаш бўйича ўзаро муносабатларнинг бухгалтерия ҳисобида акс этиши.

КРЕДИТОР – мамлакатлар "Париж клуби" - ҳукуматлараро ташкилот. Унинг мақсади бир томонлама мораторийдан қочиш мақсадида ривожланаётган давлатлар ташқи қарзларининг шарт-шароитларини қайта кўриб чиқиш.

КРЕДИТОРЛИК ҚАРЗИ (инглз. Trade liabilities, credit indebtedness) – корхона, компания ва ҳ.к. томонидан вақтинча жалб этилган ва эгаларига қайтарилиши лозим бўлган пул маблағлари.

КРОИ БИТИМЛАРИ (инглз. Cross deal/transactions) – бир вақтнинг ўзида брокер томонидан (сотиб олиш ва сотиш) ёки комиссион уйнинг турли хил рақобатсизлик асосида харидорлар шартномаларини сотиш ёки сотиб олиш битимларидир.

КУПОН (инг. Coupon) – 1) фоиз ёки дивиденд берилганда қимматли қоғознинг қирқиб олинадиган бир қисми; 2) вақтинча, пул-тақсимлаш бирлиги.

КУРС (лот. Corsus югуриш, ҳаракат: инг. Rate, course) – акциялар, облигациялар ва бошқа қимматбаҳо қоғозлар сотиб олинадиган ва сотиладиган баҳо. Қимматбаҳо қоғозлар курси эса олтин валюта ёки бошқа давлатлар валютасида акс этади.

КУРС ХАТОСИ (инг. discrepancy in exchange) – валюта бозор баҳоси билан расмий баҳосининг мос келмаслиги.

КЎП ОВОЗЛИ АКЦИЯ (инг. share of many voices) – акциядорлар йиғилишида эгасига бир неча овоз бериш ҳуқуқини берадиган акция.

КЎРСАТИЛУВЧИ ВЕКСЕЛЬ (инг. demond bill, bill at sight) – кўрсатувчи талаб қилганда тўлови тўхтовсиз амалга ошириладиган вексель.

Л

ЛАРИ (инг. Lari) – Гурузия Республикасининг пул бирлиги.

ЛАТ (латв. Lat) – Латвиянинг пул бирлиги.

ЛАТИФУНДИЯ (лот. Latus кенг fundus ер: инг. Latifundium) – йирик ер эгалиги. Дастлаб эрамиздан аввалги Римда пайдо бўлган. Ҳозир Испания, Туркия, Ҳиндистон, Африка ва Лотин Америкасининг кўпчилик давлатларидагина мавжуд.

ЛЕВ (инг. Lev) – Болгариянинг пул бирлиги.

ЛЕГАЛИЗАЦИЯ (лот. Legalis қонуний: инг. Legaliration, certification) – мавжуд ҳужжатлардаги мансабдор шахслар имзолари ҳақиқийлигининг тасдиғи. Қоидага кўра халқаро муносабатларда ҳужжатлардаги имзолар ўша мамлакат консули томонидан тасдиқланади. Легализация консулнинг махсус ёзуви билан амалга оширилади. Алоҳида халқаро келишувларда ёки махсус келишувларда ҳужжатлар легализациясиз махсус органлари орқали қабул қилиниши мумкин.

ЛИЗИНГ (инг. Leasing) – машина, асбоб-ускуналар, транспорт воситаларини, ишлаб чиқариш биноларини, иншоотларини узоқ муддатли ижарага бериш. Ижаранинг бир тури бўлиб муайян даврдан кейин, ижара тўловларининг ҳаммаси амалга оширилгандан кейин ижарага олинган нарса ижараси мулкига айланади.

ЛИКВИДАЦИЯ (СОТУВ) (инглл. Liquidation) — 1.Қимматбаҳо қоғозлар ва бошқаларнинг нақд пулга айланиши жараёни: 2. Компаниянинг тугатилиши бўлиб, сотиш натижасида унинг қарзлари, ортиб қолган нақд пуллар акциянерлар орасида тақсимланади.

ЛИМИТ (инглл. Limit) — кредитнинг чекланган миқдори.

ЛИМИТЛАНГАН ЧЕК (инглл. Limited cheque) — чек эгаси томонидан ёзиб бериладиган ҳисоб-китоб чеки бўлиб, у бўйича бериладиган сумма миқдори чегаралаб қўйилади. Чек бўйича тўловлар чек эгасининг ҳисоб варақасидаги маблағга қарамай банк томонидан амалга оширилади. У етказиб берувчи (пудратчи) билан ўрнида ҳисоб-китоб қилиш учун қўлланади. Чекда қайси ташкилотга қайси ҳисоб (тартиб рақами, сана) бўйича сумма ўтказилиши кўрсатилади. Лимитланган чек беришда унинг қарамоғида лимит қолдиғи кўрсатилади, улар биринчи ва иккинчи даражали ҳуқуққа эга бўлган шахслар томонидан имзоланади. Лимитланган чек олган шахс томонидан банкка 10 кун ичида кўрсатилиши мумкин. Чек нақд пулга алмаштирилади.

ЛИМИТЛАНГАН ЧЕК ДАФТАРЧАЛАРИ (инглл. Limited check book) — ҳисоб-китоб чек бланкалари комплекти (10, 20, 25, 50 варақ): банкнинг махсус ҳисоб бўйича белгиланмаган тўловчига берадиган ҳисоб-китоб дафтарчаеи.

ЛИФО — 1. Бухгалтерлик ҳисоби методи бўлиб, сўнгги келтирилган ёки тайёрлангаи маҳсулот партияси баҳоси бўйича товар-материал қийматини белгилашда ишлатилади. Лифони қўллаш солиқни камайтириш мақсадида эълон қилинган балансда кўрсатилган даромад суммасини кўпайтириш ёки камайтириш имконини беради. 2. Фоиз ҳисобида мижоз ютуғнни таъминловчи банкда қўйилманинг маълум қисмини муддатдан олдин муомаладан чиқаришда фоизларни ҳисоблаш методи. У мижозии рағбатлантириш мақсадида қўлланилади.

ЛИЦЕИЗИЯ (инглл. Licentia) — баъзи хўжалик фаолияти ва ташқи савдо операцияларини бажариш учун давлат томонидан бериладиган рухсат. Янги техника ва технологияга асосан лицензия уч хил бўлади: 1) оддий лицензия; 2) махсус лицензия; 3) тўла лицензия.

ЛОМБАРД (инглл. Pownshop, hockshop) — пулни ҳаракатдаги мулкини гаровга қўйиб, қарзга бериладиган кредит муассасаси.

ЛОРО (инглл. Loro fcount) — 1) банк томонидан корреспондеит-банклар учун уларнинг талаби билан амалга ошири-

ладиган барча жараёнларни акс эттирувчи ҳисоблар. 2) Корреспондент – банкда очилган учинчи банкнинг корреспондент ҳисоби. Бунда корреспондент банкнинг ҳисоби востро дейилади. 3)Баъзан Лоро банкнинг хорижий корреспондент-банк номига халқаро ҳисоб-китоблар учун очилган корреспондентлик ҳисоби деб ҳам юритилади.

М

МАЖБУРИЙ КОИВЕРСИЯ (инглл. forced conversion) – компаниянинг хоҳишига кўра юз берадиган конверсия. Мажбурий конверсия инвесторга облигацияни сақлаш фойдалироқ бўлганда юз бериши мумкин. Атама оддий акцияларнинг бозор баҳоси маълум даражада ошиб, бир неча кунгача бир хилда турганда, компаниянинг облигацияларини тўлаш учун қайтариш ҳуқуқини кўзлайди. Мажбурий конверсия ҳақидаги нункт инвесторга эмас, компанияга фойдалидир.

МАЖБУРИЙ СУҒУРТА (инглл. obligatory insurance) – суғурта муносабатлари томонлар ихтиёрига кўра эмас, балки сугурта объектлари ва шартли рўйхатини белгиловчи қонунчилик актларига асосан юз беради. Амалиётда ижарага берилаётган мажбурий суғурта колхоз, давлат мулки ва бошқаларга нисбатан амалга оширилади.

МАЖБУРИЙ ТЎЛОВЛАР – мижоз порт хнзматларидан фойдалана олдими ёки йўқми, бундан қаъти назар, тўлаши шарт бўлган тўлов тушунилади. Дунёнинг кўп портларида бундай йиғимлар қатъий ставкалар бўйича олинади ва бу ставкалар келса У. и, қабул қилинган ёки юкланган юк ва ташувчи пассажирлар сонига қараб ўрнатилади. Мажбурий бўлмаган йиғимлар эса кемага буюртма берилган хизматларда олинадиган йиғим.

МАЖБУРИЯТ (инглл. obligation) – мажбурият, ваъда, вазифа, бурч, тилхат; шартнома билан расмийлаштирилган фуқаролик – ҳуқуқий муносабатлар.

МАКЛЕР (инглл. Dealer, broker: нем Makler) – битимлар келишувидаги воситачи. У битим тузмайди балки битим тузиш учун харидорни жалб этади, бунинг учун воситачилик ҳақи олади.

МАКРОИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ (инглл. Macroeconomik analysis) – иқтисодиёт фаннинг бир қисми бўлиб, бизнес,

давлат сектори ва бошқалардан ташкил топган иқтисодиётни бир бутун ҳолда таҳлил қилади.

МАКРОМАРКЕТИНГ (инг. Macromarketing) – маркетинг тамойилларига асосланган, корхона ва ташкилотларнинг фаолиятини бошқариш тизими. У ўз ичига иқтисодий қурол ва стимуллар (кредит, солиқ инвестицион сиёсат) тизими қўллаш орқали бозор соҳасида давлат органлари фаолияти, шунингдек, нотижорат ташкилотлари фаолиятини олади.

МАНИПУЛЯЦИЯ (инг. Mangonization) – ноқонуний операция. Фаол савдога халақит бериш, баҳони пасайтириш ёки кўтариш мақсадида қимматбаҳо қоғозларни сотиш ёки сотиб олиш.

МАНКО (нем. Manko) – тарозидан уриб қолиш, кассадаги пул камомади.

МАОШ МАЖБУРИЙ СУҒУРТАСИ (инг. obligatory salary insurance) – барча суғурталанувчилар учун қатъий суғурта ўрнатиш билан характерланувчи суғурта тури.

МАРЖА (инг. Margin, equity) – савдо, биржа, суғурта ва банк амалиётида товарлар нархи, валюта ва қимматбаҳо қоғозлар курси, фоиз ставкалари ва бошқа кўрсаткичлар фарқини ифодалаш учун ишлатиладиган атама. Савдо амалиётида маржа, одатда, товарни сотиб олиш ва сотиш нархлари ўртасидаги фарқни билдиради.

МАРЖА ҲИСОБИ (инг. Margin account) – биржада мижознинг шундай ҳисоби борки, унга кўра бошланғич маржа, яъни кафолат суммаси бўлиши керак. Бундай ҳисобни юритиш қоидалари махсус маржа битимларида кўрсатилади.

МАРКА (нем. Mark: инг. Marka) – савдо белгиси, маҳсулотдаги фабрика ёрлиғи.

МАРКАЗИЙ БАНК (инг. central bank) – марказий кредит муассасаси бўлиб, банкнотлар чиқариш, пул муомаласини, кредит ва валюта курсини бошқариш, расмий олтин-валюта захирасини сақлаш ҳуқуқига эга. У "банклар банки", давлат бюджетига хизмат кўрсатилишида ҳукумат вакили (агенти) ҳисобланади. Ривожланган мамлакатларда Марказий банк пул-кредит сиёсатини амалга оширувчи институт.

МАРКАЗИЙ БАНК ҚАЙТА ҲИСОБОТ СТАВКАСИ (инг. refinancing rate of central Bank) – хусусий тижорат векселларини қайта ҳисоблаш пайтида Марказий банк томонидан тижорат банклари ва бошқа кредит ташкилотларига маблағ ажратишда қўлланиладиган расмий ҳисоб ставкаси.

МАРКАЗЛАШТИРИШ (инглиз. centralization) – 1.Бирор нарсани бир жойга, бир қўлга ёки бир марказга тўплатиши: капитални марказлаштириш – капитал ҳажмининг бир қанча капиталларнинг бирлаштириши ёки бир каиталнинг бошқариши, эгаллаб олиш йўли билан ўсиши.

МАРКЕТИИГ (инг. Marketing) – харидор эҳтиёжларини имкони борича тўлароқ қондириш мақсадларида бозор ҳолатини асосли ўрганиш ва олдиндан баҳолаш билан товарларни ишлаб чиқариш ва сотишни ташкил этиш тадбирлари тизими; бозор иқтисодиётининг муҳим унсури; маркетинг иши қисқа ва узоқ муддатли махсус маркетинг дастурлари орқали амалга оширилади, уларда харидорларни ва рақобатчиларни ўрганиш асосида товарлар сифатини яхшилаш, товар таннархини ўзгартириш, реклама ўтказиш, товарга талаб чиқариш, товарларни ўз вақтида етказиб туриш, харидорларга маъқул тушадиган хизмат кўрсатиш каби чоратадбирлар назарда тутилади. Ишлаб чиқариш маркетинг воситасида ғоят тез ўзгариб турадиган бозор талабига мослашади ва самарага эришади. Товар ишлаб чиқарувчилар маркетинг туфайли бозор билан узвий боғланадилар, ишлаб чиқариш манбаларини бозор талаб манбаларига, бозор талаб товарлар яратишга қаратадилар, соҳибкорлик ва тижорат ишларини режалаштирадилар. Маркетинг бир қанча жуда муҳим қоидаларга асосланади; товар ишлаб чиқариш талаби ва корхона имкониятларини ҳисобга олиш харидорнинг талаб-эҳтиёжини тўла қондирилиши, бўлғуси талаби назарда тутилиши; мўжалланган бозорда товарлар айтилган вақтда ва белгиланган миқдорда сотилиши; янги товарларни ўзлаштира бориб, корхонанинг узоқ давр мобайнида самарали ишлашига эришиш; корхонанинг ишлаб чиқиш йўналишлари, тутган йўли бозор талабини корхона мўжаллаган йўналишда ўзгартириш. Маркетинг фақат бозордаги талаб-эҳтиёжни қоидириш воситасигагина бўлмай, балки ишлаб чиқариш самарасининг ҳам юқори бўлишига қаратилади. Шу сабабли корхоналарда маркетинг хизматини ташкил этиш катта аҳамиятга эга.

МАРКЕТИНГ НАЗОРАТИ ВА ТАФТИШИ (инглиз. Control and revision of marketing) – зарур ҳолларда маркетинг фаолиятини текшириш. Назорат ва тафтиш тизими ишнинг меъёрда бораётганига ишонч ҳосил қилишга, акс ҳолда маркетинг фаолиятига нималар халақит бераётганини аниқлаб олишга

ёрдам беради. Назоратнинг уч тури фарқланади: йиллик режанинг бажарилишини назорат қилиш, фойдани назорат қилиш ва стратегик назорат.

МАРКЕТИИГ РЕЖАСИ (ингл. Plan of marketing) – бу фирма томонидан бозор мақсадларни амалга оширишга қаратилган, маълум даврда фаолият кўрсатиш дастурининг эгилувчан варианти. Режа корхона ишига ҳозирги динамик, ўзгарувчан шароитда, айниқса, бозор шароитида турғун, аниқ мақсадга йўналтирилган ҳолатни беришга қаратилгандир. Типик маркетинг режаси ўз ичига маркетингни бошқарув масалаларининг бутун кўламини, жумладан: маҳсулот сотувчи, рекламаси ва ҳаракатини, шунингдек, маркетинг ўз функциясини такомиллаштириш бўйича қўшимча фаолиятни, сотувни белгилаш ва молиявий таъминотни олади. Оддий маркетинг режаси таркибига қуйидаги асосий блоклар киради: фирма мақсадларининг тасвирланиши, бозор шароити натижалари ҳақидаги маълумотлар, ҳар бир товар бозорида маркетинг стратегиясини шакллантириш, маркетинг тадбирларини амалга ошириш воситаларини тасвирлаш, назорат процедураларини тасвирлаш. Ҳар қандай товар бўйича маркетинг режасида тўрт мажбурий бўлим мавжуд бўлади: товар ҳақида маълумот, маркетинг режаси бўйича ўтказиладиган тадбирлар бўйича воситаларни тақсимлаш.

МАРКЕТИНГ РЕЖАСИИИ ТИЗИМЛАШТИРИШ (ингл. Systematization of marketing plan) – режадаги барча таркибий қисмларни боғлаш, мослаштириш ва интеграциялаш. Бу оддий вазифа эмас. Агар қисқа муддатли фойда ўрта муддатли ёки узоқ муддатли фойда эвазига келадиган бўлса, бундай режа ёмон тизимлаштирилган ҳисобланади. Режа тез-тез ўзгартирилиб туриладиган бўлса, бу нарса унинг истеъмолчилар кўз олдида ювилиб кетишига сабаб бўлади, раҳбарларда содир бўлаётган воқеаларнинг аниқ манзараси гавдаланмайди, бу билан фирма катта қийинчиликларга дучор бўлиши мумкин. Фирма корхоналари ўртасида ресурслар шундай тақсимланиши керакки, воситалар асосан энг катта потенциалга эга бўлган корхонага берилиши керак бўлади. Реализация қилиш ва сотиш каналлари қатнашчилари билан келишувчанлик вақт бўйича шундай мослаштирилиши керакки, сотиш тизимида ва унинг алоҳида звеноларида "ортиқчалик" юзага келмаслиги керак. Маркетинг режаси таркибий қисмларининг яхши боғланишига ҳисса қўшувчи асосий омиллар қуйидагилардир:

режа тузишда узоқ, ўрта ва яқин муддатларининг қиёсланиши, яхши аниқланган мақсадли бозор, фирма таркибидаги корхона тахминий фаолиятини координациялаш, вақт бўйича турғунлик.

МАРКЕТИНГДА РЕЖАЛАШТИРИШ (инг. Marketing planning) – хўжалик фаолиятининг муҳим соҳаси. Унинг асосий вазифаларидан бири фирма фаолиятидаги режалилик ва пропорционалликнинг максимал имкониятларини стратегик мақсадлардан келиб чиқиб ўрнатишдир. Бозор шароитида фирма ичида самарали режалаштириш қуйидаги асосий тамойилларни амалга оширишни кўзда тутади: у зарурий эгилувчанлик ва адаптивликка эга бўлиши керак, яъни ташқи муҳитдаги ўзгаришларга ҳозиржавоб бўлиши керак; режалаштириш иши билан кейинчалик шу режани амалга оширувчи шахсларнинг ўзлари шуғулланишлари керак; режалаштиришдаги билимдонлик даражаси ташкилот ресурсларини ҳал қила олиш билимдонлик даражасига ўзаро мос келиши керак. Маркетинг фаолияти мақсадлари маркетингда режалаштириш аҳволи, вақтинчалик уфқи ва тизимига аниқловчи таъсир кўрсатади. Маркетингда режалаштириш қуйидаги асосий вазифаларни ҳал этишга йўналтирилган: мақсадларни аниқлаш (бозорнинг танланган сегментини ҳисобга олган ҳолда товарларни дифференциялаш; янги товар ва бозорларни забт этиш; рақобатбардошлилик муаммоларини ҳал этиш ва ҳ.к.), шунингдек, режалаштириш жараёнининг ўзини баҳолаш асосий тамойил ва критерийларини аниқлаш; хусусий режалар структура ва резервларини шакллантириш, асосий маълумотлар характерини аниқлаш ва ҳ.к.

МАРКЕТИНГДА СТРАТЕГИК РЕЖАЛАШТИРИШ (инг. Marketing strategical planig) – бу фирма мақсадлари, унинг умумий потенциал имкониятлари орасидаги стратегик мосликни яратиш ва қувватлаш бошқарув жараёнидир. Маркетингда стратегик режалаштириш қандай маркетинг фаолиятини, улар нима учун зарурлиги, уларнинг амалга ошишига ким жавобгарлиги, улар қаерда яратилиб қаерда тугатилиши кўрсатиб берилади. Шунингдек, фирманинг ҳозирги аҳволи, келгуси йўналиши ва ресурсларининг тақсимланиши аниқланади. Маркетингда стратегик режалаштириш ички ва ташқи ахборотлар комплексига таянади, таҳлил ва ресурслар тақсимотининг режали моделидан, шунингдек, фирманинг бозорда ўз ўрнини ишлаб чиқариш ва унн ҳимоя қилиш

қобилиятидан кенг фойдаланади. Маркетингда стратегик режалаштириш фирма фаолиятига асосий йўналиш беради ва унга маркетинг таҳлиллари тизимини, истеъмолчиларни ўрганиш жараёнини, маҳсулотни режалаштириш ва солиштиришни, шунингдек, баҳоларни режалаштиришни яхши тушунтиришга ёрдам беради. У фирманинг барча бўлимларига аниқ мақсад қўйишга ёрдам беради. Маркетингда стратегик режалаштириш жараёни 7 ўзаро алоқадор босқичдан иборат, фирма мақсадини аниқлаш, стратегик хўжалик бўлимларини ташкил қилиш, мақсад қўйиш, вазият таҳлили, стратегияни ишлаб чиқариш, тактикани амалга ошириш ва натижаларни кузатиш.

МАРКЕТИНГДА СТРАТЕГИК ФИКРЛАШ (инглз. strategical thinkinhg in marketing) – энг янги иш тафаккури тури бўлиб, у хўжалик бирлиги фаолиятини энергия, аниқ мақсад ва перспективага интилишга қаратилган бўлади. Ҳаракатлар йиғими аввало, фирма муваффақиятли тарзда нима қилади ва нима қилиши мумкинлигини аниқлашга ҳамда уни худди шу томонга йўналтиришга қаратилган бўлади. Бу истеъмолчиларнинг ўсиб борувчи талабини аниқлаш, кейин эса, асосий касб малакаларини ишлаб чиқишдан иборат. Бундан келиб чиқадики, вазифани аниқ, реал қўйиш ва тинимсиз ишлаш керакки, натижада бу вазифа ҳамма учун, яъни фирма раҳбаридан тортиб, малакасиз ишчигача тушунарли бўлсин. Бу стратегияни эгилувчанлиги келажак сценарийсини тузиш ёки имкониятлар дианазорини ўрганиш билан перспективага тайёр бўлиб туришни ва вужудга келган имконнятдан тўла фойдаланишни билдиради.

МАСЪУЛИЯТИ ЧЕКЛАНГАН ЖАМИЯТ (инглз. Limited society) – ўз мулки чегарасида мажбуриятларга жавоб бўлган, қисмларга бўлинган низом фондига эга бўлган таъсис ҳужжати билан белгиланган акционер жамият тури. Жамият аъзолари маблағи жамият розилиги билан бошқа шахсга берилиши мумкин.

МАСЪУЛИЯТИ ЧЕКЛАНГАН ШИРКАТ – ҳамкорликда хўжалик фаолияти юритиш учун уюшган фуқаролар ёки юридик шахслар бирлашмаси. Масъулияти чекланган ширкатниинг низом фонди фақат таъсисчилар маблағлари (акциялар) ҳисобига барно этилади. Ширкат ўз фаолияти учун низом фонди даражасида жавобгар ҳисобланади. Бундай ширкат юридик шахс ҳисобланади, иштирокчилар тасдиқлаган низом-

га амал қилади, ўзининг расмий номига эга бўлади. Ширкат таркибида юридик шахс бўлган иштирокчилар ўз мустақиллигини ва ҳуқуқий шахслигини сақлаб қолади.

МАХСУС КАФОЛАТЛАР БИЛАН ТАЪМИНЛАНМАГАН ОБЛИГАЦИЯЛАР (инг. bonds unsecured by special guarantees) – эгасига бошқа кредиторларга нисбатан ҳеч қандай имтиёзлар берилмайдиган облигациялар.

МАХСУС ЛИЦЕНЗИЯ (инг. Exclusive licence) – лицензия шартномаси шартларига мувофиқ белгиланган миқдорда бирор шахсга объектдан танҳо фойдаланиш ҳуқуқининг берилиши.

МАХСУС ФОНДЛАР (инг. extra funds) – Давлат ихтиёрида бўлган ва мақсадли йўналишига эга пул воситаларининг йиғиндиси.

МАХФИЙ САВДО (инг. Non-public auctions) – халқаро савдо бўлиб, унда тендер комиссиялари савдо иштирокчилари олдида яширин иш тутади, қайси фирма ёки консорциум буюртма олганлиги ҳақидаги маълумотларни эълон қилмайди. Одатда, бундай савдо буюртмачилар томонидан маҳсулот етказиб берувчилар орасидаги рақобатни туширмаслик мақсадида ўтказилади.

МАШИНА ВА УСКУНАЛАР БОЗОРИ (инг. Market of machines and eguipment) – янги машина ва ускуналар бозорларининг ишлаб чиқариш соҳаси ва машина ишлаб чиқариш учун фойдаланиладиган маҳсулотларга истеъмол хусусиятлари бўйича бир-бирлари билан боғлиқлиги. Машинасозликнинг ўзига хос хусусияти янгидан-янги маҳсулот турларини ўзлаштириш ва ишлаб чиқаришни кенгайтиришни тез, сифатли, юқори даражадаги қуввати мамлакатнинг илмий-техник базасига боғлиқдир. Машина ва ускуна бозори учун тез янгиланиб туриши, истеъмоли янада юқори ва турли бўлган товарлар янгиланишга хосдир. Айниқса, талабнинг ошиши янгитдан кашф қилинган товарлар, яъни микроэлектроника, биотехнология оптотол.. техникаси ва бошқа соҳаларга хос. Бундай оммавий фойдаланиладиган ва янгитдан товарлар баҳоси юқори бўлиши кузатилади.

МАЪЛУМОТЛАР БОЗОРИ ВА МАЪЛУМОТЛАР БЕРИШ БЎЙИЧА ХИЗМАТ КЎРСАТИШИНГ ФИРМАВИЙ ТУЗИЛИШИ (инг. firm strukture of market information and information services) – маълумотларни тўплайдиган, қайта ишлайдиган ва реализациялаштирадиган бирлашмаларнинг занжири

(тўплами). Бозорнинг фирмавий тузилишини (структурасини) маълумотлар базаси, информацион система фирма эгалари, коммуникация имконнятлари бўйича фирма эгалари, консультацион қидирув фирмалар ва фирма ичидаги информацион хизмат, маълумотларнинг охирги фойдаланувчиларини ташкил қилувчилар шакллантирадилар. Кўпчилик маълумотлар базасини ташкил қилувчи шахслар фаолияти иқтисодий, молиявий ва бозор маълумотларига бўлган эҳтиёжни қондиришган. Маълумотларнинг автоматлашган банкларини давлат ташкилотлари тўплайди. Шу ташкилотларнинг иш фаолияти учун маълумотлар базаси уларнинг функциясини амалга оширувчи қурол сифатида қўлланилади. Бу функциялар иқтисодиётнинг таҳлили (текшируви), унинг келажагини олдиндан аниқлаб бериш ва шу асосда давлат иқтисодиёти ва сиёсатини қайта ишлаб чиқиш билан боғлиқдир. Маълумотга эга бўлмаган ташкилотлар орасида саноат компаниялари, ихтисослаштирилган. Уларга ички фаолият учун тўпланган бошланғич маълумотлар сотилади. Маълумотлар базасини тайёрлаш, уларни ишлатиш билан турли халқаро ташкилотлар суғурталанадилар; ЕЭК, ООН, ЮНКТАР ГАТТ ва бошқа халқаро марказлар. Бошланғич статистик маълумотларни йиғиш системасига анъанавий сўров формалари ва варақаларини тарқатилиши билан алмашинган ҳолда тобора фаоллик билан компьютерлаштириш кириб келмоқда. Корреспоидент-давлатлар статистик маълумотларни халқаро ташкилотларга магнит кўчирувчилар орқали беришмоқда (жўнатилмоқда). Миллий ва ҳалқаро ташкилотларнинг ҳисобловчи марказлари орасидаги телекоммуникацион каналлар маълумотларни маълумот базасига жўнатган ҳолда бошланғич маълумотларни тўғридан-тўғри йиғишга бизга имконият беради. Информациялар бўйича хизмат кўрсатиш бозорининг боғловчи звеноси бу давлат ташкилотлари ва хусусий компаниялар-телекоммуникация воситаларининг эгаларидир. Улар томонидан ташкил қилинган ҳисоблаш нуқталарининг тарқатиладиган трансконтинентальмасштаблари оддий телефон связига тўғри келадиган (мос келадиган) обонеровка системасини ишлатиш натижасида таъминланади. Ғарбий Европанинг барча мамлакатларида трансконтиненталларидан ташқари, ўзларининг миллий нуқталари мавжуд. Фирмаларни информацион тизимнинг эгадорлари лицензион келишувлар асосида маълумотларнинг ва маълумотлар базасининг уларнинг ташкилотчилари билан тижорат усулда тарқатишни

таъминлайдилар. Бундай информацион системалар бир-бири билан боғлиқ бўлган регионал ҳисоблаш марказлари ва хизмат кўрсатиш жойлардан ташкил топган. Улар техник қўллаб-қувватлаш маълумотлар базасининг ихтирочилари билан ишлаш, коммуникация имкониятларини эгадорлари уларнинг охирги ишловчиларига жавоб беришади. 1987 йилда АҚШ нинг ўзида 300 информацион тизим бўлган. Охирги ишлатувчи замонавий информацион ҳисоблаш ресурслари ўртамчилар, яъни ички фирма махсуслаштирилган консультацион-қидирув фирмалари ёрдамида ўзлаштиришади. Уларнинг функциялари қуйидагилардан иборат: сўралётган маълумотлар минимал даражадаги вақт оралиғи ва имкониятларни топиш, заказ берувчининг хоҳишига қараб қидиришнинг натижаси умумлаштирилган ҳолда олиб борилиши ва уни ишлатиш учун қулай бўлиши керак. Улар асосида товар бозори, об-ҳавонинг ҳолати ҳақида тушунчани тасдиқлаш ва тавсияларни қайта ишлаш. Ўртамчилар сифатида катта (публичний) кутубхоналарнинг информацион қидирув бўлинмалари ҳам ишлаш мумкин. Британиянинг миллий кутубхонасининг қисми бўлган Лондондаги Science Reference Library да Ғарбий Европада қандай бўлса, АҚШ да ҳам шундай бўлган 100 дан ортиқ бўлган маълумотлар базасига киримни таъминлайдиган Computer Search Service бўлими бор. Бу бўлимниг иш фаолияти бирламчи тартибдаги информацион хизмат кўрсатишни олиш хоҳловчилари бўлмиш аҳоли, ўқитувчилар, илмий ишчиларнинг заруриятини қондиришга қаратилган.

МАЪНАВИЙ ЗАРАР (инг. Moral loss) — ноқонуний фаолият юритиш натижасида келиб чиққан ва мулкий ҳолатига эга бўлмаган зарар.

МАҚСАДЛИ АВАНС (англ. torget odvonce) — маълум бир товарни сотиб олиш ҳамда маълум операцияларни ўтказиш учун бериладиган взнос.

МАҚСАДЛИ БОЗОР (англ. target market) — нарх-наво ташқи бир қанча бозорларни таҳлил қилиш натижасида танланган бозор бўлиб, унга бозорга чиқиш минимум нархларга ва максимум фойдага ёки бошқа мезонларга эришилади.

МАҲСУЛОТ (ТОВАР) БОЗОРИНИ БАШОРАТЛАШ (англ. Commodity market fovecasting) — бозор ривожи перспективаларини баҳолаш, экспортёрнинг маркетинг фаолияти стратегияси ва тактикасида, маълум маркетинг дастурида башорат қилинадиган маълумотларни ҳисобга олиш учун бозор

шароитининг ўзгаришларини баҳолаш. Бундай баҳолаш бир бозорнинг ўтмиш ва ҳозирги факт маълумотларини таҳлил қилишга асосланади. Режалаштиришдан мақсад – бозорга таъсир кўрсатувчи факторларнинг перспективада рўй бериб қолиши эҳтимолини аниқлаш бўлиб, бу факторлар қаторига қуйидагилар киради: умумий хўжалик фаолиятининг аҳволи, тизим таркибидаги ўзгаришлар, истеъмолчи соҳалардаги инвестицион фаолият, миллий даромад динамикаси, ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчиларга таъсир этувчи тасодифий ҳодисалар, янги маҳсулот бозорлари ва "пионер" товарларнинг пайдо бўлиши, баҳони шакллантириш факторлари, кредит ва валюта фаолияти кўрсаткичлари ва ҳоказо. Қисқа муддатли башоратлаш одатда 1,5 йилга тузилади. Бунда асосий эътибор ишлаб чиқариш ҳажмини баҳолаш, талаб, таклиф ва товар истеъмоли аҳволини баҳолаш, рақобатбардошлилик нарх динамикаси, валюта курслари, савдо-сиёсий аҳволии баҳолашга қаратилади. Фақатгина доимий эмас, балки вақтиичалик ва тасодифий факторлар ҳам ҳисобга олинади. Ўрта муддатли башоратлаш 3–5 йилга, узоқ муддатлилари 7–10–15 йилга тузилади. Маҳсулот бозорини режалаштириш ўз бозорини, унинг таркибий қисмларини ва унга таъсир этувчи факторларни ўрганишга асосланади, ўрта муддатли ва узоқ муддатли режалаштиришда барча хусусий ва фавқулодда таъсир факторлари ҳисобга олинмайди, режалаштириш муддати қанчалик узоқ бўлса, у шуичалик умумлашган бўлиб бораверади, бозор конъюнктурасига таъсир этувчи факторлар эса бозорнии узоқ муддатли, принципиал тенденцияларини шакллантирувчи факторларга ўрии бўшатади.

МАҲСУЛОТ ЕТКАЗИБ БЕРИШ ШАРТНОМАСИ (инг. delivery contract) – корхоналар ўртасидаги келишув; бунда маҳсулот етказиб берувчи корхона (маҳсулот ишлаб чиқарувчи) харидор корхонага белгиланган муддатда келишилган турдаги миқдор ва сифатга эга бўлган маҳсулот етказиб бериш мажбуриятини олади. Харидор корхона эса маҳсулотни олиш, ҳақини тўлаш мажбуриятини олади.

МАҲСУЛОТ ТАННАРХИ (инг. cost of products) – корхона, муассаса ташкилотлариннг маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш жорий харажатларининг пул кўрииишидаги ифодаси. Истеъмолчиларни янгиликларини қабул қилишга тайёрлиги бўйича сегментлаши. Бозорда пайдо бўлган янги товарларга алоҳида бир гуруҳ клипларининг реакцияси. Ҳар бир товар

соҳасида биринчилар ва уларга эрта эргашувчилар бўлади. Янги товарни қабул қилиш бўйича барча шахслар 5 группага бўлинади: Яигилик қилувчилар, биринчи эргашувлар, кўнчилик, кеч қолган кўпчилик, орқада қолувчилар.

МАҲСУЛОТИИ СЕРТИФИКАЦИЯЛАШ (инпл. ctrtification of products) — бошқа мамлакатларга етказиб берилаётган моҳиятини сифатини баҳолаш ва амалга ошириши жараёнидир. Уни сертификат билан мустаҳкамлаб қўйилган маълум бир халқаро стандартларга боғлиқ қатъий белгиланган тартиб бўйича маҳсулотларни синаш учун ўлчов асбоб-ускуналари билан жиҳозлаиган махсус марказлараро маҳсулотни сертификатлаш халқаро савдо иқтисодий алоқалар муҳим элементидир. Халқаро савдода маҳсулотни рақобатбардошлигини таъминлаш уни сертификация онги билан татбиқлашмасдан мумкин эмас. Маҳсулотии сертификациялашга харажатлар мамлакатлар олиб чиқараётган маҳсулот таннарихининг уч ва ундаи ортиқ фоизини ҳисоблаб чиқадилар. Эксиорт маҳсулотни маҳсулот сертификацияси белгиларнинг мавжуд бўлмаганда катта валюта ҳужжатлари билан боғлиқ импортёр мамлакатда сертификациялаш синовларини ўтказиш талаб қилинади. Маҳсулотни сертификациялаш мазмунига кўра, 2-хил фаолиятни ўз ичига олади. Маҳсулотни атестация қилиш ва ишлаб чиқариш ҳамда белгилаиган талаб ва қоидаларга риоя қилиш устидан техник назорат қилиш. Ишлаб чиқарувчи корхона уни ишлаб чиқаришнинг бутун даври давомида бериш керак. Маҳсулотни сертификациялаш моҳият ишлаб чиқарувчининг маҳсулотни норматив техник ҳужжатлар талабларига аввало, уни ишлаб чиқарув ва истеъмолнинг бутун муддати давомида фойдаланишга тўлиқ мувофиқ мос келиш кафолат воситасидир. Бу сертификация қилинаётган маҳсулот норматив ҳужжатлари стандартларнинг илмий-техник даражасини ошириш зарурлигини билдиради, яъни савдо шериклар ўртасида келишилган сертификациялаш даражасига тааллуқли кўрсаткичлар рўйхатини техник норматив ҳужжатлаштиришни ўргатиш; мамлакатда синов марказларини ишлаб чиқарувчилари истеъмолчилардан мустақил тизимларни ишлаб чиқарувчилар ва уларнинг замонавий техника билан корхоналар синов марказлар ва халқаро савдо тизимида маҳсулотни сертификациялаш синовини ўтказиш тартиби устидан назорат ўтказишнинг махсус ташкилотларини ташкил қилиш.

МАХСУС КРЕДИТ ТАШКИЛОТЛАРИ (инглз. special credit institutions) – аниқ у ёки бу кредитлаш соҳасида ихтисослашган банк ва банк берадиган ташкилотлар.

МЕМОРАНДУМ (инглз. Memorandum) – халқаро савдо амалиётида қўлланувчи ёзув тури бўлиб, бирор масала юзасидан хабарнома, қайсиднр ҳолат ёки факт (битим тузиш суҳбати, тушган имкониятлар ва бошқа)ларни ўз ичига олади.

МЕНА (инглз. Exchange, barter) – товар айрибошлаш битимлари-қиммати теиг товарларни бир-бирига айрибошлаш. Бу ҳолда икки томон ҳам сотувчи, ҳам харидор сифатида майдонга чиқади. Айрибошлашда пул тўланмайди.

МЕНЕЖЕР (инглз. manager) – корхона, фирма, банк раҳбари ҳамда ташкилотчи, бошқарувчи, кордииатор, ҳамма нарсага жавоб берувчи, алоҳида хўжалик мустақиллиги билан ажралиб турувчи шахс.

МЕНЕЖМЕНТ (инглз. Management) – корхонанинг молиявий, хом ашё материал ва интеллектуал ресурсларини бошқариш, самарали фаолият олиб бориш ва фойда олишнинг билиш жараёни.

МЕРОСГА СОЛИНАДИГАН СОЛИҚ (инглз. Interitance tax, estate duty) – васият асосида қолдирилган мулкниинг умумий қийматидан қонун белгилаган минимум ошган тақдирда олинадиган солиқ. Баъзан марҳумга қариндошлик ёки яқиниликнинг камайиши билан унинг миқдори ошиши мумкин.

МЕЪЁРЛАШТИРИЛГАН АЙЛАНМА ВОСИТАЛАР (инглз. Normative circulating assets) – товар-моддий бойликлар минимал захираларнни яратиш, ишлаб чиқаришни ва маҳсулотни сотишни узлуксиз таъминлаш мақсадида режалаштирилган айланма воситалар.

МЕҲНАТ РЕСУРСЛАРИ (инглз. Labour rtsources) – иш жараёнида иштирок эта олувчи жисмоний ва руҳий қобилиятларига эга мамлакат аҳолисининг бир қисми. Меҳнат ресурслари ишга қобилиятли аҳоли миқдорини кўрсатиб мамлакат иқтисодий потенциалииинг муҳим элементи ҳисобланади.

МИКРО ВА МАКРОИҚТИСОДИЁТ (инглз. Micro-and macroeconomy) – ривожланган мамлакатлар илмий адабиётида кенг тарқалган тушунча. Иқтисодиётни бошқаришнинг турли даражаларидаги ҳолатини таҳлил қилишда қўлланилади, юқори (жами хўжалик-макро иқтисодиёт) ва қуйи (хўжалик ечимларини корхоиа, фирмани бошқариш даражасида ҳал

қилиш-микро иқтисодиётига) бўлинади. Микро иқтисодиёт бу айрим корхона, хўжалик ёки оила доирасидаги иқтисод. Макро иқтисодиёт – бутун жамият, умумдавлат миқёсидаги ёки миллий иқтисод, турли соҳалар, тармоқлар мажмуидан иборат.

МИКРОИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ (инг. Microeconmic analusis) – иқтисодиёт фаннинг бир қисми бўлиб, у биринчидан, фирмалар, уй хўжалиги каби алоҳида иқтисодий бирликларни, иккинчидан, алоҳида бозорлар, конкрет баҳолар ва товар ҳамда хизматларни таҳлил қилади.

МИКРОМАРКЕТИНГ (инг. Micromarketing) – ҳақиқий потнеционал истеъмолчиларнинг талабларини қондира олган товарлар ишлаб чиқаришга мўлжалланган корхоналар фаолиятини ташкил этиш, алоҳида ташкилот даражасидаги маркетинг.

МИЛЛИЙ БАНКЛАР (инг. National Banks) – 1. Тўлиқ ёки қисман капиталга тегишли ва унинг манфаатлари йўлида ҳаракат қилувчи банклар; 2. АҚШда тижорат банклар ном бўлиб, улар фаолияти федерал қонунлар билан бошқарилади; 3.Баъзи мамлакатларда Марказий банклар шундай номланади; Ўзбекистонда Ташқи иқтисодий фаолият миллий банки.

МИЛЛИЙ БОЙЛИК (инг. National wealth) – жамият ихтиёрида бўлган моддий бойликлар. Ишлаб чиқариш фондлари, ноишлаб чиқариш фондлари, айланма маблағлари ва бошқалар киради.

МИЛЛИЙ ДАРОМАД (инг. National profit) – моддий ишлаб чиқариш соҳаларида бир йилда яигидан яратилган қиймат ёки ялпи ижтимоий маҳсулотнинг ишлаб чиқариш жараёнида истеъмол қилингаи ишлаб чиқариш воситалари қиймати чегириб ташланганда ишлаб чиқариладиган шароитларда жонли меҳнат томонидан яратилиб, ҳам қиймат-пул, ҳам моддий-буюм шаклига эга бўлади. Миллий даромад истеъмол ва жамғарма фондларига бўлинади.

МИНИМАЛ ИСТЕЪМОЛ БЮДЖЕТИ (Minimum consumer budjet) – муайян озиқ-овқат, саноат моллари ва хизматларнинг биркиши ёки оила тирикчилигини таъминлашга етарли бўлган миқдори. Аҳолини қимматчиликдан кўрадиган зарарини қоплаш учун ҳукумат томонидан мамлакатда "истеъмол мажмуи"таркиби аниқланади ва уни қўллаш учуи таклиф этилади.

МИНИМАЛ ИШ ҲАҚИ (инғл. Minimm wages) – корхона эгаси томонидан қонуний асосда хизматчига соатига тўлайдиган энг кам иш ҳақи (унинг ставкаси).

МОДДИЙ ЖАВОБГАРЛИК (инғл. Financial responsibilify) – корхона, ташкилот, муассасага келтирилган зарарнинг ўрнини тўлдириш учун ходимга қўйилган мажбурият.

МОДДИЙ РАҒБАТ (инғл. Financial stimulation) – одамларни меҳнатга қизиқтириш, уларнинг меҳнат фаоллигини оширишга қаратилган иқтисодий шакл ва усуллар тизими.

МОЛИЯ (МАБЛАҒ) (инғл. finances) – пул маблағлари фондлариии ташкил қилиш ва ишлатиш жараёнида иқтисодий муносабатларни акслантирувчи иқтисодий поғона.

МОЛИЯ ВОСИТАЛАРИ (инғл. financial instruments) – бозорда савдо объекти ҳисобланган молия активлари ёки мажбуриятлари (валюта, қимматбаҳо қоғозлар, депозитлар).

МОЛИЯ ЙИЛИ (инғл. financeal year) – 1.Давлат бюджети тузиладиган 12 ойлик муддат (календар йил)га тўғри келмаслиги ҳам мумкин. 2.Компания фаолияти ва солиқлар тўланиши натижалари ҳисобга олинадиган муддат.

МОЛИЯ КАПИТАЛИ (инғл. Financial capital) – монополистик банк капиталининг саноат ёки бошқа хўжалик соҳалари монополистик капитал билан қўшилиб кетиш натижасида юзага келган капитал. Молиявий гуруҳ-бирлашмалар, узоқ муддатли молиявий муносабатлар ва банк, саноат ва бошқа монополиялар алоқаларининг бирлашиши молия капиталининг асосий кўринишидир.

МОЛИЯВИЙ АГЕНТЛАР (инғл. financial agents) – молиявий фирмалар йиғиндиси бўлиб, улар банклар, нафақа ва шу билан бирга суғурта компаниялар кўринишида бўлиши мумкин, уларнинг вазифаси оилавий хўжаликлар пул маблағларини жамғариши ва кейинчалик бу маблағларни тижорат асосида фирмаларга ишлатишга бериш.

МОЛИЯВИЙ ГУРУҲ (инғл. financial group) – молиявий капиталнинг асосий ташкилий шакллардан бири иқтисодиётни хусусий капиталини монополлаштиришнинг юқори босқичи. Уни кўриниши тармоқлараро монополистик саноат-банк-савдо капиталистик оилалар ва гуруҳлари иқтисодиётни турли тармоқларини, умумманфаатларини кўзлаган ҳолда, максимал фойда олиш ниятида бошқаради. Одатда, молиявий гуруҳларни гигант банклари ёки молия-кредит институтлари билан узвий боғланган холдинг компаниялари бошқаради.

МОЛИЯВИЙ ДАРОМАД (инг.л. Financial profits) — давлат хазинасининг даромади.

МОЛИЯВИЙ ЗАХИРАЛАР (инг.л. inancial reserves) — давлат томонидан резервланадиган пул ресурслари. Булар кўзда тутилмаган харажатлар ва аниқ истеъмоллар учун давлат ташкилотлар томонидан резервлаштириладиган пул ресурслардир.

МОЛИЯВИЙ ИНСПЕКТОР (инг.л. financial inspector) — ўзига ажратилган туман чегараларида барча солиқ ишларини олиб борадиган шахсдир.

МОЛИЯВИЙ ИНТЕГРАЦИЯ (инг.л. Fibabcial integration) — солиқ системаси жараёнини мослаштириш ва соддалаштириш, бюджетни классификациялаш, Марказий эмиссион банклар томонидан регионал гуруҳларга кирадиган давлатларнинг ички ва ташқи иқтисодий сиёсатини мувофиқлаштириш мақсадида, кредит институтлари фаолияти устидан назоратни кучайтириш.

МОЛИЯВИЙ ЙИЛ (инг.л. Financial year) — бу шундай даврки, унинг мобайнида тасдиқланган бюджет ҳаракатланади.

МОЛИЯВИЙ КЎРСАТКИЧЛАР (инг.л. Financial proofs) — соҳани ҳар хил тарафларнни кўрсатувчи режаси, ҳисоб-китоб маълумотлари бўлиб, улар пул фондларини яратиш ва улардан фойдаланиш ҳамда корхона, ташкилот ва халқ хўжалиги жамғармалари асосида аниқланадн.

МОЛИЯВИЙ КОМПАНИЯ (инг.л. Financial company) — молия кредит ташкилоти бўлиб, алоҳида тармоқларни кредитлашга ёки молиявий операцияларии бажариши, айрим турдаги кредитларни тақдим этишга ихтисослашган. Молиявий компания 3 турга бўлинади: 1.Узоқ муддат ишлатиладиган товарларни сотишда бўлиб-бўлиб тўлаш бўйича кредитлаш мажбуриятларини диллерлар ва сотувчилардан имтиёзлар билан (скидка) сотиб оладиган компаниялар. 2.Тижорат кредит тизимида хизмат кўрсатувчи молиявий компаниялар. Саноат компаниялари товарни тушираётган вақтда бундай кредитларни бир-бирларига тақдим этишади. 3.Судхўрлик фоизларида индивидуал қарзларга майда ссудалар бериш бўйича ихтисослашган молиявий натижалар.

МОЛИЯВИЙ ҲУҚУҚ (инг.л. Financial law) — ҳуқуқий нормаларнинг йиғиндиси бўлиб, давлатнинг молиявий муносабатлари жараёнида вужудга келган жамият муносабатларини тартиблашдан иборат.

МОЛИЯВИЙ ЛИЗИНГ (инг. Financial leasing) – бу қатъиян белгилаб қўйилган нарх муддати давомида тўланиши назарда тутилган контракт бўлиб, шу нарх муддати арендага берувчининг маблағини амортизация қилиш учун ва унга (яъни арендага берувчи) маълум миқдордаги даромадни таъминлаб беришга етарли бўлиши керак.

МОЛИЯВИЙ МЕХАНИЗМ (инг. Financila mechanish) – молиявий механизмнинг асосий қисми: шакл ва усулларнинг бирлашмаси. Мана шу шакл ва усуллар ёрдамида бўлиниб берилувчи муносабатларнинг кенг тизимлари амалга оширилади, даромад ва тўловлар пайдо бўлади, марказлаштирилган ва марказлаштирилмаган пул фондлари ташкил қилинади ва ишлатилади.

МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАР (инг. Financial relations) – ишлаб чиқариш муносабатларининг асосий бўлакларидан бўлиб, давлат ва алоҳида субъектларнинг пул кўринишидаги иқтисодий муносабатларини ифодалайди.

МОЛИЯВИЙ НАТИЖАЛАР (инг. Financial outcomes) – алоҳида бўлинмаларни ёки умуман ташкилот, уюшма корхоналарнинг пул кўринишида ифодаланган иқтисодий натижалари.

МОЛИЯВИЙ НОРМАЛАР ВА НОРМАТИВЛАР (инг. Financial standars and norms) – молиявий режалаштиришдаги кўрсаткичлар бўлиб, улар молиявий ресурсларни пайдо бўлишини тақсимлаш ва қайта тақсимлаш минимал, ўрта ва минимал меъёрий ўлчовларини кўрсатади.

МОЛИЯВИЙ РЕЖАЛАШТИРИШ (инг. Financial planning) – халқ хўжалигини режалаштиришнинг бир қисми бўлиб, пул ресурсларини давлат томонидан ишлаб чиқариш, тақсимлаш, қайта тақсимлаш ва истеъмол қилиш жараёнларини маълум бир тартибда бошқариш.

МОЛИЯВИЙ РЕСУРСЛАР (инг. Financial resources) – пул маблағлари фондларининг йиғиндиси бўлиб, давлат, ташкилот ёки корхона тасарруфида бўлади.

МОЛИЯВИЙ СИЁСАТ (инг. Financial policy) – иқтисодий сиёсатнинг бир қисми бўлиб, ўз мақсад ва вазифаларини амалга ошириш учун давлатнинг молиясини ташкил этиш ва ишлатиш бўйича тадбирлар йиғиндиси. Унинг кўриниши қуйидаги ҳолларда бўлиши мумкин: молиявий ресурсларни жалб қилиш услуб ва шаклларида, уларни социал гуруҳлар орасида тақсимлаш жараёнида, молиявий қонунчиликда, давлат харажатлари ва да-

ромадлари структурасида. Молиявий сиёсат нул-кредит сиёсати билан чамбарчас боғлиқ.

МОЛИЯВИЙ СИСТЕМА (ингл. Financial system) — молиявий муносабатлариинг йиғиндиси қисқа маъноси – давлатнииг молиявий ташкилотлар тизими.

МОЛИЯЛАШТИРИШ (ингл. Financing) — халқ хўжалигини ривожлантириш, ижтимоий-маданий ишларга, мудофаага ва бошқа жамият истеъмол харажатларини молиявий ресурслар билан таъминланган. Бу жараён уюшмалар ва корхоналар ўз маблағлари ҳисобидан, давлат бюджетидан маблағ ажратиш ва бошқа маибалар ҳисобига амалга оширилади.

МОНЕТАРИЗМ (ингл. Monetarizm) — муомалада бўлган пул таълимотини акс эттиргаи иқтисодий иазария. Монетаризмнинг илк формаси; муомаладаги пул массаси хўжалик конъюнктурасини юзага келишига таъсир этувчи омил бўлиб, муомаладаги пул массасини ўзгариши билаи ялпи миллий маҳсулот миқдори ўртасидаги тўғри алоқа ўрнатилади.

МОИОПОЛ НАРХ (ингл. Monopoly price) — ишлаб чқаришнинг таинархини ҳамда нархларни ошириб, монопол ҳукмроилари юқори даромад олишини таъминловчи ўзгарувчан бозор нархи.

МОНОПОЛИЯ (ингл. monopoly) — давлат, корхона ёки жисмоний шахсларга у ёки бу фаолият олиб бориши учун берилган алоҳида ҳуқуқ; йирик фирмалар, компаниялар ёки уларнинг бирлашмалари; якка ҳокимлик.

МОРАТОРИЙ (ингл. moratorium) — 1) Қарздорнинг ўз қарзини ёки унинг бир қисмиии тўлашии муайян муддатга ёки тегишли шароити келишига қадар кечиктириши; 2) муддатлари келишилмаган қарзлар тўловини тўхтатиш. Одатда, тўланмаган қарзларии узиш шартларини қайта кўриш мақсадларини кўзлайди.

МУАЛЛИФДОШЛИК (ингл. co-futhorship) — 2 ёки ундан ортиқ шахснинг биргаликдаги меҳнати натижасида маҳсулотларга эгалик ҳуқуқини берувчи тушунча.

МУАЛЛИФЛИК ГУВОҲИОМАСИ (ингл. copyringht certificate, author's certificate) — 1) ихтиро бўлганлиги (қилинганлиги); 2) унинг муаллифлигини; 3) ихтиронинг қабул қилинганлигини, маъқулланганлигиии; 4) ихтирога бўлган ҳуқуқни тасдиқловчи ҳужжат.

МУДДАТЛИ ВИТИМ (ингл. term transactions) — бир шахс бошқасига аииқ сонли қимматли қоғозлар ёки товарларни қайт

қилинган курс ёки келишилган муддатда топшириш мажбурияти, харидор учун эса сотувчига келишилган пул суммасини тўлиқ мажбуриятини беради.

МУДДАТЛИ ВЕКСЕЛЬ (инг. time bill, term bill) – муддати кўрсатилган вексель.

МУКОФОТ (инг. Premium, bonus) – тезкор битимлар бўйича мукофот облигация ёки имтиёзли акция ўз номинал қийматидан юқори баҳога сотилганда ортиб қоладигаи сумма опционлар учун эса опцион шартномасига қўл қўйган харидор тўлайдиган нарх бўлиб "опцион мукофоти" деб аталади. Ўз нархидан ортиқ баҳога сотилган облигация ва имтиёзли акцияларни қайтариб сотиб олиш баҳоси ҳам мукофот бўлади.

МУЛК (инг.property) – бирорта нарсага, мулкка эгалик қилиш, эга бўлиш, мулк, мол-мулк, кўчмас мулк (уй; уй аижомлари). Мулкчилик; кишилар ўртасида ишлаб чиқариш воситалари ва меҳнат маҳсулини ўзлаштириш юзасидан пайдо бўлган мулкий муносабатлар. Мулкнинг объекти фуқаро яратган моддий ва маданий бойликлар, табиат бойликлари, интеллектуал меҳнат маҳсули ва меҳнат қобилияти ҳисобланади. Жамиятда мулк турли шаклларда намоён бўлиши мумкин: хусусий, жамоа, давлат, аралаш мулк ва ҳоказо.

МУЛК СОЛИҒИ (инг. property tax) – кўчар ва кўчмас мулкдан тўғридан-тўғри олинадиган солиқ. Солиқ объекти-мулк қиймати, субъекти эса жисмоний ёки юридик шахс ҳисобланади.

МУЛКИЙ ЗАРАР (инг. Material damage) – жисмоний шахс мулкий ҳолатига келтирилган зарар бўлиб, у атайлаб зарар етказиш ёки шартнома шартларини бажармаслик оқибатида юзага келиш мумкин.

МУЛКИЙ СУҒУРТА (инг. Property insurance) – суғурта тури бўлиб, унинг объекти сифатида турли кўринишдаги мулклар: бинолар, иншоотлар, ҳайвонлар, қишлоқ хўжалиги экинлари, уй буюмлари ва бошқалар олинади.

МУЛКЧИЛИК (инг. property) – маълум 1 тарихий шароитда маълум бир жисмоний ёки юридик шахсларга тегишли бўлган маҳсулот ва воситаларга эгалик. Мулк эгаси бу мулкка эгалик қилиш, ундан фойдаланиш ва уни хоҳишига ишлатиш ҳуқуқига эга.

МУТАХАССИС (инг. specialist) – иккита асосий функцияларни бажарувчи биржа аъзоси. 1) Қимматбаҳо қоғозлар бозорида кетаётган ишни нормаллаштиришни қўллаб-қув-

ватлаш; 2) бошқа бир брокерга ишлайдиган брокер сифатида намоён бўлиш.

МУҚОБИЛ САВДО (ингл. countertrade) – сотувчи товар (хизмат) сотиб олиш билан ва аксинча, сотиб олиш сотиш билан мослашадиган тижорат амалиёти. Бунда тўлов товар (ёки хизмат) етказиб бериш билан амалга ошириш кўзланади, битим эса шартнома билан боғланган бир неча товарларга тенг биттаси билан тузилиши мумкин. Муқобил савдо фарқ қилувчи қатор хусусиятларга эга бўлган ташқи савдо шаклларининг кенг кўламини қамраб олади. Бартердан фарқ қилиб, муқобил савдо алмашаётган товарлар баҳосини белгилаш воситаси бўлган пулдан, битимни амалга ошириш жараёнида томонларни молиялаш ва экспорт импорт товарлар алмаштириш актив сальдоси тўлови учун зарур бўлган воситадан фойдаланиш билан боғлиқ. Муқобил савдо шакллари асосида зарурат элементлари ётади, яъни уларга миллий қонунчилик, маъмурий бошқарув, валюта чегараланишлари ва бошқалар зарур бўлади. Муқобил савдонинг кенг тарқалган шакллари муқобил харид, компенсацион битимлар, "свич" битимлари, аванс харид, "офсет" битимларидир.

МУҚОБИЛ ХАРИД (ингл. counter-purchase) – бундай битимда сотувчи харидорга оддий тижорат шартлари бўйича маҳсулот етказиб беради ва ундан шартнома баҳосининг белгиланган фоизи миқдорида муқобил маҳсулот сотиб олиш мажбуриятини олади. Муқобил харид юридик жиҳатдан мустақил, лекин ўзаро боғланган олди-сотди шартномалари тузишни кўзлайди. Муқобил харид шартли равишда икки қисмга ажратилади: биринчидан, сотувчининг контрагент фирмасидан муқобил харид қилиш мажбуриятини кўзловчи бошланғич шартномани тузиш; иккинчидан, сотувчи томонидаи харидорнинг муқобил товарлари импорти учун шартноманинг имзоланиши. Муқобил харид битимлари икки ёки уч шартнома билан расмийлаштирилади. Бундай харидлар Шарқий Европа мамлакатлари, шунингдек, Индонезия, Нигерия, Эрон, Малайзия ва бошқа мамлакатлар амалиётида кенг қўлланилган.

Н

НАЗОРАТ КЕНГАШИ (инглиз. Supervisory council) – акционерлик жамиятини бошқарувини назорат қилувчи орган. У нафақат назорат қилади, балки бошқарув масалаларини ҳам ечади.

НАМУНАВИЙ ШАРТНОМА (инглиз. contract form, model contract) – маълум соҳа амалиётини акс эттирувчи стандарт шароитларни ифодалаган шартнома намунаси (лойиҳаси) бўлиб, бўлғуси битимлар тузиш учун асос саналади. У шартнома тузувчилар томонидан тўлдирилиши ва ўзгартириш киритилиши мумкин. Алоҳида намунавий шартноманинг ўзига хос хусусияти шундаки, у, аввало, навмунавий шакл ишланган маҳсулотнинг хусусиятини акс эттиради. Бундай шартномалар биржалар, савдо ассоциациялари ёки ишлаб чиқарувчилар, йирик фирмалар ва монополиялар томоиидан кўп йиллик тажрибалар асосида ишлаб чиқилади. Намунавий шартнома қисқа муддатда музокаралар олиб бориш имконини беради, алоҳида ҳолатлар бўйича келишмовчиликлар эҳтимолини камайтиради, муносабатларда узилишларни йўқотади, телекс ёки телефакс орқали шартномалар тузишга имкон яратади. Бундан ташқари, намунавий шартнома томонларнинг шартнома матнига киритадиган олди-сотди шартларини ҳам ифодалайди. Савдо амалиётида намунавий шартноманинг бир хил шаклга келтирилгаи ва келишилган қисмлардаи иборат шакли кўп учрайди.

НАРХНИНГ ФОЙДАГА МУНОСАБАТИ (инглиз. PriceFEarnings ratio) – компания молиявий аҳволи асосий кўрсаткичларидан бири. Турли баҳода сотиладиган акцияларни қиёслашнинг оммавий усули. Бу акциялар пакетининг нархи бўлиб, 1 акциядан 12 ой муддатдан фойда олиб туриш учун қилинади. Масалан, ҳар бири 50 доллардан бўлган ва ҳар бири 5 доллардан фойда келтирувчи акциялар 10 фоизли коэффициент билан сотилади.

НАСИЯ АККРЕДИТИВ (инглиз. installment letter of credit) – машина ва жиҳозларни хорижлик харидорларга тижорат кредити йўли билан етказиб бериш мўлжалланадиган аккредитив. Бунда банк-экспортёр ҳужжатлар келтирилгач, юкланган товарнинг тўла ҳақини эмас, балки келишилган қисмини олади, қолган сумма тўлов низомида кўрсатилган муддатлардла тўланади. Агар шартномада белгиланган 100% тўлов баикка ҳужжатлар келтирилгандан сўнг маълум муддат ўтиб тўлаиса

(бундай ҳолатлар тайёр маҳсулотларни сериялаб етказиб беришда кам учрайди), бу муддат аккредитив шартлари ва шартномада кўриб чиқилиши керак.

НАТУРА ШАКЛИДАГИ СОЛИҚ (инг. Tax in kind) – давлат томонидан қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари шаклида олинадиган солиқ тури.

НАФАҚА СУҒУРТАСИ (инг. Pension insurance) – суғурталовчи бирданига ёки бўлиб-бўлиб суғурта бўлагини тўлайди, суғуртачи белгиланган муддат ёки бутун умр давомида суғурталанган нафақани вақти-вақти билан тўлашни ўз зиммасига олади: суғурта рентасининг турли кўриниши.

НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ (инг. Nationalization) – хусусий шахслар буюмларининг давлат мулкига қўшилиши. Национализация катта ва узоқ муддатли қўйилмаларни талаб қилувчи ишлаб чиқариш ва соҳалар ёки дунё кризисидан зарар кўрган ва рентабелсиз корхона сифатида ёпилиш арафасида ташкилотларни назарда тутади.

НЕГОЦИФЦНЯ (итал.Negozio; инг.Negotiation) – халқаро савдода иштирок этиш ёки воситачилик. Масалан, тратт негоциацияси (Negotiation of bills) – халқаро ҳисоб-китобларда жўнатма векселлар сотиб олиш.

НЕГОЦИЯ – тижорат битими, савдо.

НЕТТО БЛАНС (инг. Net-balance) – 1.ташқи савдода мамлакатга олиб кириш ва олиб чиқилган маҳсулотнинг тенглиги. 2.Ҳисоб-китобларда оборот балансига нисбатан сальдо баланси.

НЕТТО НАРХИ (инг.Net price) – сотувчининг олди-сотдида ҳар бир товар харажатидан олган соф ютуғи. Сотиб олувчи учун маҳсулотнинг соф оғирлик нархи ҳар бир товар учун бутун харажати, яъни фоннинг нархи.

ИИЗОМ ФОНДИ (инг. Authoriz fund) – таъсисчилар томонидан ташкилот ва бирлашмаларга доимий сарфлаш учун тақдим этилган моддий ва пул маблағлари мажмуи.

НИКОҲГА ИИСБАТАН СУҒУРТА (инг. Marrige insurance) – бола фойдасига шахсий суғуртанниг бир кўриниши.

ИОМЕНКЛАТУРА (лот. Nomenclatura номлари рўйхати; инг. Nomenclature) – буюмлар, нарсалар, номлар рўйхати, масалан: ҳисоб, товар номенклатураси.

ИОМИ ЁЗИЛГАН ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗ (инг. Private securite) – компания дафтарида эгаси қайд қилинган қимматбаҳо қоғоз. У бошқа кишига эгасининг ёзма розилиги

билангина сотилиши мумкин (сертификатда бу ҳақда ёзув бўлади). Облигация амортизацияси ва фоизга нисбатан олганда биргина амортизацияга нисбатан номи ёзилган бўлиши мумкин. Бунда фоиз чек кўринишда тўланади.

НОМИГА ЁЗИЛГАН АКЦИЯЛАР (инг. registered shares/stocks) – эгасининг ваколати кўрсатилган акциялар. Акция эгасиниг номи ёки исми ёзилиши ва акционерлик жамияти махсус дафтарига қайд этилиши керак. Номига ёзилган акциялар бўйича ҳуқуқни бошқага бериш, унга бу ҳақдаги ёзувни дафтарга киритиш билан амалга оширилади. Жаҳон амалиётида номига ёзилган акцияларни сотиб олувчи, одатда, акцияни олишда ўтказиш ҳақидаги ариза билан бирга цессия бланкасини ҳам имзолайди. Бу бланка акцияга илова сифатида сақланади.

НОМИНАЛ ҚИЙМАТ (инг. Nominal| face value) – 1.Ҳужжатнинг ўнг томонига қўйиладиган, одатда облигация ва сертификатларга белгилаиган ҳуқуқни тасдиқловчи баҳо. 2.Агар гап қарздорлик хусусида борса, унда номинал қиймат тўлов муддати келганда қайтариладиган сумма.

НОМИНАЦИЯ (лот. Nominatio ном; инг. Nomination) – 1.Тилшуносликда иарса, белги ва ҳодисаларни ифодаловчи бирликлар орасидаги муносабат. 2. Сайлов лавозимига қўйиш, мукофот бериш учун иомзодларни тавсия қилиш. 3.АҚШда муҳим масъулиятли лавозимга тайинлаш бўлиб, у сеиатда тасдиқлаиади.

НОМОДДИЙ АКТИВЛАР (инг. intangible assets, goodwell) – корхонанинг фаолиятида унинг низом фондига киритилган, ер, сув ва бошқа табиий ресурслар, бииолар, иншоотлар, жиҳозлардан фойдаланиш ҳуқуқи қиймати. Амортизация (ейилиш) ўлчами корхонанинг тегишли ҳужжатлари асосида аииқланади.

НОРМА ВА НОРМАТИВЛАР (инг. Rates and standards) – минимал талаб даражасида белгиланган, қурилиш ташкилотини тўхтовсиз ишлашини таъминлайдиган пул кўрини-шидаги айланма маблағларининг режадаги миқдори.

НОСОҒЛОМ РАҚОБАТ (инг. Infair competition) – ҳаққоний санъат ва савдо ишларига қарама-қарши турувчи рақобат. Рақобатчининг савдо ва санъат ишларига халақит беради. Тижорат фаолиятида ёлғон маълумот, кўрсатмалар берилиб, булар маҳсулот сифати, тайёрланиш усули ва бошқалар ҳақида иккиланишни юзага келтиради. Бундан

ташқари, буюмларга бошқа ёрлиқларни ёпиштириш, ўзга фирма номидан реклама қилиш, асоссиз маълумотлардан фойдаланиш каби ҳолатлар ҳам носоғлом рақобат белгилари саналади.

ИОТА (лот. Nota белги, изоҳ; инг. Note) – 1. давлатлар орасидаги турли муносабатларни расмийлаштиришда қўлланувчи расмий дипломатик ҳужжати. 2.Компания ёки давлат органи томонидан чиқарилган қисқа муддатли (баъзан ўрта муддатли) қимматбаҳо қоғозлар. 3.Банкнот, кредит билети.

ИОТАРИАЛ БИТИМ (инг. Notarial contrakt) – нотариал шаклда амалга ошириладиган келишувлар. Уларга миллий ҳуқуққа мувофиқ мажбурий нотариал тасдиққа қонун томонидан иотариал шаклда амалга оширилиши мумкин бўлган келишувлар тааллуқлидир. Уларга масалан, сотиш, сотиб олиш шартиомалари, уй-жой ёки транспорт воситасини совға қилиш, гаров ҳақидаги келишув, васиятнома, баъзи ишончнома турлари ва бошқалар киради. Томонлар хоҳишига кўра нотариал ташкилотлари мажбурий нотариал тасдиқ кўзда тутилмаган қонунга зид бўлмаган ҳар қандай келишувларни тасдиқлаб берадилар.

НОТИЖОРАТ КОРХОНАСИ (инг. Non-profit enterprise) – мустақил хўжалик юритувчи юридик шахс ҳуқуқига эга бўлган субъект бўлиб, унинг фаолияти фойда олишга йўналтирилган бўлиб, ижтимоий аҳамиятга молик функцияни бажаришга қаратилган. Бундай ташкилотлар қаторига бюджетдан молиялаштирилувчи (масалан, соғлиқни сақлаш, халқ маорифи соҳалари), шунингдек, фойда келтирмайдиган ташкилотлар (баъзи акционерлик жамиятлари, турли хайрия жамғармалари, товар ва фоиз биржалари) бўлиб, улар ўз хизмат ва маҳсулотларини фақат сарфланган харажатларни қоплаш мақсадидагина реализация қиладилар.

НОТИЖОРАТ ТАШКИЛОТИ (инг. non-profit organijation) – ташкилотчилари ва ходимлари ўртасида олиниган фойдани тақсимлашни фаолиятининг мақсади қилиб олмаган юридик шахс. Нотижорат ташкилоти учун фойда олиш таъкидлаб қўйилмаган, лекин фойда фақат низомда кўрсатилган мақсадлардагина ишлатилиши керак.

НОУ-ХАУ (инг. Hnoow-how) – ишлаб чиқариш сари илмий-техникавий, тижорат, ташкилотчиликка оид билимлар, тажрибалар ва уларга танҳо эга бўлиш. У корхона учун ҳам, шахс учун ҳам муайян устунликни таъминлайди. Ноу-хау па-

тентланмайди, шунинг учун ҳам ноу-хау бўйича шартномада берилаётган маълумотлар сир сақланиши ва бу шарт бузилган тақдирда кўриладиган зарарии қоплаш ҳақида алоҳида банд бўлади. Муайян ишлаб чиқариш жараёнидаги ноу-хау у ёки бу фирманинг мулки ҳисобланади ва шу сабабли олди-сотди қилинади. Одатда, ноу-хау товар сифатида патентлар ва лицензиялар билан биргаликда сотилади, лекин ноу-хау мустақил сотилиши ҳам мумкин. Ноу-хауни лицензия билан бирга сотиб олиш (нархи арзон бўлади) ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш, ишлаб чиқариш сирларини тўлароқ қўлга киритиш, ишлаб чиқаришни ишга туширишда сотувчи фирма мутахассислари иштирокини осонлаштиради.

НОЭЛАСТИК ТАЛАБ (инглз under elastic demand) – баҳолар ўзгаришига қарамай ўзгармас бўлиб қолувчи талаб.

ИУГУЛТРУМ (инглз. Ngultrum) – Бутаннинг пул бирлиги (100 четрумга теиг).

НАҚД ПУЛ КОЭФФИЦИЕНТИ (инглз. Ratio of cash) – банк балансида ифодаланган касса активлари ва қисқа муддатли пассивларининг миқдорий муносабатлари. У тахминий характерда бўлиб, банклар томонидан жорий фаолиятни баҳолаш учун қўлланади. Нормал фаолият кўрсатаётган банкда у ўртача 5-10% ни ташкил қилади. Нақд пулнинг оз улуши банкнинг юксак қадрли қимматбаҳо қоғозларни ушлаб туриш ва Марказий банкнинг давлат мажбуриятлари билан бўладиган операциялар бўйича тавсияларини бажариши билан изоҳланади.

НАҚД ПУЛСИЗ ҲИСОБ-КИТОБ (инглз. payment by cheque) – келишилган талабнома асосида тўловчи ҳисобидан олувчи ҳисобига пулнинг нақд пулсиз ўтказилиши. У маблағларнинг кредит муассасалари ёки уларнинг назорати остидаги ҳаракатини тезлаштиради. Асосий тўлов воситалари турлари, тўлов талабномалари ва топшириқлари, чеклар, аккредитивлар. Банкдаги ҳисобга пул маблағлари ўтказиш шу банкда сақланаётган жамғармалар (банк депозитлари) ёки банк ссудалари ҳисобига амалга оширилади.

О

ОБЛИГАЦИЯ (лат. Obligato-мажбурият) – қийматига нисбатан эгаси қатъий белгилаган даромад келтирувчи қимматбаҳо қоғоз, қарзни қайтариб берпш ва фоиз

тўлашни тасдиқловчи мажбуриятнома, фонд биржаларида сотиладиган қоғозлардаи бири. Облигация аҳоли, корхона ва ташкилотлар қўлидаги пул маблағларини тўплаб, бирор мақсад йўлида сафарбар этиш учун чиқарилади. Облигация асосан, давлат, маҳаллий ва корпорация облигацияларига фоиз шаклида тўланади. Облигациялар, акционерлар мажлисда эгасига овоз бериш ҳуқуқини бермайди. Облигация моддий ёки пул маблағи эвазига кафолатланган ёки кафолатланмаган, яъни облигация чиқарувчиларнинг чин сўзи ва обрўси билаи таъминланган бўлиши мумкин. Облигация конвертирланган ҳам бўлиши мумкин. Бунда облигация эгаси уни бошқа облигацияларга алмаштириб олиш ҳуқуқига эга бўлади. Облигацияниинг бозор нархи унинг номиналидан юқори ёки паст бўлади. Бу облигация чиқарган давлат ёки компаниянинг обрў-эътиборли бўлишига ва банк тўлайдиган фоизга боғлиқ. Облигация нуфузи унинг рейтинги деб юритилади. Рейтинг қанчалик юқори бўлса, облигация нархи шунчалик юқори юради.

ОБЛИГАЦИЯЛАР КУРСИ (инг.л. Banks rate) – облигациялар, масалан, давлат заём облигациялари сотиб олинадиган ва сотиладиган баҳо. Давлат заёмларини чиқаришда облигациянинг иоминал баҳоси белгиланади, бу баҳо облигациянинг давлат томонидан вақтинча қўлланадиган капитал экаилигини тасдиқлайди. Бу сумма давлат қарзи бўлиб облигация эгасига заём пулини қайтаришда тўланади. Давлат бундан ташқари облигацияларии ссуда капитали бозорида сотиш ва сотиб олиш учун эмиссион курс баҳони белгилайди. Облигация курсини белгилашда амалдаги меъёрий ҳужжатлар асосида тартибга солинади. Облигациялар курси номинал фоизга, ссуда фоизи ҳажмига ва умумий конъюнктурага боғлиқ бўлади.

ОБЛИГАЦИЯЛАРНИНГ НОМИНАЛ ҚИЙМАТИ (инг.л. Nominal value of bonds) – облигацияда кўрсатилган, давлат томонидан уиинг вақтинча қўлланиши, маълум капитал экаилигини тасднқловчи қийматдир. Облигацияларниинг номинал қиймати давлат қарзига киради ва облигация эгаларига унинг қиймати тўланади. Облигацияларниинг номинал қийматига фоиз ҳисоблаб чиқилади. Номинал қийматдан ташқари давлат заём чиқаришда эмиссион курсни – облигацияларнинг банк орқали сотилиш баҳосини белгилайди.

АЙЛАНМА СОЛИҒИ (инғл. Tax on turnover) – халқ истеъмоли товарлари ишлаб чиқаришиинг охирги босқичи қийматига солинадиган солиқ. Айланма солиғининг камчилиги шуки, у барча товарларга эмас, балки технологик занжирнинг охиридаги маҳсулотларга нисбатан солинади (яъни, бу солиқ музлаткич ва автомобилларнинг хом ашёси бўлган темир, рудага эмас, уларнинг ўзларига солинади). Бу солиқ ўрнига қўшимча қиймат солиғи ўтилган.

АЙЛАНМА СОЛИҒИ БЎЙИЧА ҲИСОБ БЕРИШ (инғл. tax on time-over report) – маълум муддатдаги тўловлар суммаси ҳисоби, қайта ҳисоб-китоб ва бюджет билан сальдо ҳисоб-китоби жамини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими.

АЙЛАНМА СОЛИҒИНИ РЕЖАЛАШТИРИШ (инғл. Planning of tex on turnover) – бюджетни режалаштиришнинг асосий таркибий қисми, мамлакат ижтимоий-иқтисодий режа кўрсаткичларига мос равишда амалга оширилади.

ОБУНА (инғл. subscription) – инвестиция диллери орқали янги чиқарилган қимматли қоғозларни сотиб олиш ва уларни ташкилотчи инвесторларга қайта сотиш. Бу ҳолатда диллер обуначи бўлиб ҳисобланади.

ОБУНАЧИ (инғл. subscriptor) – опцион сотувчиси. Опционда сотувга беришга мажбур ёки опцион асосида ётувчи бойликларни давомида олдиндан келишилган нархда амалга оширилади.

ОБЪЕКТНИНГ ҚУРИЛИШ МУДДАТИ (инғл. Building period) – объект иншоотининг шартномада кўрсатилган муддати бўлиб, шартноманинг кучга кирганидан бошлаб объектни ишга туширишга тайёр эканлиги тўғрисидаги сўнгги ҳужжатнинг берилишига қадар давом этган муддат.

ОВЕРВОТ (инғл. overbought) – хариднинг катта миқдорнга кўра бирон хил товар нархининг кескин ортиб кетиши (кўпинча қимматли қоғозларга оид ишлатилади).

ОВОЗ ВЕРУВЧИ АКЦИЯЛАР БАСИЙЛИГИ (инғл. Trust on voting shares) – акция эгасининг овоз ҳақидаги траст-шартномада ёзилган шартлар бўйича мустақил траст-компания васийлигига ўз акцияларини ўтказиши. Васий акционерга траст-сертификат беради, унга кўра акционерлар овоз бериш ҳуқуқидан ташқари барча ҳуқуқи васийга ўтади. Вундай васийликка мурожаат қилиш кўпинча молиявий кризисни бошидан кечираётган корпорацияларни қайта ташкиллантиришда амалга оширнлади.

ОВОЗ ҲУҚУҚИ (ингл. Right to vote) – оддий акциялар эгаси бўлган акционерларнинг компания маблағидаги ҳиссаларини ҳисобга олган ҳолда компания иш-масалаларини овозга қўйишда иштирок этишлари кўп оддий акциялар акцияга 1 овоз беради. Имтиёзли акциялар эгалари шундай акциялари учун дивиденд олмай турган маълум муддатларда овоз ҳуқуқига эга бўладилар. Акция эгаси ўз овоз ҳуқуқини бошқача бериши ҳам мумкин.

ОДАТ (ингл. custom) – давлатлар томонидан юридик мажбурий характерга эга деб тан олинган учиш ва фазода фаолият кўрсатиш борасидаги халқаро амалиётда юзага келган ахлоқ иормалари.

ОДДИЙ АКЦИЯ (ингл. ordinary shareFstock) – ҳар бир акциядорга пропорционал миқдорда дивиденднинг тақсимланишини таъминлайдиган акция.

ОДДИЙ ВЕКСЕЛЬ (ингл. promissory note) – қарз мажбурияти. Қарздор томонидан белгиланган суммани кўрсатилган муддатда тўлаш ҳақида ёзиладиган ва имзолаиадиган ёзма мажбурият. Маълум муддатга маҳсулот битимлари тузишда, шунингдек, қарзии тўғридан-тўғри олишда махсус таъминотсиз тижорат қоғози кўринишда қўлланади.

ОЖИЗ БРОКЕР (ингл. blicnd briker) – бундай брокер операцияда иштирок этувчиларнинг номини яшириб, фақат ўз номидан иш кўради.

ОИЛА ПУДРАТИ – индивидуал оила меҳнатига асосланган хўжалик юритиш шакли.

ОЛДИ-СОТДИ ШАРТНОМАСИ (ингл. sale-and purchase contract) – шартномаларнинг кенг тарқалган тури бўлиб, унга кўра сотувчи харидорга мулкни ўтказиш, харидор мулкни қабул қилиб, унга маълум пул маблағини тўлаш мажбуриятини олади. Кўпинча ҳуқуқий ҳужжатларда шартноманинг объекти ва баҳосига эътибор берилади. Лекин халқаро тижорат амалиётида пулсиз олди-сотди шартномаси ҳам мавжуд. Бундай ҳолатда баҳо жорий, биржа ёки бозор битимларига асосан аниқланади.

ОЛИБ КИРИШ ВА СОЛИБ ЧИҚИШ ПОШЛИИАСИ (ингл. export and inport duties) – давлат томонидан олиб кетилаётган (экспорт) ва олиб келинаётган (импорт) маҳсулотлардан олинадиган ҳақ. Уни йўлга қўйиш билан давлат ишлаб чиқарувчилар маифаатини ҳимоя қилиб ёки фискал мақсадларда олиб келинаётган маҳсулот баҳосига таъсир кўрсатади.

ОЛИГАРХИЯ (инглиз. Oligarchy) – бир тўда шахсларнинг ёки гуруҳларнинг (бойлар, ҳарбийларнинг) сиёсий ва иқтисодий ҳукмронлиги бўлган тизим.

ОЛИГОПОЛИЯ (инглиз. Oligapoly) – бир неча йирик компания, фирмани ишлаб чиқаришда ва бозрда ҳукмронлик қилиши, олигополия назарияси-монопол ҳукмронликни инкор этувчи иқтисодий назария, ҳар бир хўжалик тармоғида битта эмас, бир нечта йирик фирмалар ҳукмронлик қилади деган ғояни олдинга суради.

ОЛТИИ АКЦИЯЛАР (инглиз. golden shares) – 1.Алоҳида овоз ҳуқуқига эга бўлган акциялар. Уни чиқаришда келишилган муддатда (одатда 3 йил) унинг эгасига акционерлик жамияти низомига ўзгартиш ёки қўшимчалар киритиш ҳақида, уни қайта тиклаш ёки бартараф қилиш ҳақида, унинг бошқа ташкилотларда иштироки ҳақида, гаровга ёки ижарага бериш ҳақида вето юклашни таклиф қилади. Олтин акциялар – акционерлик жамияти устидан давлат назорати қуроли. Бундай акцияларнинг бир қисмини давлат ҳукумат қарори билан йирик монополистлар ёки мудофаа саноати ташкилотларини хусусийлаштириш мақсадида ўзида қолдиради. Кўп-гина мамлакатларда (масалан, Англияда) бундай акциялар давлат томонидан миллийлаштирилган ташкилотлар савдоси учун чиқарилади. 2.ЖАР ва Австралия олтин қазувчи компаиияларн акциялари.

ОЛТИН БЛОКАДАСИ (инглиз. Gold blockade) – олтинни иқтисодий изолация мақсадида тўлов воситаси сифатида ишлатишдан бош тортиш.

ОЛТИН ВАЛЮТА (инглиз. Gold currency) – бевосита олтинга алмаштириладиган пул бирлиги.

ОЛТИН ЖАМҒАРМАСИ (инглиз. Gold reserves) – мамлакатнинг марказий эмиссия банкида ёки хазинада қуйма (ёмби) ва танга шаклида тўпланган олтин резерв фонди. 80-йиллар охирида ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар олтин ғамламаси 30 минг тоннадан кўпроқни ташкил этди. Шундан 83% 20 та ривожланган капиталистик мамлакатларга, шу жумладан, 55% тўрт давлат – АҚШ, Германия, Швейцария ва Францияга тўғри келади. Ўзбекистон ўз олтин ғамламасини барпо этаётган давлатлар жумласига киради.

ОЛТНН КВОТА (инглиз. Gold quota) – халқаро валюта жамғармасида аъзо мамлакатнинг олтин билан тўланадиган бадали.

ОЛТИИ ПАРИТЕТИ (инг. gold parity) – 1) мамлакат пул бирлигида давлат томонидан белгиланган ва қонунда қайд этилган соф олтин миқдори (оғирлиги); 2) икки пул бирлигининг олтин таъминоти сифатида белгиланган соф олтии миқдорига кўра нисбати. Пул бирлигининг олтин миқдори (олтин паритети) – олтин "нархи" олтиннинг муайян бир оғирлиги бирлигига, масалан, граммига тўланадиган қоғоз пуллар асосида белгиланади. Масалан: АҚШ 1 доллари олтин таъминоти 0,818513 г соф олтинга теиг бўлди.

ОЛТИИ ПУЛ (gold pool) – АҚШда еттита Ғарбий Европа мамлакатлари билан биргаликда тузилган махсус давлатлараро ташкилот. Уиинг мақсади олтиннинг бозор нархларини расмий баҳо даражасида барқарорлаштириб туриш учун Лондон олтин бозорнда ҳамжиҳат ҳаракат қилишдан иборат.

ОЛТИИ СЕРТИФИКАТЛАРИ (инг. Gold certificates) – банкда олтиннинг депонент қилинганлиги тўғрисидаги гувоҳнома.

ОЛТИИ СТАНДАРТИ (инг. Gold standart) – пул тизими бўлиб, унда ҳар қандай пул бирлиги қонун йўли билан ўрнатилган олтин қийматига эга ва олтинга алмаштирилади: олтнн стандартда валюта курслари турғун бўлади ва ташқи тўлов сальдоси олтинни киритиш ва чиқариш билан тартибга солинади.

ОМБОР ТАРМОҒИ (инг. new warehous) – товарии сотиш давригача сақлаш учун ташкилотда яратилади. Сақлашни ташкил қилишдан мақсад товарни ишлаб чиқариш ва ундан фойдаланиш цикллари кам ҳолларда бир-бирига мос келади.

ОМБОР ТИЛХАТИ (инг.receipt for warehouse) – сақлаш учун товарни олганликни тасдиқловчи ҳужжат.

ОМИИУБИС ҲИСОБИ (инг. Omnibus account) – Буюк Британиядаги шундай ҳисобки, унга кўра бир биржа брокери бошқаси билан биринчи мижоз ҳисобига операцияларни олиб боради. Бундай ҳисобда 2 ёки ундан ортиқ шахслар бирлашади.

ОМОНАТ (араб. омонат) – шартномани таъминлаш учун гаровга олиигаи шахс. Атама Қадимги Русда (Александр Невский омонат бўлган) ва қатор шарқ мамлакатларида – қўлланилган.

ОМОНАТ ҲИСОБИ (инг. saving account) – аҳоли пул жамғармаларига мўлжалланган банк ҳисоби ҳозирги кунгача аҳоли учун шундай ҳисоб очувчи ва уни олиб борувчи асосий молиявий идора бўлиб қолаётган жамғарма банклари амалиё-

"офф-шор" марказлари (бозорлари) деб шундай марказлар айтиладики, у ерда (миллий ва халқаро) кредит ташкилотлари ўша мамлакат учун норезидент бўлган хорижий валюта (Евровалюта)да операцияларни амалга оширади. Ссуда маблағининг ички бозори ташқи (халқаро бозордан) резидент ҳисобини норезидент ҳисобидан ажратиш, норезидент ҳисобии солиқ имтиёзлари билан таъминлаш, валюта назоратидан озод қилиш каби йўллар билан ажратиб қўйилади. Шундай қилиб "офф-шор" марказида бўлган кредит ташкилотлари ўша мамлакатдан ташқаридаги операцияларни амалга оширишда ўша жойдан фойдаланади холос, аслида у мамлакат миллий иқтисодининг ажралмас қисми бўлиб ҳисобланмайди.

ОЧИҚ ҲИСОБ-КИТОБ (ингл. open account) – етказиб берилган товар ёки кўрсатилган хизмат учун тўлов шаклларидан бири. Унинг мазмуни шундан иборатки, хорижий харидорга товар ҳамда товар ҳужжатлари жўнатилади, импортёр тўловни шартномада кўзда тутилган муддатларда амалга оширади (ҳар ойда, ҳар кварталда ёки ҳар 6 ойда). Агар тўлов муддати 1 ойдан ортиқ муддатга мўлжалланган бўлса, у деб эмас кредит йўли билан тўлаш деб тушунилади. Тўловнинг очиқ ҳисоб тури капиталистик давлатларда ички савдо-сотиқда кенг қўлланилади. Ташқи савдо соҳасида эса очиқ ҳисоб тури кескин чегараланган чунки экспортдан пул олиш кафолати унчалик ишончли эмаслиги учун самарасиз ҳисобланади. Очиқ ҳисоб бўйича ҳисоб-китоблар экспортёрнинг ўз контрагентига олий даражадаги ишончини билдиради ва асосий қуйидаги ҳолатларда қўлланилади: 1) 1 та фирманинг турли мамлакатлардаги фирмалари ўртасида, 2) узоқ муддатдан бери савдо қилиб келишаётган яхши таниш алоҳида фирмалар ўртасида, лекин сотиб олинаётган товар маҳсулоти кўп бўлмаган ҳолларда, 3) комиссион ва консигнацион операцияларда. Очиқ ҳисоб бўйича ҳисоб-китоб қилинганида импортёрга товар ва унинг ҳужжатлари жўнатилиб бўлингандан сўнг экспортёр ўз қарздорлик (очиқ харидор дебети ҳисобига) китобига ёзиб қўяди, импортёр ҳам ўз навбатида шундай ёзувии ўз дафтарига экспортёр ҳисобига қайд этади. Товар учун банк жўнатмаси, чек ёки вексель сифатида ҳақ тўлангандан сўиг бу ҳақда экспортёр ва импортёрлар ўз дафтарларига ёзиб қўядилар.

ОЧИҚ ТУРДАГИ ҲИССАДОРЛИК ЖАМИЯТИ (ингл. Joint-stock corporation) – бу шундай акционерлик жамиятики,

тида одатдаги стандарт омонат ҳисобларидан ташқари қатор қўшимча хизмат кўрсатувчи ҳисоблар ҳам мавжуд: қисқа муддатли жамғармалар улар оширилган йиллик фоизларни таклиф этади ва унинг эгаси маълум муддатгача пулни қайтариб олмаслик мажбуриятини олади. Яна ютуқли омонатлар ҳам мавжуд бўлиб, уларнинг қатнашчилари мунтазам пул лотореялари тиражларида иштирок этадилар шундай ҳисобда турган барча фоизларининг умумий суммаси йўналади.

ОПЕРАЦИОН ЙИҒИМ (инглз. transaction charge) — ҳар бир битим учун биржанинг ҳисоб палатаси томонидан тўланадиган тўлов. Фонд биржасида операцион йигим одатда сотув баҳосида ташкил этади.

ОПЕРАЦИЯ ТАНАЗЗУЛИ (инглз. operating crash) — фонд биржаларининг шундай ҳолатики, унда биржа аъзолари операциялар ҳажмиининг ўеиб боришини самарали бошқаролмай қоладилар. Бу ҳолатда баъзи брокерлик фирмалари олди-сотдининг вақти ва ҳажмини аниқлашда, қимматли қогозларни етказиб беришда, келишилган битимлар асосида нақд-пул ҳисоб-китобларини амалга оширишда хатога йўл қўядилар.

ОПЕРАЦИЯ ХАРАЖАТЛАРИ (инглз. operating expenses) — 1.Ихтисослашган ташкилотни таъминлаб туриш учун сарфланадиган харажатлар бўлиб, уларнинг вазифалари қаторига умумдавлат характеридаги тадбирларни ўтказиш ҳам киради. 2.Ишлаб чиқаришни кенгайтириш билан бевосита боғлиқ бўлган бирлашма харажатлари бўлиб, улар маҳсулот таннархига кирмайди. 3.Бюджет ташкилотларининг фаолият хусусиятини акс эттирувчи асосий харажатлар.

ОРДЕР (инглз. order) — қимматли қоғозлар савдосида 2 хил йўналиш бўлади: 1) қимматли қоғозларга эгаликка гувоҳлик берувчи сертификат; 2) ўша компаниянинг қўшимча акцияларини сотиб олиш ҳуқуқини берувчи сертификат. Ордер ҳуқуқдан кўра узоқроқ яшайди (чиқарилганидан бошлаб 1 дан 1 неча йилгача) ордер олди-сотди, объекти, яъни қимматли қоғоз тури ҳисобланади.

ОФСЕТ КЕЛИШУВ (инглз. Offset del) — ўзаро савдо фирмаларидан бири бўлиб, товар ва хизматлар алмашинувига таклиф қилиш билан бирга турли хил имтиёзлар ва хизматларга капитал қўйиш имконини беради. 2) Келишув бўлиб томонларни фьючерс биржасидаги мажбуриятларни тўхтатади.

ОФФ-ШОР (инглз. pff-shore) — жаҳон молия марказлари, шунингдек, баъзи операция турларини ифодаловчи атама

унинг акциялари очиқ савдога чиқади ва улар очиқ обуна сифатида таъсисчилар қарорига мувофиқ тарқатилиши (сотилиши) мумкин.

ОЧИҚ ҲИСОБ-КИТОБ (инг. Open account) — Ташқи савдодаги ҳисоб-китоб шаклларидан бўлиб, ундан экспортчи доимий импортчига шартномада шартлашилган муддатларда импортчи томонидан амалга оширилиши керак бўлган товар ва тўлов ҳужжатларини жўнатади. Агар тўлов муддати бир ойдан ортиқ бўладиган бўлса, бундай ҳисоб кредит ҳисобланади. Бундай ҳисоб экспортчи томон учун кам манфаатли ҳисобланади, чунки экспорт кирими ҳақида аниқ белгиланган кафолати бўлмайди.

ОЧИҚ ШАРТНОМАЛАР (инг. open contracts) — кун охиригача тугатилмаган биржа мажбурияти. Кун охирида сотилган, лекин қайтариб сотиб олинмаган ёки сотиб олинган лекин йўқ қилинмаган шартнома очиқ шартнома бўлиб ҳисобланади. Кун охиригача сотиш ёки сотиб олиш бўйича тугатилмаган шартномалар тенг бўлади. Шунинг учун фақат сотиладиган ёки фақат сотиб олинадиган шартномалар ҳисобланиб нашр этилади.

П

ПАГАМЕНТ (инг. cosh paument) — нақд пул билан тўлаш.

ПАЙЧИЛИК БАДАЛИ (инг. shares oleposit) — ширкат ташкилоти аъзосининг аъзолик бадали, кооператив мулк асосини ташкил этади, пайчилик бадаллари пул ёки қимматли моддий бойликлар шаклида берилиши мумкин ва улар аъзонинг кооперативдан чиқиши, унинг тугатилиши ёки унинг барча қарзлари тўланиб бўлган ҳолларда эгасига қайтарилади.

ПАЙЧИЛИК ГУВОҲНОМАСИ (инг. Share certificate) — юридик тилхат кучига эга бўлган пайчиларнинг таъсис тўловлари тўлаш ҳақида ёзма гувоҳнома. Акцияда фарқ қилиб, қимматбаҳо қоғоз эмас ва совдо-сотиқ буюми ҳам бўла олмайди. Пайчилик гувоҳномасида иштирокчининг пай Vu белгиланади.

ПАКЕТ (инг. block of shares) — қимматли қоғозлар пакети, одатда 1.000 ёки ундан кўп акцияларга тенг бўлган қимматли қоғозлар битими.

ПАЛАТА (инглз. chamber) – ваколатли органлар ёки улар қисмларининг номи, шунингдек, баъзи жамоат ва давлат ташкилот, идора ва корхоналарининг номи.

ПАРАЛЛЕЛ КЕЛИШУВ (инглз. Parallel deal) – иккита контракт базасида товар алмашинуви тури бўлиб, сотувчининг контр сотиб олиш мажбурияти.

ПАРАФИРЛАШ (инглз. Parallel deal) – музокаралар натижасида тузилган шартномага розиликнн тасдиқлаш шакли; бунда томонлар вакиллари шартнома охирига ёки ҳар бир варағига исм ва фамилияларини бош ҳарфларини қўйиб чиқадилар.

ПАРИТЕТ (инглз.Participle of exchange, par; parity) – 1) денгиз транспортида юкларни ташиш (бартер) шартномасида фрахтчининг юкини тушириш, ортиш, юкни бошқаси билан алмаштириш ҳуқуқи; 2) биржа битимидаги шарт; 3) компанняни ўз хизматчисига акцняни қатъий баҳода сотиб олиш ҳуқуқини бериши.

ПАРИТЕТ НАРХ (инглз. parity price) – қишлоқ хўжалик маҳсулотлари иархи бўлиб, фермерга ҳар йили бир хил миқдордаги ўз товарига, шунга тенг миқдордаги қишлоқ хўжалигига оид бўлмаган товар ёки хизмат турини сотиб олиш имконини берувчи пул даромади.

ПАРТИЕР – МАМЛАКАТ МУРОЖААТИ – расмий ҳужжат бўлиб, партнер – мамлакатнинг бошқа мамлакатга иқтисоднинг маълум бир соҳаси бўйича объект қурилишида, алоҳида оширишда ёрдам кўрсатишини сўраб мурожаат қилиши бўлади.

ПАРЦЕЛЬ (инглз. parcel) – юкнинг кичик партияси.

ПАССИВ (инглз. liabilities) – ташкилот қарз ва мажбуриятлари йиғиндиси.

ПАССИВ (САВДО) ВАЛАНСИ (инглз. passive trade balance) – мамлакатга товар киришининг чиқиб кетишидаи устун келишн.

ПАТЕИТ (лот. Patens-гувоҳнома, ёрлиқ) – 1) хусусий тарзда бирор фаолият билаи шуғулланишга рухсат берувчи гувоҳнома. Патентнинг ўзи ёки ундан фойдаланиш (лицензия) олди-сотди қилинади. Соҳибкорлик учун патентларни молия органлари беради. Патент билан майда хусусий ишлаб чиқаришга рухсат берилади. 2) илмий кашфиёт ихтирога муаллифликни тасднқловчн ва ваколатли давлат органлари берган гувоҳнома. Ихтнрочининг ўз ихтиросига мутлақ эгалик ҳуқуқини беради. Патент

давлат томонидан маълум бир муддатга берилади. Давлат патент хизмати уни бергани учун пошлина (хизмат ҳақи) олади.

ПАУШАЛЬ СУММА (нем. Pa uschal – улгуржи) – савдо келишувида таркибий қисмларга ажратмаган ҳолда товар тўпига, муайян ҳикматлар ва б.га бир йўла тўланадиган умумий сумма.

ПЕНСИЯ (инглл. pension) – мунтазам тўловлари бўлиб, фуқароларга маълум ёшга етгаида, инвалидлик рўй берганда, боқувчисини йўқотганда ҳамда ҳукумат олдидаги алоҳида хизматлари учун тўланади.

ПЕНСИЯ ЖАМҒАРМАЛАРИ (инглл. pension funds) – ишчи ва хизматчиларга пенсня ва нафақалар тўлаш учун хусусий ва давлат корпорациялари, фирмалар ва ташкилотлар томонидан ташкил этиладиган жамғармалар.

ПЕНЯ (лот. Poena, инг. Fine) – мажбуриятни ўз вақтида бажармаганлик учун жарима.

ПИЛЛАПОЯСИМОН БАҲОЛАР (инглл. Stepped prices) – серияли чиқарилишига мўлжалланган маълум саноат-техника маҳсулотига қўйилган нарх бўлиб, у ишлаб чиқаришнинг ортиши, чиқимнинг камайиши ва маҳсулотнинг маънавий эскириши билан мунтазам равишда пасайиб боради.

ПОЗИЦИЯ (инглл. position) – 1.Аҳвол; қимматли қоғозлар бозорида ёки товар бозорида мижоз шартномалари бўйича баландлашга ёки насайишга ўйин ўтказилаётганда ҳали тугатилмаган тезкор битимлар суммаси. 2.Жўнатишга тайёр қилиб қўйилган товар маҳсулоти. 3.Фьючерс шартномаси бўйича маҳсулот етказиб беришга рухсат этилган ой.

ПОЛ (инглл. Floor) – биржада битим тузишга рухсат этилган жой миқдорининг мавжуд бўлиш ҳолати бўлиб, улар ўзаро рақобат қилиб турадилар.

ПОЛИС (итал. Polizza-тилхат) – суғурта органи (суғурталовчи ҳужжат бўлиб, суғурта битимини тасдиқлайди.

ПОРТ ЙИҒИМИ (инглл. Harbour due) – ўрнатилган ва расмий қабул қилинган таърифлар бўйича ҳисобланувчи, портдаги кемалардан ва юклардан олинадиган тўлов. Порт йигими рўйхати ҳар бир мамлакатларда аниқланади, баъзида эса алоҳида портда аниқланиши мумкин. Порт йиғими давлат ва маҳаллий йиғимларга бўлинади. Олинадиган шартларга кўра, порт йиғимлари мажбурий ва мажбурий бўлмаган йиғимларга бўлинади.

ПОРТО-ФРАИКО (итал. Porto franco) – денгиз бўйи райони, шаҳри ёки порт бўлиб юк киритиш ёки юк олиб чиқиш учун солиқ солинмайди (озод зона).

ПОРТФЕЛ ИНВЕСТИЦИЯЛАРИ (инг. Portolio investment)) – хорижий мамлакат саноат, қишлоқ хўжалиги, транспорт, кредит ва бошқа ташкилотларига узоқ муддатга капитал киритиш одатда бу нарса хорижий акционерлик компанияларининг акция ва облигацияларини сотиб олиш йўли билан амалга оширилади.

ПОТЕНЦИАЛ ТАЛАБ (инг. Potential demand) – харид қобилияти ва потенциал истеъмолчилар сонига қараб аниқланган талаб.

ПОЧТА ДЕКЛАРАЦИЯСИ (инг. postal declaration) – хорижга жўнатилаётган қимматбаҳо ва пул пакетларига уларнинг мазмуни, қиймати ҳақида илова қилинган почта ҳужжати.

ПОШЛИНА (СОЛИҚ) (инг. Dudy, tax) – пул йиғими бўлиб, муқобил давлат ва бошқа органлар томонидан йиғиб олинади, бу ўша давлат қонунчилигида кўзда тутилган бўлади. Божхона солиқлари ва давлат ички солиқлари мавжуд.

ПРЕЙСКУРАНТ БАҲОЛАР (инг. List prices) – махсус маълумотнома-прейскурантда белгиланган саноат ва қишлоқ хўжалик маҳсулотларининг баҳолари. Одатда, режали иқтисодда муҳлати кўрсатилмай, 5 йилдан кам бўлмаган муддатга белгиланади.

ПРИНЦИПАЛ ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инг. Principal operations) – диллер томонидан қимматли қоғозларнинг ўз номига ва ўз ҳисобидан қайта сотиш учун олиниши. Бундай операциялардан тушган даромад диллер даромадини ташкил қилади.

ВАШОРАТЛАШ (инг. Forecasting) – мамлакат ёки унинг айрим вилоятларидаги иқтисодий вазиятни, соҳаларни илмий асосда олдиндан кўриш, у ёки бу вазиятга эришишнинг альтернатив йўллари, услублари ва муддати ҳақида фикр юритишдир. Бошқарув жараёни вазиятни таҳлил қилиш, иқтисодий ривожланиш перспективаларини баҳолаш, илмий-техник ва ижтимоий ривожланишни баҳолашдан иборат. Режалаштиришнинг кенг тарқалган шаклларидан бири, режалаштириш, аввало, индикатив планлаштириш билан боғлиқ башоратлаш муносабатини таъминловчи дастур, қурилиш ва услублардир.

ПРОЛОНГАЦИЯ (инг.л. Prolongation) – шартномани бажариш муддатининг, ваколат муддатиниг ва ҳоказоларниг узайтирилиши.

ПРОМПТ (инг.л. Prompt) – дарҳол етказиб бериш. Тез муддатда амалга ошириладиган чартер.

ПУЛ-САВДО КАПИТАЛИ (инг.л. financial and trade capital) – доимий пул шаклида мавжуд бўлган ва муомаладаги саноат ва савдо капиталининг ажратилган қисми.

ПУЛ (инг.л. money) – ўзига хос товар, барча товарлар қийматининг умумий эквиваленти. Товар қийматини ифодалайди. Турлари металл, қоғоз, кредит, электрон пуллар айрибошлашда умумий восита бўлиб хизмат қилади. Пул уч функция (вазифа)ни бажаради: қиймат ўлчови, муомала воситаси, жамғарма воситаси.

ПУЛ ҚАДРСИЗЛАНИШИ (инг.л. depseciation of money) – муомалада хўжалик айланмаси эҳтиёжларидан ортиқ даражада қоғоз пуллар миқдорининг кўпайиб кетиши, пул массасининг товарлар массасидан устунлиги натижасида товар билан таъминланмаган пулларнинг пайдо бўлиши. Ортиқча миқдорда пул бирликларини муомалага чиқариш, товар ишлаб чиқаришнинг тўлов қобилиятига эга бўлиб ўсишидан орқада қолиши бозорда талабга жавоб бермайдиган товарларнинг кўпайиб кетиши ва бошқа омиллар инфляцияни юзага келтиради. Бундан ташқари, нарх белгилашниг монополлашуви, кредитнинг ҳаддан ташқари ривожланиб кетиши, давлатнинг улкан ноишлаб чиқариш харажатлари, қуролланишга зўр бериши, давлат бюджети тақчиллиги инфляциянинг асосий сабаблари ҳисобланади. Жаҳондаги барча мамлакатларга хос ва халқаро тус олган. Ҳозир Ўзбекистонда ҳам мавжуд инфляция халқ хўжалигидаги нисбатларнинг бузилиши туфайли товарлар танқислиги оқибатида чуқурлашмоқда.

ПУЛ ИСЛОҲОТЛАРИ (инг.л. monetary reform) – мамлакатнинг пул тизимини мустаҳкамлаш учун йўналтирилган давлат қонуний актлари. Пул ислоҳотида эски пул муомаладан олиниб, янгиси чиқарилади, пул бирлиги ёки унинг олтин бўйича мазмуни ўзгаради. Бир пул тизимидан иккинчи пул тизимига ўтилади.

ПУЛ МУОМАЛАСИ (инг.л. money circulation) – маҳсулотлар айланма ҳаракатига, шунингдек, хўжаликда товарсиз тўловлар ва ҳисоб-китобларга хизмат қилувчи нақд ёки нақд пулсиз шаклдаги пул ҳаракати.

ПУЛЛАРНИНГ АЙЛАНИШ ТЕЗЛИГИ (инг. Money circulating rate) – 1 йилда бир марталик ўртача миқдор бўлиб, бунда муомаладаги пуллар умумий массасидан ҳар 1 доллар тайёр товарларни сотиб олишга сарфланади, номинал миллий маҳсулотни муомаладаги пуллар массасига муносабатига тенг.

ПУЛНИИГ ТОВАРЛИ ТАЪМИНЛАНИШИ (инг. Commodity collateral) – товар ва хизматлар массаси бўлиб, аҳоли жамғармаларини ҳосил қилиш ва ишлатиш жараёнини ҳисобга олиб, реализация қилишга мўлжалланган пулли кирим*ларни қоплаш учун давлат томонидан белгиланган нархларда айланмага йўналтирилиши.*

ПУЛИИНГ ХАРИД ҚОБИЛИЯТИ – пулнинг харид қобилияти, пул бирлигининг маълум товарлар сонига айрибошлаш қобилияти. Бу айрибошлаш қиймати товарларнинг қиймати ва баҳосига, олтин (кумуш) қиймати ўзгаришига, муомалада бўлган қоғоз пулларнинг ҳажмига боғлиқ бўлади.

Р

РАД ЭТИШ ИМКОНИЯТИ ҲАҚИДА ИЛОВА (инг. escape clause) – шартнома мажбуриятларидан ёки уига жавобгарликдан озод бўлиш тўғрисидаги шартнома иловаси.

РАСМИЙ ДИЛЛЕР – товарлар, маҳсулотларни олиб сотиш билан шуғулланувчи шахс ёки фирма. Диллер даромади сотиб олинадиган ва сотиладиган товарлар ўртасидаги фарқдан келадигаи тушумдан иборат бўлади.

РАСМИЙ ДИЛЛЕР (инг. authorized dealer) – 1) тижорат банки бўлиб, у бозорга давлат қимматбаҳо қоғозларини чиқаришни таклиф қилади; 2) Муниципиал қимматли қоғозлар бўйича диллер сифатида муниципиал қимматбаҳо қоғозлар (АҚШ) билаи бўладиган олди-сотдиларни тартибга солувчи кенгаш рўйхатидан ўтган банк бўлими.

РАСМИЙ ҲИСОБ СТАВКАСИ (инг. officia; discount rate) – ҳиссали, фоизли миқдор; белгилаиган давр учун заёмчининг кредиторга тўлайдиган фоизли тўлови миқдори.

РАТИФИКАЦИЯ (инг. Ratification) – 1. Давлат ҳокимиятининг олий органи томонидан халқаро келишувни (шартнома) тасдиқланиши. Ратификация шартномага (юридик) ҳуқуқий куч беради. Ратификация ҳар бир давлат томонидан ратификацион ёрлиқларга тўлдирилади. Унда қуйидагилар кўрсатилади, шартнома тексти, ушбу давлатнинг шартномага амал қилиши, зару-

моддий бойликлари ва иш хизматлар акс этган иш ҳақи; реал иш ҳақи номинал иш ҳақи миқдори, баҳо даражаси, олинадиган солиқлар миқдори билан аниқланади.

РЕАЛ ТОВАР (инг. PhysicalFcash comodily, actuals, spot) – омборчига зудлик билан ёки келажакда етказиб бериладиган "FUTURE" шартномасига тескари индивидуал хусусиятларга ва қоидага кўра "off cet" битими билан тарқатиладиган товар.

РЕАЛ ТОВАР БОЗОРИ (инг. Spot market) – фьючерс биржасига қарама-қарши бозор бўлиб, унда нақд товарлар савдоси амалга оширилади. Бунда ҳам зудлик билан етказиб (спот) ва муддат ўтгандан сўнг келажакда етказиб бериш (фьючерс) битимлари тузилади. Реал товар бозорига, шунингдек, ким ошди савдолари, узоқ муддатли шартномалар, телефон-телекс бозорлари, обрўли келишувлар, тендерлар, реал товар биржалари ҳам киради.

РЕВАЛЬВАЦИЯ (инг. Revoluation) – мамлакат пул бирлиги расмий курсини чет эл валюталарига нисбатан ошириш.

РЕВИЗИЯ (инг. inspection) – ташкилот ёки мансабдор шахс фаолиятини тўғрилиги ёки қонунийлигини текшириш маълумотлар мақсадида ўтказиладиган уларнинг хўжалик-молиявий фаолиятлари текшируви (лот. Revisio-кўриб чиқиш, инг. revision). Халқаро келишувни унинг қатнашчилари розилиги асосида ўқитиш, қараш назариясига ўзгартириш киритиш мақсадида кўриб чиқиш.

РЕВОКАЦИЯ (инг. Revocation) – чек берувчининг берилган чекни инкор этиш таклифи.

РЕВОЛЬВЕР КРЕДИТИ – миллий ва жаҳон ссуда капитали бозорларида қўлланиладиган ва тикланиб турадиган кредит тури. У кредит битими тузганларга қўшимча қарз лимити доирасида ва тўлов муддатларида автоматик тарзда берилади.

РЕГИСТР (лот. Registrum-рўйхат, инг. register) – 1. Рўйхат, ҳужжат, қонуний аҳамиятга эга бўлган. 2. Органнинг номи бирон-бир назорат қилиш функциясини бажарувчи (масалан, денгиз ва дарё кемасини қурилиши ва ишлаш соҳасида).

РЕГИСТРАТОР (инг. registrator) – одатда корпарация акциялари эгалари рўйхатини юргазиш мажбуриятини бажарувчи, суммани оширишини таъмиловчи трансткомпания ёки банк.

РЕГИСТРАЦИЯ (инг. registration) – қимматбаҳо қоғозлар тўғрисидаги қонунга мувофиқ қимматбаҳо қогозлар компания

рий имзо ва тамғаларнинг мавжудлиги. Икки томоилама халқаро шартномалар тузилганда томонлар ратификацион ёрлиқлари билаи алмашишади; кўп томонли шартиомаларда қатнашаётган давлатлар ўзларининг ратификацион ёрлиқларини омонатчи давлатларга сақлагани беради. 2. Баъзи бир мамлакатларда (асосан АҚШда) конституцияга киритиладиган ўзгаришларни тасдиқлашнинг ўзига хос йўли.

РАҚОБАТ (лот. Concurrere, дуч келмоқ: ингл. Competition, rivalry) — ишлаб чиқарувчилар истеъмолчилар ўртасида товар сотиш бўйича ўзаро иқтисодий таъсир этиш, ўзаро боғлиқ ва кураш жараёнлари. Баҳони пасайтиришга асосланган баҳоли рақобат ва маҳсулотиинг сифатини такомиллаштириш ва уни сотиш шартларига асосланган баҳосиз рақобат мавжуд.

РАҚОБАТЧИЛАРИИ ЎРГАНИШ (ингл. Study of competitors) — рақобатчи фирмаларни ўрганишда улар ҳақидаги умумий маълумотлар билан бирга, уларниинг фаолиятини таҳлил этиш учун қуйидаги ахборотлар маълум қилинади: рақобатчиларии бозорда тутган ўрни (савдо ҳажми, фирмани мамлакатда ва жаҳон бозоридаги ўрии, мазкур бозордаги ҳиссаси), ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг сифати, баҳоси, рақобатбардошлиги, қадоқланиши, хизмат кўрсатиш ҳолати ва турлари, реклама фаолияти ва савдони барқарорлаш турлари: товар ҳаракати амалиёти (транспорттировка тури, омборлар миқдори, сақлаш шароитлари), маркетинг фаолияти стратегия, ассортимент сиёсати, янги товарлар ишлаб чиқариш бўйича илмий-техника фаолият йўналишлари, хизмат кўрсатиш тармоғини ташкил этиш, воситачилар хизматидан фойдаланиш; молиявий аҳвол, бозорда рақобатчиларниинг ўз позицияларини ушлаб туриш ва ҳимоя қилиш қобилияти, фаолнятни миқдорнй кўрсаткичлари, илмий-техник потенциал; буюртмалар портфели, шартноманинг тижорат шартлари ва бошқалар.

РЕАБИЛИТАЦИЯ (ингл. reabilitation) — 1. Бирон бир эгалик ҳуқуқини қайта тиклаш. 2. Медицинада — оғир касаллик ёки жароҳатни бошидан ўтказиш, соғлигинн тиклашга қаратилган тадбирлар мажмуи.

РЕАЛ ДАРОМАД (ингл. Spot profit) — маъум бир вақт оралиғида бирон-бир шахс ёки шахслар гуруҳи томонидан номинал даромади ҳисобига сотиб олиииши мумкин бўлган товар ва хизматлар миқдори.

РЕАЛ ИШ ҲАҚИ (ингл. Nominal wages, real wages) — реал, ҳақиқий иш ҳақи фуқарони ҳақиқий меҳнати учун олган ҳақи;

бозорда уларни тарассув қилиши мумкин бўлгунига қадар рўйхатдан ўтказилнши керак. Қоғозларни чиқарувчи компания қимматбаҳо қоғозлар бўйича комиссияга рўйхатдан ўтказиш учуи арнзасини тақдим этиши керак. Компания операциялари, қимматбаҳо қоғозлар, бошқарув ва қимматбаҳо қоғозларни бозорга таклифидан мақсад ҳақидаги маълумотлардан ташкил топган бўлиши керак.

РЕГРЕСС (лот. Resressus-орқага ҳаракат, ингл. Set back, regress, recourse) – бир шахсни (ташкилотни) бошқа бир шахсга (ташкилотга) тўланган суммани қоплаш ҳақидаги талабномани қайтиб олиш.

РЕДУЦИРЛАНГАН СУҒУРТА СУММАСИ (ингл. Reducing inshuarence amount) – ҳаётини суғурталаш шартномасини кўрсатиладиган суғурта суммасини (қиймати), суғурта қилувчини взнос тўлашини муддат вақтидан аввал тўхталиши ҳисобига камайтирилган.

РЕЖАЛАШТИРИШ (иигл. planning) – мақсадни шакллаитириш, уни амалга ошириш услуб ва воситаларини аниқлаш жараёии. Режа-режалаштириш иатижаси, ҳаракатларнинг мотивлашган модели, қўйилган мақсадлар ва иқтисодий муҳитни башоратлаш асосида тузилган нарса.

РЕЗЕРВ ВАЛЮТА (ингл. Reserve currency) – 1) давлат хазинаси ва Марказий банкка тегишли бўлган мамлакат қуйма ва танга олтиилар, хориж валюта маблағлари, халқаро ҳисоботлар учун жамғариб, сақлаб қўядиган валютаси; 2) ривожланган давлатларнинг халқаро ҳисоблар олиб бориш учун фойдаланиладиган миллий ва кредит пуллари.

РЕЗЕРВ КАПИТАЛ (ингл. Reserce funts) – Акциоиерлик жамияти ва бошқа ташкилотларнинг хусусий валюталарининг бир қисми бўлиб, улар фойдадан чегирмалар ҳисобига ҳосил бўлади. Улар, асосан, операцион фаолиятларда содир бўладиган йўқотишларни тўлдириш, асосий капитал ва даромад яхши бўлмаган ҳолда ҳам дивиденд тўлаш ҳисобларида қўлланилади.

РЕЗИДЕНТ (ингл. Resident) – ўша мамлакатда доимий яшаш жойи бўлгаи ва солиққа тортиладиган юридик ёки жисмоний шахс.

РЕЗИДЕНЦИЯ (ингл. Residence) – юқори бошқарув лавозимида ишловчи давлат вакилларининг чет давлатдаги қароргоҳи. Улар бу қароргоҳда ўз ваколатлари чегарасида ишларни амалга оширадилар.

РЕИМПОРТ – чет элга чиқарилган, аммо у ерда қайта ишлов берилмаган товарларни қайта сотиб олиб, мамлакатнинг ўзига қайтариш. Кимошди савдосида сотилмаган, консигнацион омборлардан, кўргазма ва ярмаркалардан қайтарилган товарлар реимпортга кирмайди.

РЕЙТИИГ (инг. Rating) – маълум кредит олувчининг кредит тўлаш қобилиятлигига нисбатан ёки махсус агентлар томонидан аниқланадиган қимматбаҳо қоғозлари сифати ва ишончлилиги (АҚШда "Углис А"дан бошланади ва астасекин пасаяди). Ишончлиги бўйича қимматбаҳо қоғозларнинг фоизларини тўлаш ва уни тугатиш "А" категориясига эга бўлади, энг ёмони "С" категорияси.

РЕКАПИТАЛИЗАЦИЯ (инг. Recapitalization) – компания капиталининг таркибини ўзгартириш. Бунинг сабаби кўп ҳолларда банкротлик ҳисобланади.

РЕКВИЗИТЛАР (лот. Requisitum) – амалдаги қоидалар ёки қонунчиликда белгиланган дек шартнома ёки ҳужжатлар таркибида мажбурий расмий элементларнинг мажмуи. Реквизитларсиз документлар операцияларни амалга оширишга асос бўла олмайди. Бундай элементлар бўлиб ҳужжатни тайёрлаш вақти ва номи, ҳужжат тайёрловчи ташкилотнинг адреси ва номи, амалга оширилаётган операциялар мазмуни, унинг ҳажми ва ҳ.к.

РЕКЛАМА (лот. Reclamare-қичқирмоқ) – 1) яиги товар, унинг ўзига хос белгилари, хизматлари тўғрисидаги маълумот; 2) оммавий ахборот воситасида тижорат фаолияти (товар ва ғояларни эълон қилиш).

РЕКЛАМА АГЕИТЛИКЛАРИ (инг. Publicity agency) – рекламанинг барча аспектлари бўйича профессионал хизматлар кўрсатиш бўйича махсус ташкилот. Йирик чет эл реклама агентликлари мижозларни миллий масштаблар бўйича хизмат кўрсатади. Уларнинг юзлаб ходимлари мавжуд. Реклама агентликлари, аксинча, бўлиши ҳам мумкин. Ўрта ва кичик реклама агентликлари асосини 4 та бўлим ташкил этади: 1) ижодий бўлим-эълонлар билан шуғулланади; 2) реклама воситалари бўлими-реклама воситаларини танлашда ва жойлаштиришда масъул ҳисобланади; 3) илмий-тадқиқот бўлими; 4) тижорат бўлими. Реклама ҳақлари комиссион мукофотлар ва гонорар шаклида олинади.

РЕКЛАМА БЮДЖЕТИ (инг. Advertising budget) – фирманинг реклама мақсадларига сарфланадиган харажатлар тар-

киби ва ўлчовларидир. Реклама бюджети кўп омилларга боғлиқ-фирманинг бозор мақсадлари, реализация қилинаётган товарлар ҳолати, рақобат даражаси, пул ресурслари. Реклама бюджети ишлаб чиқарилиш жараёнида қуйидагилар ҳисобга олинади: рекламанинг муқобил воситалари харажатлари; турғунлик даврида фирманинг реакция ҳолати; реклама эълонини ташкил этиш қиймати. Сўнгра фирма унинг учун умумий бўлгаи реклама мавзуларини тайёрлайди. Буида товар, хизматларга ва уларнинг хусусиятларига алоҳида эътибор товар ва хизматлар хусусиятига эмас, балки уларнинг фойдалилигига ва афзалликларига берилади. Институционал ёндашув корпорация кўриниши билан боғлиқ. Экспортёр фирма реклама воситаларининг кенг кўламини тақдим этади. Бунда қуйидаги омиллар ҳисобга олинади: қиймат, фойдасиз аудиториянинг мавжудлиги, қамраб олиниши, такрорланиши, жўнатиш доимийлиги, таъсир этиш даражаси қонунийлиги ва намойиш этиш муддати. Реклама қийматини икки томонлама баҳолаш лозим: у ёки бу воситага умумий харажатлар аниқланади ва 1 ўқувчига ёки тамошабиига тўғри келадиган қиймати ўрнатилади.

РЕКЛАМА КАНАЛЛАРИ (инғл. Advertising ways) – бу ахборотларни тарқатиш усулларидан (каиаллари кўп бўлиб, улардан асосийлари қуйидагилар: тўғридан-тўғри реклама почта орқали, шахсан топшириладиган реклама материаллари; жорий матбуотдаги реклама-ахборотлар, оммабоп газета ва журналларда, махсус (соҳа) журналларида, фирма бюллетенларида, маълумот ва телефон китобларида ва ҳ.к. босма реклама-просиектлар, каталоглар, буклетлар, плакатлар, варақалар, откриткалар, календарлар ва бошқа босма материаллар; экран рекламаси—кино, телевидение, слайд лойиҳаси, полиэкран; ташқи реклама—катта ўлчамли илакатлар, мультивизион плакатлар, ҳаракатланувчи ва ҳаракатланмайдиган ёзувлари бор электрлаштирилган панно; товар билан эркин турувчи витриналар; сотув жойидаги реклама-магазин витриналари (ички ва ташқи витриналар); осмалар, белгилар, савдо залидаги планистлар, қадоқлар, реклама берувчининг товар белгилари ва номлари ёзилган қути, футлар, қоғоз, ёпиштириладиган лента ва шу кабилар; сувенирлар ва рекламанинг бошқа майда шакллари (авторучкалар, бюварлар, папкалар, чизғичлар, термометрлар ва бошқалар). Реклама каналлари воситаларини танлаш, уларнинг қиймати, фойдасиз аудито-

риянинг мавжудлиги (яъни унинг фирма учун мақсадли бозори бўлиб ҳисобланмайдиган қисми), тамошабин ва ўқувчилар сони, такрорланиши, жўнатиш барқарорлиги (реклама эълонларининг тез-тез учраши ва унинг узоқ эсда қолиши, таъсир этиш даражаси (воситаларининг истеъмолчи кўпайтириш имкониятлари), тўлдирилганлиги (бир ишорда, бир дастурда мавжуд бўлган реклама эълонлар сони), намойиш этиш муддати (яъни рекламани жойлаштириш учун маълумот манбаига талаб этиладиган вақт)га мувофиқ амалга оширилади. Одатда, рекламани тарқатувчи турли каналлар имкониятлари кўриб чиқилаётгаида потенциал харидор билан битта реклама контактн учун кетадиган харажатлар минимуми бўйича улар ўзаро солиштирилади.

РЕКЛАМА КОМПАНИЯЛАРИНИ РЕЖАЛАШТИРИШ (ингл. Planning of advertising campaign) — маълум вақт мобайнида белгиланган мақсадга эришиш учун дастурий ҳужжатни ишлаб чиқиш. Реклама компанияларини режалаштиришнинг қуйидаги кетма-кетлиги таклиф этилади: реклама таъсири мақсадли гуруҳнинг белгиланиши, истеъмол бозори сегментининг аниқлаиииши, қўшимча маркетинг тадбирлари зарурияти бор ёки йўқлигининг аниқланиши, реклама мақсадиининг аниқланиши, "мақсадга эришиш услуби" принципига асосланган ҳолда мақсадларнинг ҳар бирига эришиш учун керакли харажатларни ҳисоблаш, сарфланган воситаларнинг умумий суммага иисбатини аниқлаш ва керакли ўзгартиришлар киритиш, реклама компаниясининг мақсади, маркетинг режаси, бюджет имкониятларидан келиб чиққан ҳолда реклама тарқатишнинг мақбул каналларини танлаш, фирма реклама бўлимлари, хорижий филиаллар, воситачилар фаолияти доираси аниқлангандан сўнг реклама компанияси усулларини шакллантириш, компаниянинг кенгайтирилган режасиии тузиб чиқиш, тажриба учун танлаб олинган районда реклама компанияси самарадорлиги имкониятларини текшириш, реклама компанияси воситаларини ишлаб чиқиш, амалга оширилган ишлар натижаларини диққат билан текшириб чиқиш, чунки бу тузатиш ва ўнглашнинг энг яхши усулидир. Самарали реклама компаниясини ўтказиш анча узоқ давом этадиган жараён (300-350 кун) бўлиб, уни ўз хоҳишига қисқартириш мумкин эмас, бу иарса ёмон оқибатларга, яъни реклама компаниясиниг самарасиз чиқишига олиб келиши мумкин.

РЕКЛАМА САМАРАДОРЛИГИ (инг. Effeciency of advertising) – реклама воситаларининг истеъмолчиларга таъсири даражаси. Бу ишлаб чиқарувчи фойдасига бўлади. Реклама самарадорлигини аниқлаш анча мушкул муаммо, чунки истеъмолчиларда маҳсулот ҳақида ижобий тасаввур ҳосил қилиш ва уни сотишни кўпайтириш баҳолашнинг турли усулларини талаб қилади. Бундан ташқари, сотувни амалга ошириш ёки товар (фирма)нинг маълум образини яратишнинг бошқа факторларидан рекламани фарқлаб олиш қийин. Реклама самарадорлигини ўзгартиришда риоя қилиниши керак бўлган асосий тамойиллар бўйича 1982 йили бир тўхтамга келган АҚШ реклама агентликлари тавсияларидан қуйидагилар келиб чиқади. Кўзда тутилаётган реклама мақсадларига боғлиқ маълумотлардагина фойдаланиш; таҳлил ўтказишдаи аввалги натижаларидан қандай фойдаланиш тўғрисида бир қарорга келиб олиш; ўлчовнинг турли усулларини бирлаштириш; текшириш тизимида истеъмолчилар қарорига асосланиш; қайта рекламадан фойдаланишни ҳисобга олиш; муқобил реклама эълонларини таққослашда ҳар бирига бир хилда ёрдам кўрсатиш; келишувчанлик ва аввалги фикрда туриб олишдан воз кечиш, танлов тамойилларини аниқ белгилаш. Бу тамойиллар реклама ташкилотлари томонидан баҳоланганда ҳам ишлатилиши мумкин. Реклама самарадорлигини баҳолашда Америка ИБМ ташкилоти ўз таҳлил бўлимидан фойдаланади. У "Компания таҳлилининг деталлаштирилгаи баҳолаш модели"дан фойдаланиб, дастлабки ва кейинги синов тестлари ўтказади. Шунингдек, ИБМ 19 соҳада 300 тадан ортиқ рақобатчилар реклама фаолиятини баҳолайди. Барча маълумотлар маркетинг ахборот тизимига киритилади ва зарурат туғилганда ундан тезкор равишда фойдаланилди.

РЕКЛАМА СОЛИҒИ (инг. Tax on advertising) – реклама фаолияти учун солинади. Реклама – бу ахборот тарқатувчи воситалар орқали маҳсулот, ишлар ва хизматларни оммага тарқатишдир. Тижорат мақсадида бўлмаган, шунингдек, хайрия тадбирлари рекламаси бўйича хизматлар бу солиққа тортилмайди.

РЕКЛАМА УСУЛЛАРИ (инг. Methods of advertising) – реклама фаолияти ва унинг амалга ошириш ҳолати усуллари мажмуидир. Тўғри реклама – тўғри почта орқали жўнатиш ("директ мейл")-минимал харажатлар билан энг оддий ва даромадли ("адресли") иш усулидир. Хат тўғри маизилга

жўнатилиши керак, акс ҳолда у ўз аҳамиятини йўқотади. Иш хатига илова сифатида рухсат этилган турли предметлар, проспектлар, каталоглар, термалар ва ҳ.к., шунингдек, товар намуналари ва сувенирлар жўнатилиши ҳам мумкин. Жавоб кафолати учун бир маизилга бир неча марта хатлар жўнатилади ва бунда мурожаат шакли ўзгаради, қўшимча ҳам ҳар хил бўлиши керак, яъни маълумотлар сифати ва сони кўпайиши керак. Босма рекламаии (каталоглар, проспектлар, буклетлар ва шу кабилар) мижозларга музокараларда; ярмарка ва кўргазма нштирокчиларига демонстрация залларида берилади. Фирмалар бундай нашрларни ушбу ахборотлар билан қизиқувчн шахсларга берилишига эътибор қаратадилар. Газета ва журналлардаги реклама интенсивлиги, ноёблиги, ҳаракати, жиловлаиишн ва ҳажми билаи бошқалардан фарқ қилади. Рекламанинг интенсивлиги одатда катта сарлавҳалар ёрдамида акс эттирилади. Газета ва журналлардаги энг муҳим ахборотлар сарлавҳалар ёрдамида ажратилади. Ноёблик эътиборни жалб қилиш омили бўлиб, у янгиликдир, яъни бошқа рақобатчи фирмаларнинг реклама эълонларидан ушбу жиҳати билаи фарқ қилади. Ноёблик элементи сифатида расм ва суратлар бўлади. Расмли рекламаларииг фойдаси катта. Жиловлаш фирма реклама жўнатувчиларининг ўзига хослигини билдиради. Эълонлариииг ҳажми ҳаммага маълум бўлган омилдир. Ҳажмни 2 мартага каттайтириш уннпг эътиборлигини 3 мартага оширади. Радиоэшиттириш ва экран рекламаси жуда кўпчиликка етиб боради. Радиорекламада дастлабкн 10 сонияли эшиттиришда тииловчилар товарни хаёлан тасаввур эта олишлари, 60 сонияли эшиттиришда эса товар номи камида 4 марта қайтарилиши, мусиқа товарни қабул қилишга ёрдам бериши керак. Ахборот изчиллиги: аввал-иима, сўнгқандай ва шундан сўнггина қаерда реклама қилинаётган товар сотиб олиииши мумкинлиги ҳақида ахборот берилади. Кинореклама тайёргарликка кўп куч ва воситалар талаб этади. Шунинг учун товар узоққа чидамли бўлиши, фильм прокати эса кўп сонли аудиторияии қамраб олиши керак. Фильм ҳужжат кучи ва ишонтириш хусусиятига эга. Телевизион реклама киноматографик рекламага яқин бўлиб, одатда тор оила доирасида қабул қилинади, бу ерда телетомошабии уй юмушлари билан банд бўлиб рекламага эътибор бермайди. Ташқи реклама адресатларга, улар кўчада ёки транспортда кетаётган бўлса таъсир этади. Бу турдаги реклама одам гавжум бўлган

ўринларда жойлаштирилиши керак. Ҳисобларга қараганда, ташқи рекламани кўриб чиқиш учун йўловчиларда 3-5 сония бўлса, автомобил ҳайдовчисида 1-2 сония вақт бўлади, холос. Бу каби рекламада фирма номи, унинг товар белгиси ёки товар номи ва 3-5 қисқа сўзли шиори эълон қилинса кнфоя.

РЕКЛАМАНИ РЕЖАЛАШТИРИШ (инглз. Advertising planning) — фирма томонидан маълум бир вақт учун реклама тадбирларини ўтказиш режаси. Бу ўз ичига қуйидаги қисмлар ёки ҳужжатларни олади: 1) реклама воситалари ва уларни ўтказиш вақтларини белгиловчи жорий реклама тадбирларини ўтказиш режаси; 2) кўргазма ва ярмаркаларда қатнашиш режаси; 3) реклама компанияларини ўтказиш режаси; 4) реклама тадбирларининг умумий режаси бўлиб, у воситалар захира ва мумкин бўлган тадбирларни кўзда тутади. Рекламани режалаштиришда қуйидагиларни ҳисобга олиш зарур бўлади: истеъмолчи мотивлари ва рақобатчининг ўхшаш товарларига нисбатан товарнинг аҳволи; реклама мақсади (товарнинг машҳурлик даражасини ошириш, экспортёр-ташкилотнинг хоҳлаган "имиджи"ни яратиш; реклама мазмуии (тушунчанима реклама қилиняпти); реклама воситалари (матн орқали, расм орқали ва бадиий воситалар орқали); реклама бюджети (харажатнинг пунктма-пункт ҳисобланган умумий суммаси, у рақобатчилар реклама имкониятларига нисбатан таққослаб олинади); реклама тадбирлари режаси (рекламанинг такрорланиш тезлиги, сифати, фойдаси, маълум реклама воситаларига тақсимланиши, реклама компаниялари муддати); майдачуйдасигача ҳисоблаш; реклама самарадорлигининг назорати.

РЕКЛАМАЦИЯ (лот. Reclamatio) — товар сотиб олувчининг товар етказиб берувчига (ёки аксинча) тегишли мажбуриятларини бажармаганлиги тўғрисида ёзма равишда билдириладиган эътирози. Рекламация турли сабабларга кўра: маҳсулот сифати, миқдори ва бутлиги, давлат стандарти, техника шартлари намунаси келишиган шартларга мос келмаганда, товарлар вақтида етказиб берилмаганда, тўлов қоидаси бузилганда ва бошқа ҳолларда берилади. Тузиладиган савдо битимларида рекламация баёни ва уни кўриб чиқиш тартиби бирма-бир айтиб ўтилади. Эътирозномада товар номи, миқдори, шартнома номери, транспорт, рекламация сабаблари (товар камомади), сифатсизлиги, нобутлиги ва ҳ.к.), арзномачи талаблари (вақтида етказиб берилиши, нуқсонларнинг бартараф этилиши, нархини тушириш, ортиқча тўланган сум-

мани қайтариш, жарима тўлаш, зарарни қоплаш) кўрсатилиши керак. Шартнома тузган томонлар рекламацияни дўстона ҳал этишга ҳаракат қиладилар, агар бунинг иложи бўлмаса, жабрланган томон ҳал қилишни сўраб жавобгар мамлакат ҳакамлиги (арбитражи)га, баъзи хорижий мамлакатлар битим шартларига кўра, бетараф мамлакатлар (масалан, Швеция-стокгольм) ҳакамлигига арз қиладилар. Кўп ҳолларда даъвогар сотиб олувчи, жавобгар сотувчи бўлади.

РЕМИЗ (фр. Remise) – қимматли қоғозлар харидорлари ва маклерлари ўртасида воситачи бўлиб, иштирок этувчи шахсга биржа малери томонидан тўланадиган тижорат мукофоти.

РЕМИЗА (англ. Remise) – вексель ўтказиш йўли билан пул тўлаш.

РЕМИССИЯ (лот. Remissio-камайиш) – тўлов ҳисоби суммасини яхлитлаш учун камайтириш орқали чегириш.

РЕМИТЕИТ (лот. Remittentis-жўнатувчи) – биринчи вексел эгаси бўлган шахс бўлиб, унинг фойдасига ўтказиш вексели (тратта) ёзилади. Ремитент ўтказиш вексели бўйича пул воситаларини олиш билан бирга, уни бошқа шахсга ўтказиши ҳам мумкин, яъни вексель берувчи (тартга) бўлиб қолади.

РЕНОВАЦИЯ (англ. Renovatio) – жисмоний ва маънавий эскириши натижасида ишдан чиққан, оддий ва кенгайтирилган такрор ишлаб чиқариш асосий фондлари унсурларини янгилашнинг иқтисодий жараёнидир. Бу жараён асосий фондлар ликвид лементларини янгиси, жиҳатдан илғорига алмаштириш йўли билан амалга оширилади. Реновация харажатлари асосий фондларни тўла тиклаш учун ажратилган амортизация ажратмалари ҳисобига молиялаштирилади.

РЕНТА (лот. Reditta-қайтариб берилган) – ердан, мулкдан, капиталдан фойдаланганлик учун доимий олинадиган даромад бўлиб, у рента олувчидан тадбиркорлик фаолиятини талаб қилмайди. Рента давлат заёмларининг облигациялари эгаларидан олинадиган даромад ҳам дейилади. Ер рентаси қишлоқ хўжалигида бевосита ишлаб чиқарувчилар томонидан етиштириладиган қўшимча маҳсулотнинг бир қисмидир. Бу қисм ер эгалари томонидан ўзлаштирилади. Абсолют, дифференциал ва монопол ер ренталари мавжуд.

РЕИТА СУҒУРТА (англ. Insurance of rent) – шахсий суғурта тури бўлиб, унга кўра. суғурта ташкилоти суғур-

таланган шахсга белгиланган муддат ичида мунтазам киримни тўлаш мажбуриятини олади.

РЕИТАБЕЛЛИК (нем. Rentabel-фойдали) – маълум даврга халқ хўжалиги, тармоқ, уюшма, корхона ишининг иқтисодий самарадорлик комплекси кўрсаткичларидан биридир. Ушбу кўрсаткич пул, меҳнат ва моддий ресурслардан фойдаланиш даражасини ифодалайди.

РЕНТИНГ (инглз. Renting) – белгиланган муддатдан кейин уларга эгалик қилиш ҳуқуқисиз қисқа муддатли, одатда 6 ойгача, машина ва асбоб-ускуналар ижарасидир. Машина ва асбоб-ускуналар эгаси бўлиб, рейтинг жамияти ҳисобланади. Ижарага берилган буюмларга мулк ҳуқуқи ижара тўғрисидаги келишув давомида сақлаб турилади ва машина ҳамда асбоб-ускуналарни ремонти бўйича харажатларни ўз зиммасига олади. Рейтинг бўйича ижара тўлови лизингга нисбатан юқори.

РЕОРГАНИЗАЦИЯ (инглз. Reorganization) – қайта қуриш, қайта ўзгартириш; юридик шахс реорганизацияси, юридик шахс тугатилиши (бирлашув, корпорациялар қўшилуви), иш ва мулк ликвидацияси.

РЕПАРАЦИЯ (лот. Reparatio) – 1) бирор-бир давлат томонидан бошқа давлатга пул ва бошқа шаклда келтирилган зарар учун халқаро ҳуқуқ бўйича товон тўлаш. Репарация тўлови тинч келишув орқали ҳал қилинади. 2) Уруш туфайли келтирилган моддий зарарнинг қисман ёки тўлиқ қопланиши, енгилган давлат томонидан ғолиб давлатга тўланади.

РЕПОРТ КЕЛИШУВ (инглз. Report, report deal) – қимматбаҳо қоғозларни банкига, бир неча кундан кейин юқори курс билан сотиб олиш шарти билан сотиш.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ (инглз. Representation) – вакиллик.

РЕПРИВАТИЗАЦИЯ (инглз. Reprivatization) – аввал сотиб олинган ёки миллийлаштирилган (конфискация қилинган) корхоналар ер участкалари, банклар, акциялар, қимматли қоғозлар ва шу кабиларни хусусий мулкка қайтариш.

РЕСПОДЕИТ (инглз. Respondent) – интервью берувчи ёки анкета саволларига жавоб берувчи шахс.

РЕСТАНТЛАР (фр. Rextants) – 1) корхона, ташкилот балансини чиқариш вақтига ҳисобланадиган қарзлар; 2) омборда туриб қолган товар қолдиқлари.

РЕСТРИКЦИЯ (лот. Rectrictio) – 1) чет элга тилла захираларининг чиқиб кетиши, банк инқирозга юз тутиши ва ҳ.к.ларни бартараф этиш мақсадида кредит миқдорини давлат

ва банклар томонидан чеклаш; 2) саноат корхоналари бирлашишининг бир тури бўлиб, унинг мақсади ишлаб чиқариш ёки экспортни чеклашдир. Рестрикция мақсади-бэҳоларни кўтариш ва юқори фойда олиш.

РЕСУРСЛАР (фр. Resourse-ёрдамчи восита) – пул воситалари, бойликлар, захиралар, имкониятлар, восита даромад манбалари (табиий, иқтисодий, молиявий ресурслар).

РЕТОРСИЯ (лот. Retorsio-орқага) – бир давлатнинг иккинчи бир давлатга ёки унинг фуқароларига, уларнинг ҳуқуқларини чеклашга жавобан қўлланиладиган чегараланган тадбирлар ва бу божларни ошириш, санитария назорати махсус қоидаларини жорий этиш ва ҳ.к.ларда намоён бўлади.

РЕТРАКЦИЯ (инг. Retlaction) – хато суд ҳукмининг ўзгартирилиши.

РЕТУР (фр. Retoer) – товарнинг қайтарилиши.

РЕФАКЦИЯ (фр. Refaction) – белгилаиган стандарт ёки келишувга сифати тўғри келмай қолган товар (ёки унинг партияси)нинг улгуржи баҳосидан чегирма. Бу кўнроқ дон ва нон маҳсулотлари ташқи савдоси битимларида қўлланади.

РЕФЕРЕНДУМ (инг. Referendum) – давлат ёки жамият ҳаётидаги масалалар бўйича умумхалқ сайлови.

РЕФЛЯЦИЯ (инг. Reflation) – тушиб кетган нархларни олдинги ҳолатгача тиклаш, бошқаришни иқтсодий жонлантириш. Бундан ташқари, рефляция жонланиш даврида инфляциянинг турларидан бири, унинг пул сиёсати ёрдамида нархлар тикланади.

РЕЦЕПИССА (лот. Recipere) – товарни қабул қилганлик ҳақидаги дастлабки тилхат.

РЕЭКСПОРТ (инг. Re-export) – хориждан аввал келтирилган товарларни ҳеч қандай ўзгаришсиз мамлакатдан қайтариб олиб чиқиб кетиш.

РИВОЖЛАНГАН ВОЗОР (инг. Developed market) – бу шундай бозорки, унда бозор механизми ўзини тўлиқ намоён эта олиши учун барча имкониятлар мавжуд бўлади, унда бозор иифраструктурасининг барқарор тизими мавжуд бўлади, бозор муносабатларининг иштирокчилари эса эркин бозор фаолиятига эга бўлади. Ривожланган бозор сифат кўрсаткичларига эга бўлади: ўз ичига яқин ўзаро алоқада бўлган талаб, таклиф ва нархни олувчи "автоматик" фаолият кўрсатувчи механизм бўлади, бу бозорда, шунингдек, рақобат ҳам тўлалигича ўз аксини топган бўлади. Бозор иқтисодида

нархлаштириш эркинлиги бу ёзилган ҳақиқатдир. Акс ҳолда ўз-ўзини бошқариш механизми ишламайди, ресурслардан самаралн фойдаланиб бўлмайди, ишлаб чиқаришни истеъмолчилар талабига мувофиқлаштириб бўлмайди. Ўзаро биргаликда фаолият юритувчи бозорлар ялпи тизимиинг мавжудлиги, яъни товар, маблағлар, ишчи кучи, қимматли қоғозлар ва ҳ.к., унинг иқтисодий фаолияти кенг спектрига ёйилиши: банклар, кредит суғурта ташкилотлари, биржалар, улгуржи ташкилотлар ва бошқа компонентларни ўз ичнга олувчи бозор инфраструктураси барқарор тизими билан, таклиф этилаётган товарнинг талабдан ортиб кетиши, яъни "харидорлар бозори"ииг мавжудлиги, унда бозордаги товарлар истеъмол қиймати талаб даражасини харидорлар белгилайди, бозорда унииг ажралмас хусусият сифатида рақобатнинг мавжуд бўлиши. Дефицит бозор шароитида (сотувчи бозори) товар учун харидор ўртасида рақобат бўлади. Бундай рақобат конструктив сифатлардан бегонадир, у нархнинг ҳаддан ташқари кўтарилиб кетишига сабаб бўлади, ишлаб чиқарувчиларни ўз маҳсулотларини иитеисив равишда такомиллаштириб бориш заруриятидан озод қилади, ишлаб чиқариш харажатларини камайтириш заруриятини йўқ қилади. Харидор учун ишлаб чиқарувчиларни рақобат қилишлари бозор функциясини самарадор қилади, бозорнинг нормал ишлаш шартлари бўлиб, яна барқарор молиявий ва пул тизимига хизмат қилади. Бозор иқтисоди — тенг ҳуқуқли шериклар орасидаги битим, шартномалар иқтисоди. Бу ривожланган инфраструктурага асосланган горизоитал алоқалар тизимининг иқтисодий ривожидир.

РИВОЖЛАНТИРИШ БАНКИ (ингл. bank of development) — саноат, қишлоқ хўжалиги, қурилиш ва бошқа тармоқларни узоқ муддатли кредит билан таъминлаш ишлари билан шуғулланувчи махсус давлат ва ярим давлат (хусусийлари камроқ) инвестиция институтлари. Миллий бозорлар фаолият кўрсатадиган мамлакатларда ривожланиш банклари ҳам фонд биржасида, ҳам ундан ташқарида қимматли қоғозлар олди-сотдисини амалга оширадилар. Бу вазифаларни турли кредит-банк институтлари бажарадилар: молия корпорациялари, индустриал банклар, саноат ривожланишидаги тармоқли ва кўп тармоқли корпорациялар, саноат ва қишлоқ хўжалиги ривожланиши банклари ва фондлари, майда корхона ва қишлоқ хўжалигини маблағ билан таъминловчи махсус кредит муасса-

салар. Ривожланиш банклари тижорат банкларидан фарқли ўлароқ ҳисоб-китоб ва тўлов операцияларни амалга оширилмайдиган омонатчилар ва корхоиалардан депозит олмайдилар, қисқа муддатли кредитлар бермайдилар.

РИЭЛТЕР (инг. Realty-кўчмас мулк) – кўчмас мулкларни сотиш агенти.

РОЛКЕР (инг. Roll-on, roll-off ship) – автопроцеп, контейнер, пакетларда жойлашган йирик партия юкларини олиб юриш кемаси. Махсус рампалар орқали юмалатиш услуби билан амалга оширилади.

РОЯЛТИ – 1) лицензия бўйича ишлаб чиқарилган маҳсулотни сотишдан олинган даромад ёки фойдадан даврий ажратмалар шаклидаги лицензия мукофоти; 2) муаллиф қалам ҳақи; 3) ер ости бойликларини қазиб олиш ҳуқуқи учуи ижара ҳақи.

РУХСАТ ЭТИЛГАН ҚИММАТЛИ ҚОҒОЗЛАР (инг. Exchange securities) – биржада котировка қилинадиган қандайдир бозор (биржа) учун муомалага чиқарилган қимматли қоғоз.

РЎЙХАТДАН ЎТГАН МАКЛЕР – қимматбаҳо қоғозларни фақат ўз ҳисобидан олиб сотадиган биржа аъзоси. Рўйхатдан ўтган маклер биржа аъзоларининг озчилигини ташкил қилади. Уларни ГФР биржаларидаги хусусий маклерларга тенглаш мумкин.

С

СТАБИЛЛАШ (инг. Stabilization) – қандайдир бойликлар масалан, пул бирликлар, олтии товарларииг қийматини бир хил даражада сақлаб туриш.

САВДО (инг. Tenders auctions) – олди-сотди ёки пудрат битимини тузиш методи бўлиб, унда харидор (буюртмачи) сотувчиларга олдин белгиланган характеристикага товарга конкурс эълон қилади, сўнг таклифларни солиштириб, ўзига энг қулай шароитдаги товарни таклиф этади. Сотувчи билан конкрет шартнома тузади. Савдо ўтказиш учун барча тайёрлов ишларини амалга оширувчи тендер қўмитаси яратилади.

САВДО АГЕИТИ (инг. Trade agent) – бир неча ўзаро мусобақалашмайдиган саноатчилар товарни маълум жойда сотиш билан шуғулланувчи шахс, одатда узоқ вақт фойдаланиладиган товарлар билан савдо қилади.

САВДО БАЛАНСИ (инг. trade balance) – тўлов балансининг бир қисми, экспорт-импорт операциялари (кредитга сотилган товарлардан ташқари) бўйича ҳақиқий киримлар ва тўловлар муносабати. Актив савдо баланси (инг. active trade balance) – товар экспортининг импортга нисбатан ошиб кетиши. Пассив савдо баланси (инг. passiveFunfavorable trade balance) – четдан товар келтиришнинг четга товар чиқаришдан устун келиши.

САВДО БАНКИ (инг. merchant bank) – халқаро савдони молиялашга ихтисослашган, иш юритилаётган мамлакат ҳақида кўпгина маълумотларга эга бўлган банк. Ҳозирги куида савдо банки кредит, акциядорлик капиталини жалб қилиш, векселлар ва хорижий валюталар билан ишлаш орқали эмитент сифатида фаолият кўрсатяпти. Фаолият типига кўра, у инвестицион банкка ўхшайди. Савдо банки компания консультанти (хусусан, фирмалар қўшилганда) сифатида иш кўради. Баъзи савдо банки қимматбаҳо металлар билан турли операцияларни бажаради.

САВДО БАРЬЕРИ (ТЎСИҒИ) (инг. trade barrier) – тариф, квота ёки валюта назорати шаклида мамлакатлар орасида эркин товар алмаштириш ва хизматларнинг сунъий чегараланиши.

САВДО БА ЧАКАНА-СОТУВДАГИ АРЗОНЛАШТИРИШ (инг. Trade and wholesale discounts) – товар чакана нархининг тажрибий элементи бўлиб, саноат ва қишлоқ хўжалигининг бошқа тармоқлари томонидан чакана ва улгуржи савдо муассасаларига муомала тўхтатилишлари (издержки)ни қоплаш ва нормал фойда олиш учун тақдим этилади.

САВДО ВАКОЛАТХОИАСИ (инг. Trade reoresentation delegetion) – махсус орган бўлиб, ўзига тегишли ташқари савдо монополияси соҳасида чет элда ўз давлатининг ҳуқуқларини амалга оширади. Дипломатик ваколатхонанинг бир қисми бўлгани ҳолда бир вақтнинг ўзида ташқи савдо вазифасини ҳам бажаради.

САВДО ДИСКОНТИ (инг. Trade discount) – 1.Эълон қилинган чакана нархга нисбатан нархларни пасайиши бўлиб, унда ишлаб чиқарувчи ўз маҳсулотини улгуржи ёки чакана савдогарларга сотади. 2.Улгуржи савдогар чакана савдогарларга товарни сотувчи нархи.

САВДО ЖОЙИ (инг. Trade place) – акция ва опционлар сотилувчи ва сотиб олиувчи биржанинг операцион залидаги жой.

САВДО МАКЛЕРЛАРИ (инг. Trade dealers) – даврий равишдаги иш юзасидан контактларни йўлга қўювчи алоқачилар (посредники) савдо маклерлари маълум партнёрлар билан битим тузмаган бўлса-да, у ёки бу битимнинг иштирокчиларига ўз хизматларини таклиф қиладилар, рағбатлантиришни иккала томонидан очишади.

САВДО МАРКАСИ (инг. Trade mark) – график тасвир, ҳарф ёки сўзлар, сифатли қадоқлаш каби буюртма бўйича тайёрланган ўз маҳсулотларига савдо муассасалари томонидан қўйиш ҳуқуқига эга бўлган сифатли шаклланган фарқловчи белги.

САВДО МУИОСАБАТЛАРИ (инг. commercial usages) – савдонинг маълум тармоғида мунтазам ва бир хилда фойдаланиш туфайли юзага келган ахлоқ қоидалари. Бундай турдаги муносабатлар халқаро савдо соҳасида кенг тарқалган, уларнинг баъзилари "Инкотерис" деб аталган халқаро савдо терминлари тўпламида ўз аксини топган. АҚШда савдо кодексида қуйидагича таърифланади: "... иш юзасидаи муносабатларниинг ҳар қаидай амалиёти ва тартиби бўлиб, уига бирон жойда, касб ва фаолият соҳасида амал қилиниши шундай доимий характер касб этадики, ўша пайтда амалга оширилаётган битимда ҳам ўша қонуниятларга риоя қилиниши албатта кутилган самарани беради". Бундан ташқари, бундай муносабатларга кодекс томонлар келишувининг бир қисми сифатида қарайди.

САВДО ПРЕФЕРЕНЦИЯЛАРИ (инг. Trade preferences) – ўзаро асосда ёки бир томонлама тартибда бир давлатдан бошқасига тақдим қилинувчи савдо-сиёсий режимдаги имтиёзлар.

САВДО РЕЕСТРИ (инг. Trade refister) – тижорат фаолиятини амалга оширувчи шахсларни рўйхатга олиш учун юритиладиган рўйхат. Савдо реестрида қуйидагилар рўйхатдан ўтказилади: Тижоратчи иомига эга бўлган жисмоний шахслар юридик шахслар шахс номига эга бўлгаи умумий иқтисодий мақсаддаги бирлашма ва жамоалар; хорижий давлатлар савдо агентликлари ёки савдо-саноат ваколатига эга бўлган оммавий ташкилотлардир. Савдо реестридан фирма номини, унинг фаолият йўналишиии, уиинг ташкилоти, жамоа ёки акцио-

нерлик жамияти аъзолари фамилияларини, уларга жавобгар шахсларни, компания асосий капитал маблағи ҳақидаги маълумотларни тайинланган юристларини, компания органлари ва юристлари томоиидан имзо ҳуқуқи ваколатини билиб олиш мумкин бўлади. Савдо реестрини маъмурий ёки суд органлари юритиши мумкин, масалан, Австрия ва Германияда улар судлар томонидан, Швейцарияда суд ва маъмурий органлар томонидан юритилади. Миллий савдо реестри иқтисодий мулк миллий ташкилоти томонидан юритилади.

САВДО ТЕРМИИЛАРИ (ингл. Trade terms) – халқаро савдо амалиёти ишлаб чиққан товарларнн сотиш шартларини стандарт тушунтириш. Энг кенг тарқалганлари: ФАС – бу шартга кўра товар қийматига уни жўнатиш пунктига етказиб бериш, имкон даражасида уни транспорт воситаси ёнига жойлаш, агар транспорт бўлмаса, харидор белгиланган жойга жойлаш чизишлари киради. Юқоридагилардан ташқари товарнинг айниб қолиш, нобуд бўлишини (транспортга жойлаш ва топширгунча) чиқими сотувчига тушади. ФОБ – бу шартга кўра, товар қийматига юкни транспорт воситасида етказиб берилгунга қадар бўлган чиқимлар киради. СИФ – бу шартда товар қиймати таркибига уни транспортировка ва суғурталанишга боғлиқ бўлган барча харажатлар киради. КАФ – битим бўйича харидорларга нисбатан савдогар мажбуриятлари. Фракко – бу шартга кўра сотувчи ўз ҳисобидан битимда белгиланган жойга сотилган товарни етказиб бериш, харидор эса юкни қабул қилиши, уни тушириш, транспортировка қилиш, сақлаш билан боғлиқ харажатларни кўнайтириш керак.

САВДО УЙИ (ингл. Trading house) – 1) кўп тармоқли савдо фирмаси, аксарият ўз номидан ва ўз ҳисобидан экспорт-импорт, товар айрибошлаш ва бошқа ташқп савдо алоқаларини амалга оширади. Савдо уйлари савдо корхоналарини сотиб олиш, жиҳоз-ускуналарни сотиб олиш, жиҳоз-ускуналарни ижарага топшириш, кредитлар бериш, ички улгуржи ва чакана савдо бўйича ҳаракатларни амалга ошириш, суғурта, таъмирлаш ишлари ва бошқа соҳаларда хизматлар кўрсатиш билан молия ва ишлаб чиқариш фаолиятида ҳам қатнашадилар. Ўзбекистонда "ўзбек савдо уйи", "Барс" Тошкеит савдо уйи, "Осиё-континентал" халқаро савдо уйи бу соҳада фаолият олиб бормоқда; 2) савдо корхонасининг махсус тури; ихтисослашган (масалан: уст-кийим, пойабзал, газлама ва

ҳ.к.) ёки универсал (ҳар хил товарлар) бўлади. Савдо уйи тарихан савдо капитали маҳсули, шу сабабли илгари бундай уйлар савдогарлар оилаларига қарашли бўлган.

САВДО ШАРТЛАРИ (инглз. Terms of trade) – ташқи савдо алмашувлари иропорциясининг ўзгариши, мамлакат экспорт ва импорт нархлари индекси муносабатлариниг кўрсаткичидир. Импорт нисбатан экспорт нархларининг тезроқ ўсиши савдо шартларини яхшилашии изоҳлайди.

САВДОДАН ЧИҚҚАН ФОЙДА (инглз. Trade takings) – аҳоли, ташкилот ва муассасаларга товарлар реализацияси натижасида чакана савдо ва умумий овқатланиш ташкилотлари томонидан олинган пул маблағлари йиғиндиси.

САВДОНИ КОНТИИГЕИТЛАШ (инглз. Trade quantitative regulation) – алоҳида гуруҳ ёки товарни (контингент) маълум муддатга (йил, квартал) олиб чиқиб кетиш ёки олиб кириш бўйича ташқи савдони давлат томонидан тартибга солиниши.

САЛБИЙ ТУГАЛЛАШ ҲАҚИДАГИ ҚОИУИ (инглз. Negative ending rules) – қимматли қоғозларнинг ҳимоя атрибути бўлиб, унга кўра, гаровсиз қоғозлар чиқарилаётганда кўрсатиб қўйиладики, гаровсиз қоғозлар аввал таъминланиб бўлмагунча кейин чиқариладиган ҳеч қандай гаровли облигациялар ҳам мулк билан таъминланмайди.

САЛЬДОГИ БАЛАНС (инглз. Balance) – бухгалтерия баланси бўлиб, у ўз ичига маълум муддатда бухгалтерия ҳисоби счётларидаги қолдиқни олади.

САМАРАДОР ТАЛАБ (инглз. Optimal demand) – талабнинг мақбул даражаси бўлиб, унга кўра товарниг бозор баҳоси истеъмолчи учун ҳам, сотувчи учун ҳам мақбул бўлади.

САМАРАЛИ ВАЛЮТА КЎРСАТКИЧИ (инглз. effective exchange rate) – бир мамлакат валютасининг ўз асосий савдо шериклари валюталарига иисбатан аҳволини ифодаловчи индекс.

САММИТ (инглз. Summit conferenceFmeetingFtalks) – юқори доирадаги конференция (муҳокама келишув).

САНАТАЦИЯ (инглз. Sanation) – рақобатбардошликни кучайтириш ёки банкротликни олдини олиш мақсадида корхона ўз молиявий ҳолатини соғломлаштириш учун бир қанча чоратадбирлар кўриш.

САНИРЛАШ (инглз. Sanation) – 1.Рақобатбардошликни кучайтириш ёки банкротликни олдини олиш мақсадида корхонани ўз молиявий аҳволиии соғломлаштириш. Одатда,

ҳиссадорлик жамияти шаклидаги фирмаларда амалга оширилади. 2. Ҳисобот йилларига тегишли информация баланси бўлиб, фойда суммасини тақсимлаш, ҳисоб тасдиқлангандан сўнг ҳисобдан чиқариш.

САНКЦИЯ (инглз. Sanctions) — хўжалик молия фаолиятида белгиланган қоидалар бузгаиликлари учун тартиб бузарликка нисбатан таъсир ўтказиш.

САНОАТ ДИЗАЙИИ (инглз. Industrial design) — ижодий фаолият йўналиши бўлиб, унинг мазмуни янги ёки аввал мавжуд бўлган маҳсулотга ўзаро боғланган моддий, функционал, маданий психологик жиҳатлардан истеъмолчи тасаввуридаги шаклии беришдир. Барча коиструкция томонлари ва янги маҳсулотнинг ишлаб чиқарилиши саноат дизайнига таъсир қилади, у эса ўз навбатида саноат маҳсулотига таъсир қилади, иафақат конструкцня ва техник ишлатилишига, балки маркетинг аспектлари бўлмиш маҳсулот маркаси, баҳоси, ўраш турига ҳам таъсир қилади. Услубни ишлаб чиқишда бошқалар қатори ишлатилиш ҳолати, унинг қулайлиги, хавф-сизлиги ва иқтисодий самарадорлиги ҳам катта рол ўйнайди. Саноат дизайни инсон ва маҳсулот ўртасида мавжуд бўлган ўзаро алоқаларни таҳлил этиш учун инсонни психологик ва физиологик ўрганишда керак бўлади. Улардан мақсад маҳсулот шаклининг маҳсулот бажарадиган функцияга кўпроқ мос келиши учун кафолат бера олишдир. Янги маҳсулот ишлаб чиқаришда саноат дизайни қуйидаги масалаларни ҳал қилиши лозим: шу маҳсулот қандай талабларни қондириши керак; қандай усуллар билан шу талабларни қондира олади; унга қўйилган талабга мос бўлиши учун ва ўзининг потенциал хусусиятлари ёки функциялари орқали ўша талабни бажариши учун қандай кўринишда бўлиши керак ва ҳоказо. Бундан ташқари, жавобини кутувчи қатор саволлар туғилади: ушбу маҳсулотни безатиш учун қандай техник имкониятлар бор? Ўша безатишни амалга оширувчи техиик имкониятлар нимага ярайди? Мавжуд имкониятлар асосида маҳсулот қандай хусусиятларга эга бўлиши мумкин? Ҳар қандай ҳолатда ҳам янги маҳсулот иетеъмолчиларда ўзига нисбатан ишоич туғдириши лозим. Шу мақсадда маҳсулот шакли, ташқи кўриниши ва ранги ҳам катта аҳамиятга эга. Истеъмолчилар ўша маркадаги ўзлари кўрган аввалги бошқа маҳсулотларни билганлари учун ҳам, уларнинг ранги ва ташқи кўринишига ўрганганлари учун ҳам янги маҳсулотни олишлари мумкин. Шундай қилиб, са-

ноат дизайни — янги маҳсулот яратиш бутун жараёнининг ажралмас қисмидир ҳамда лойиҳалашдан тортиб шундай товарлар маркетинг концепциясини яратишгача бўлган жараёндир. Саноат дизайнининг тез ўсиб бориши натижасида 1957 йилда саноат дизайни бўйича халқаро кенгаш тузилган. Унинг фаолияти мақсади дунёдаги саноат дизайнларини рағбатлантириш ва дизайнлар малакаларини оширишга ҳамкорлик қилишдир. Бу ташкилот ЮНЕСКО қошида фаолият кўрсатади. Шунингдек, буюртма бўйича дизайн яратувчилар фирмаси ҳам мавжуд. Жуда кўп автомобиллар дизайнлари, итальян дизайнерлари томонидан яратилган, оёқ кийимлари ва чарм буюмларининг итальян дизайнерлари томонидан яратилган дизайнлари дунёда энг машҳурдир.

САНОАТ НАМУНАСИ (инг. Industrial sample) — бадиий ва бадиий конструкторлик ижроси бўлиб, маҳсулот ташқи кўринишини белгилайди. Саноат намунаси ҳажми (моделлар), текис (расмлар) ёки аралаш бўлиши мумкин. Саноат намунаси янги, оригинал ва ишлаб чиқаришга яроқли бўлса унга ҳуқуқий ҳимоя берилади. Патент эгасига саноат намунаси бўйича алоҳида ҳуқуқ берилади. Патент эгасининг рухсатисиз патент олган саноат намунасини ҳеч ким ишлатолмайди. Саноат намунаси давлат саноат намуналари реестрига киритилганидан сўнг Давлат Патенти ташкилоти томонидан патент бериш амалга оширилади. Саноат намунаси шу давлатда патент берилган, лекин ундан хорижий мамлакатда фойдаланилмоқчи бўлса, шунингдек, лицензияни сотиш ва маҳсулотни экспорт қилиш ҳолларда автор хоҳишига қараб хорижий валютада ҳақ тўланиши мумкин.

САРМОЯВИЙ СЕРТИФИКАТ (инг. Certificate of investments) — маълум бир фойдани олиш ҳуқуқига берувчи қимматбаҳо қоғозлар фонди (сармоявий фонд)даги улуш ҳақидаги гувоҳнома. Сармоявий сертификат на қатъий фоизларини қимматли қоғозларига, на акцияларга киритилади. Сармоявий сертификат баҳоси сармоявий фондига киритилган облигация ва акция ўзгартириш натижасида ўзгаради. Ҳар куни сармоявий сертификат баҳоси фонд қийматини сармоявий сертификат миқдорига бўлиш орқали топилади.

САҚЛАШ ҚИЙМАТИ (инг. Storage cost) — 1.Нақд товарни сақлашнинг суғурта, омбор харажатлари ва фоиз тўловини ҳам ўз ичига олган қиймат. 2.Тезкор битимлар бозоридаги шундай вазиятки, унда турли етказиб бериш муддатидаги турли хил то-

варлар нархларидаги фарқлар бўлиб, улар ўзида суғурталаш, сақлаш ва фоиз тўлаш харажатларини тўла ифода этади.

СВИТЧ (ингл. Switch) – етказиб бериш вақтини 1 ойдан 2 ойга кўчириш.

СВИФТ (ингл. Swift) – махсус телекоммуникациялар ёрдамида амалга оширилган ҳисоб-китоблар ҳақида банклар ўртасида ахборотни электрон айрибошлаш мақсадида 1973 йилда тузилган халқаро банклараро ташкилот. Ҳозирги пайтда СВИФТ тизмида 54 та давлатдан 1500 дан ортиқ банк иштирок этмоқда.

СВОДКА ЗАТРАТ (ингл. report of expenses) – Қурилишлариинг смета қийматини аниқловчи ҳужжат. У нафақат ишлаб чиқариш бинолари учун ажратилган лойиҳалаштирилган корхона капитал қўйилмаларини, балки фуқароларнинг яшаш жойлари, қурилиш саноати базаси, йўловчи ташувчилар транспортлар учун бинолар ва бошқа муҳандислик иншоотлари учун ажратилган капитал қўйилмаларни ҳам ўз ичига олади.

СВОП (ингл. Swap-айрибошлаш) – фровард ва спот операцияларида қўлланувчи валюта операцияларининг турли кўринишлари: бунда нақд валютани сотиш (бир вақтда) уни маълум муддатга олишлар билан бир вақтда содир бўлади, аксинча бўлади. Бундай операциялар қўшимча иқтисодий фойда олишга имкон яратади ёки валюта йўқотишларига олиб келади.

СДАТОЧНЫЙ ЦЕНЫ (ингл. Delivery prices) – савхозлар ва бошқа давлат қишлоқ хўжалиги корхоналарига сотилувчи қишлоқ хўжалик маҳсулотларининг баҳоси.

СДЕЛКА (ингл. Transaction deal: лот. Patio, contractus) – тижорат тўловлари, кредит операциялари ва бошқалар бўйича келишув. У 2 ёки бир неча томонлар ўртасида тузилади. Унда таннарх, шартлар, вақт ва операциялар содир бўлиш жойи келишилади.

СЕЙЛЗ (иигл. Promotion) – 1.Товар ҳаракати, сотишни рағбатлантириш. 2.Савдо ходимларини меҳнатини мукофотлаш, совғалар орқали рағбатлантириш.

СЕКВЕСТР – давлат органларига тортилган мулклардан фойдаланишни тақиқлаш.

СЕРВИС (ингл. Service) – транспорт воситаларни, машина ускуналарини сотиш ва ишга тушириш билан боғлиқ комплекс хизмати таъминловчи корхона маркетинг фаолиятининг

тизимчаси. Маҳсулотни унинг бутун ҳаёти давомида кузатиб бо́рувчи тўғри ташкил қилинган сервис техникани нормал ишга доимий тайёрлигини таъминлайди. Чет эл харидори товар сотувчига қаттиқ талабларни қўяди: Сервис маҳсулотни унинг бутун хизмат давомида иш қобилиятини таъминлашуви. Сервис сотувдан олдинги ва сотувдан кейинги, охиргиси эса кафолатли ва кафолатдан кейинги сервисга бўлинади. Сотувдан олдинги сервис ташиш, маҳсулотни иш ҳолатига келтириш, уни ишда намойиш қилиш ва бошқалар билан боғлиқ бўлган нуқсонларни бартараф этишдан иборат. Сотувдан кейинги кафолатли сервис сотувдан олдинги сервис каби бепул амалга оширилади. Сервис хизмати ишчилари кафолатли давр давомида доимий равишда махсус чиқарувсиз харидор корхонага келиб туради, сотилган техникани кўриб чиқади, уни ишлатишни назорат қилади. Кафолатдан кейинги сервис контракт асосида пул эвазига эга. Маҳсулотдан фойдаланишни тўхтатишгача сотувчи режавий огоҳлантириш ва капитал таъмирлашни ўтказади, эҳтиёт қисмларини етказиб беради, техникадан самарали фойдаланиш бўйича маслаҳатлар беради.

СЕРВИСИИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ – ишлаб чиқариштехника мақсадларидаги маҳсулотларни, маданий-маиший, хўжалик ва бошқа саноат маҳсулотларини сотиш ҳамда уларни ишлатиш билаи боғлиқ бўлган хизмат соҳалари. Сервиснинг қуйидаги турлари мавжуд: сотувга қадар ва сотувдан кейин сервис (кафолатли, кафолатдан кейинги). Сотувга қадар сервис қуйидагилардан иборат: маҳсулотларни ташиш вақтида содир бўлган нуқсонларни бартараф этиш, товарни иш ҳолатига келтириш, товарнинг ишлашини харидорларга намойиш этиш ва бошқалар. Сотувдан кейинги (кафолатли) сервис – товарнинг норматив-техник ҳужжатида ёки шартномада шартлашилган муддатларда юз берган нуқсонларини ўз вақтида бартараф этиш. Буига харидорни буюмни ишлатиш қоидалари билан дастлабки таништиришни киритиш мумкин. Кафолатли хизмат харажатлари сотиш нархига киритилгани учун бундай хизматлар текинга кўрсатилади. Кафолат муддати ўтгандан сўнг сервис даврий созлаш ва зарур қисмлар билан таъминлаш, буюмдан фойдаланиш бўйича маслаҳат бериш ва бошқалар одатда шартнома асосида ҳақ олиб амалга оширилади.

СЕРИАЛ ОБЛИГАЦИЯ (инглз. serial bond) – бу шундай облигацияки, унинг чиқарилиш шартлари қарзнинг йиллик

тўлови ва шунга мос равишда кейинги тўлов фоизларини қисқартириб боришни кўзда тутади. Бундай облигацияларни чиқаришдан мақсад қарзни узиш жараёнини енгиллаштиришдан иборат.

СЕРИЯ (инг л. Series) – бир вақтнинг ўзида (қимматли қоғозлар) битта рақам ёки бошқа белги остида чиқарилган қимматбаҳо қоғозлар мажмуи.

СЕРИЯЛИ ОБЛИГАЦИЯ (инг л. Serial bond) – турли хил тўлаш муддатлари билан ишлаб чиқарилган облигациялар.

СЕРТИФИКАТ (инг л. Certificate) – гувоҳнома, ёзма шаҳодатнома.

СЕРТИФИКАЦИЯ МАРКАЗИ (инг л. Centres certification) – вазифасига ГОСТ нормалари ва халқаро стандартларга маълум бир маҳсулот турларининг техник ва истеъмол сифатларини мос келишини мувофиқлаштирувчи давлат экспорт структуралари.

СЕССИЯ (инг л. Trading session) – маълум бир товар, қимматбаҳо қоғознинг биржа савдоси ўтказиладиган вақт. Масалан: фонд биржаларида акция сессиялари, аукцион сессиялари мавжуд.

СИБОР (инг л. SIBOR) – халқаро депозитлар бўйича бошқа чет эл валюта бозорида осиё доллари учун қўйилиш ставкаси.

СИЁСИЙ ТАВАККАЛЧИЛИК (инг л. Politecal risk) – ҳукумат сиёсатининг ўзгариши, ҳарбий ҳаракатлар, миллийлаштириш, мусодара қилиш, меъёрлаштириш ва эмбаргона олиб борилиши билан боғлиқ тавакка лчилик сиёсий тавакка лчиликни назорат қилиш учуи банклар кредит лимитларини белгилайдилар.

СИНАБ КЎРИЛАДИГАН БОЗОР (инг л. Assay market) – маълум товарнинг бозорлардан текшириб кўриб баҳолаш учун етарли бўлган харидорлар йиғиндиси. Маҳсулотни ялпи ишлаб чиқаришдан аввал синаб кўриладиган бозорга чиқарилади.

СИНДИКАТ (инг л. Syndicate) – 1.Картель типидаги келишув тури бўлиб, бозорни бошқариш йўли билан хом ашё олди-сотдиси соҳасида монополиялар ўртасида коикуренцияни йўқотади, мақсади кўи фойда олиш. 2.Инвестицион банкирлар гуруҳи бўлиб, янги чиқарилган қимматбаҳо қоғозлар ёки чиқарилмаганларини сотиш ва жойлашни ўз бўйнига олади.

СИИИШ (инг л. Insolverncy) – қарз бўйича тўловларни тўлашга қурби етмай қолишлик.

СИИТЕТИК ҲИСОБ (инг.л. Synthetic account) – бухгалтерия ҳисобида хўжалик маблағлари ва ашёларининг умумлаштирилган ҳисоби.

СИНХРОМАРКЕТИИГ (инг.л. Synchro-marketing) – ўзгарувчан талабда стимуллаш методи.

СИРҒАЛУВЧИ НАРХЛАР ҲАҚИДАГИ ИЛОВА (инг.л. escalating prices clause about) – ишлаб чиқаришнинг тўхтаб қолиши ёки (инфляция туфайли) баҳолар умумий даражасининг ўзгаришига боғлиқ равишда товарниг сўнгги нархини белгилаш тўғрисидаги шартнома банди.

СИРҒАЛУВЧИ ИАРХ (иигл. SlidingFescalating price) – томонлар келишуви усулига кўра, шартнома амал қилиш муддати давомида ўзгариб турувчи нархлар.

СИРПАНУВЧИ БЮДЖЕТ (инг.л. Sliding budget) – баъзи мамлакатларда қўлланилиб, бир неча йил (одатда 5 йил)ни ўз ичига олади. Унинг асосида бюджетни қайта ишлаб чиқарншиинг сирпанувчи прииципи ётади.

СИФ (иигл. CIF-cost, insurance and freight) – халқаро савдода товарларни етказиб бериш шарти бўлиб, бунда сотувчи тоннажни фрахтлаш ва фрахтни жўнатиш, товарни портга етказиш ва кема бортига келишилган муддатда юклаб бериш, харидорга коносаментни бериш, товарни хавф-хатардан суғурталаш, харидорга суғурта полисини беришга жавобгар бўлади.

СИФАТ СЕРТИФИКАТИ (инг.л. Certificate of quality) – етказиб берилаётган товар сифатини тасдиқловчи энг кўп тарқалган ҳужжатлардан бири шартнома кўзда тутилган сифати кўрсатқичлари ва техник ҳолатларини ўз ичига олади. Одатда, ишлаб чиқарувчи ёки экспортёр томонидан берилади. Холис (бетараф) томондан берилган сертификатни сотувчи харидор талабига кўра беради. Сифат сертификатисиз иусха тузилади. Одатда, улардан бирн юк билан ёки банк ҳисобкитоблари билаи ва бошқа тўлов ҳужжатлари билаи тақдим қилинади.

СКАЛЬП (инг.л. Scalp) – бироз фойдаси бўлган биржа тижорат битими бўлиб, қисқа вақт ичида амалга оширилади.

СКИДКА (АРЗОНЛАШТИРИШ) (инг.л. Discount) – сотувчи томонидан харидорларга сотувни кенгайтириш, маълум харажатларни қоплаш, сотилган товар миқдорини кўпайтириш мақсадида ажратган суммаси.

СКОИТО ЧЕГИРМАСИ (инг. Cash discounts) – нарх чегирмаси бўлиб, шартнома муддатидан олдин нақд ёки олдиндан тўлов амалга оширилгани учун битимнинг 3-5%ни ташкил қилади.

СЛИП (инг. Slip) – суғуртадаги ҳужжат бўлиб, бунда суғурта брокери ўзининг суғурта хавфи ва шарти ҳақидагиларни киритади.

СМЕТА (инг. EstimateFstatement) – ташкилот томонидан маълум календар давр ичида, иқтисодий бир турдаги маҳолалар бўйича, тугалланмаган ишлаб чиқариш қолдиқларини, капитал қурилиш харажатларини ўзгаришини ҳисобга олган ҳолда, маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотишнинг бўлғуси режали харажатларни гуруҳлаш.

СМЕТАЛИ МОЛИЯЛАШ (инг. Criminal negligence) – мансабдор шахс томонидан ўз вазифасини бажармаслик ёки тўла бажармасликни англатувчи жиноят бўлиб, натижада давлатга ёки қонуний ҳуқуқларга ёки фуқароларга зарар етказилиши мумкин.

СОВУШ МУДДАТИ (инг. "cooling off" period) – 30 кундан 90 кунгача бўлган муддат бўлиб, унда қимматли қоғозлар ва биржалар бўйича комиссия янги қимматли қоғозлар чиқариш бўйича берилган аризаларни текшириб кўради.

СОЛИҚ (инг. Tax, charge< levy) – мажбурий тўлов. Солиқнинг моҳияти, роли ва таркиби жамиятнинг иқтисодий ва сиёсий тузуми, давлатнинг иқтисодий-ижтимоий табиати ва функцияларига кўра белгиланади. Давлат бюджети даромадларининг асосий манбаи солиқлардир. Масалан, акциз, даромад, транспорт солиқлари ва ҳоказо.

СОЛИҚ ҚОНУНЧИЛИГИ (инг. Tax legislation) – мамлакатда солиқ турларини, солиққа тортиш, у билан боғлиқ турли муносабатларни тартибга солувчи юридик меъёрлар мажмуи; молиявий ҳуқуқ институти. Ишлаб чиқариш интернационализацияси тараққиёти билан боғлиқ ҳолда ҳамкорлик қилувчи мамлакатлар солиқ қонунчилигида зидликлар юзага келиши мумкин. Масалан, фирмалар, ҳатто жисмоний шахслар ҳам халқаро фаолиятда икки томонлама солиққа тортилиши кузатилади. Бундай ҳолатларни бартараф қилиш учун давлатлар ўртасида икки томонлама ёки кўп томонлама солиқ битимлари тузилади.

СОЛИҚ АГЕИТИ (инглз. Tax agent) – солиқ инспекциясининг масъул ходими; солиқ тўловларини қабул қилиш билан шуғулланади.

СОЛИҚ БАЗАСИ (инглз. tax base) – солиқ солинадиган даромад ёки активлар қиймати.

СОЛИҚ ГАВАНИ (инглз. tax haven) – солиқ ва бошқа имтиёзлар бериш йўли билан хориждан ссуда капиталларини жалб қилиш сиёсати ўтказиладиган кичик давлат ёки ҳудуд. Баъзан имтиёзли (камайтирилган) солиққа тортиш даромаднинг айрим турларигагина қўлланади. Офф-шор марказларидан фарқ қилиб, солиқ гаванида имтиёзлар фақат хорижий компанияларга эмас, балки маҳаллий компанияларга нисбатан ҳам қўлланади. Ҳозир дунёда 70 дан ортиқ солиқ гавани бор.

СОЛИҚ ДЕКЛАРАЦИЯСИ (инглз. Income tax return) – солиққа тортилган юридик ва жисмоний шахснинг даромад миқдори, мулк қиймати ва бошқалар ҳақидаги маълумотлари.

СОЛИҚ ИММУНИТЕТИ (инглз. Tax immunity) – айрим юридик ёки жисмоний шахсларнинг миллий ёки халқаро ҳуқуқ нормаларига кўра солиқ тўлашдан озод этилиши.

СОЛИҚ ИМТИЁЗЛАРИ (инглз. Tax privilegesFexsemption) – юридик ва жисмоний шахсларни солиқдан қисман ёки тўлалигича озод қилиш. Солиқ имтиёзлари солиқ сиёсатининг бир элементи бўлиб, ижтимоий ва иқтисодий мақсадларда амалга оширилади. Халқаро иқтисодий соҳада эса солиқ имтиёзлари экспортёрларни рағбатлантириш ва хорижий инвестицияларни жалб қилиш мақсадида қўлланилади. Унинг қуйидаги турлари кенг тарқалган: солиққа тортилмайдиган даромадлар, солиқ чегирмалари, асосий даромаддан айрим чиқимларни чегириш, аввал тўланган солиқларни қайтариш, айрим солиқлардан бутунлай озод қилиш ва бошқа.

СОЛИҚ РЎЙХАТЛАРИ (инглз. Tax records) – молия органлари томонидан даромад солиғига тортилган индивидуал тартибда фаолият юритадиган шахслар ҳақидаги маълумотлар.

СОЛИҚ СЕРТИФИКАТЛАРИ (инглз. Tax certificates) – молия вазирлиги ёки бошқа давлат органлари томонидан корхона ёки корпорацияни белгиланган муддатда солиқдан қисман ёки бутунлай озод қилиш ҳақида берилган ёзма расмий гувоҳнома.

СОЛИҚ СИЁСАТИ (инглз. Texation policy) – давлат томонидан солиқ бўйича олиб бориладиган тадбирлар тизими.

СОЛИҚ СОЛИНАДИГАН КИРИМЛАР (инг. taxed profits) — юридик ва жисмоний шахслар ялпи даромадининг солиққа тортиладиган қисми.

СОЛИҚ СОЛИНАДИГАН АЙЛАНМА (инг. taxed turnover) — товарларни реализация қилнш айланмаси, унга кўра айланма солиғи ҳам ошиб боради.

СОЛИҚ СТАВКАСИ (инг. Tax rate) — солиққа тортиш бирлигига кўра солиқ катталиги. Қатъий солиқ ставкаси солиққа тортиш бирлигига абсолют суммаларда ўрнатилади, у киримдан қатъи назар бўлади. Пропорционал солиқ ставкаси кирим билан бир хил фоизда, унинг ҳажмидан қатъи назар ўрнатилади. Прогрессив солиқ ставкаси кирим ҳажмининг ортиши билан ўсиб боради. Регрессив солиқ ставкаси эса, аксинча, кирим ҳажмининг ўсиши билан камайиб боради.

СОЛИҚ ТЎЛОВЧИЛАР (инг. Taxpayers) — қонун бўйича солиқ тўлашлари шарт бўлган юридик ва жисмоний шахслар.

СОЛИҚ ТЎЛОВЧИЛАР ҲИСОБИ (инг. Iscount of taxpayers) — солиққа тортиладиган кирими ёки объектлари бўлган фуқароларнинг молия ташкилотлари томонидан қайд этилиши.

СОЛИҚ ТАРИФЛАРИ (инг. Tax tariffs) — турли маҳсулотлар, кўрсатилган хизматлар ва бошқаларга солинган маълум сумма ёки фоиз тарзидаги системалаштирилган ставка рўйхати.

СОЛИҚ ТИЗИМИ (инг. Tax system) — давлатда қўлланувчи солиқлар мажмуи, шунингдек, солиқлар тузилишининг шакли ва методлари мажмуи.

СОЛИҚ ШАРТЛАРИ (инг. Tax clause) — савдо шартномасида томонларниг ўз ҳисобидан солиқ ва йиғимларни тўлашлари мажбурийлиги белгилаб қўйилган шартлар.

СОЛИҚҚА ТОРТИШ (инг. Taxation) — давлат ва маҳаллий ҳокимият органлари фойдасига юридик ва жисмоний шахслардан пул ундириш. Унинг асосий вазифаси иқтисодиётни тартибга солишдир. Солиққа тортиш билан давлат хўжалик конъюнктурасига таъсир кўрсатилади, иқтисодий ўсиш барқарорлаштирилади. Солиққа тортишнинг яна бир вазифаси пул воситаларини қайта тақсимлашдир.

СОЛИҚДАГИ ФАРҚЛАР (инг. Tax difference) — ташкилотда айланма солиғи бўйича солиқ тўланганда ҳосил бўлган ортиқча ёки етишмаган сумма.

СОЛИҚДАН БОШ ТОРТИШ (инглз. Tax evasion) – моиополистик бирлашмалар ва тадбиркорлар томонидан кирим ва мулкларнинг бир қисмини бож тўламаслик учун яшириш.

СОЛИҚЛАРНИИГ ЎЗГАЛАРГА ЎТКАЗИЛИШИ – мулкдор синф вакиллари солиқларининг кенг меҳнаткаш оммага ўтказилиши.

СОЛИҚЧИЛАР (инглз. Tax collectors) – давлат томонидан солиқ тўплаш ҳуқуқи берилган юридик ва жисмоний шахслар.

СОЛИШТИРМА НАРХЛАР (инглз. Average prise of unit) – товар бирлигининг ўртача нархи у халқаро савдода баҳолар ҳаракатининг статистик кўрсаткичи бўлиб, иқтисодий ахборотлар асосида ҳисобланадиган умумий статистик манбалар таркибида сақланадиган, алоҳида товарларнинг аниқ нархини кўрсатмайдиган, балки давлат ҳудудига олиб кирилган ёки олиб чиқиб кетилган у ёки бу турдаги товарларнинг нархи ва миқдори ҳақидаги маълумотлардир.

СОЛОБЕКСЕЛЬ (инглз. Promissory note, One-name paper)– бу тўлов мажбуриятини ўз зиммасига олган фақат бир шахс имзоси мавжуд бўлган вексель. Унга кўчирилувчи векселлардан ташқари, барча векселлар тегишлидир.

СОТИБ ОЛИШ (инглз. Buying a stock) – ташқи савдода хориждан мамлакатга буюртмачининг талабномаси бўйича товар ёки хизматларни сотиб олиш ёки ички бозорда сотиш учун олиб кириш.

СОТИБ ОЛИШ ҚОБИЛИЯТИ ПАРИТЕТИ (инглз. purchasing capacity parity) – валюталар курсининг алмаштириш даражаси бўлиб, ҳар қайси валютанинг сотиб олиш қобилиятини тенглаштириб туради.

СОТИБ ОЛИШ ҲАҚИДА ҚАРОР ҚАБУЛ ҚИЛИШ (инглз. Come to a decision on purchase) – бир неча босқичларни ўз ичига олган жараён: муаммони англаш, ахборот қидириш, турли вариантларни таҳлил қилиш, сотиб олишга қарор ва сотиб олишга муносабат. Сотиб олиш жараёни олди-сотдини амалга оширишдан анча илгари бошланади ва у харидор шу маҳсулотга талабни ҳис этиб, англашидан бошланади. Эҳтиёж ички ва ташқи қўзғатувчилар таъсирида сезилиши мумкин. Ушбу қўзғатувчиларни билган ҳолда маркетолог харидорни ушбу маҳсулотга жалб этиши мумкин. Эҳтиёжни қондириш мақсадида харидор ушбу маҳсулот тўғрисида ахборот йиға бошлайди ва уларни таҳлил қилиш йўли билан энг мақбул вариантни баҳолайди. Бунда, у маҳсулот хусусиятига, фойдали-

лик функциясига, маркасининг оммавийлигига ва ҳоказо эътиборини қаратади. Вариантларни баҳолаш харидор томонидан маҳсулотни даражалашга олиб келади ва ундан энг эътиборли товарни сотиб олиш тўғрисида фикр туғилади. Лекин қарор қабул қилишга одамлар, кутилмаган ҳодисалар тўсиқ бўлиши ҳам мумкин. Агар бу факторлар юз бермаса, харидор маҳсулотни сотиб олади. Сотиб олгач, харидор маҳсулотдан қониқиши ёки қониқмаслиги мумкин. Маркетологнинг вазифаси сотиб олинган маҳсулот тақдири билан қизиқишдир.

СОТУВ ГУРУҲИ ҲАҚИДА КЕЛИШУВ (инг. Agreement about bank group) — янги облигацияларни сотишдаги керакли ҳужжат бўлиб, унда диллер қимматли қоғозларни бошқа шерикларига таклиф қилиш, ўз навбатида улар чакана мижозларга сотиш имкониятини беради.

СОТУВНИ РАҒБАТЛАНТИРИШ (инг. Stimulation of sale) — маҳсулот ёки товарларни сотилгаилик ёки сотиб олганлиги-ни рағбатлантириш чора-тадбирлари. Унинг вазифаси — ўша товарнинг сотилишига, сотувчи фирма билан мунтазам тижорат алоқаларини амалга оширишга чорлайди. Одатда, сотувчи рағбатлантиришнинг 2 хил тадбирларини: 1. Сотувчиларга (восита агент диллерларга), 2. Харидорларга қаратилган тадбирларни фарқлайдиган харидорларга нисбатан бўлган сотувни рағбатлантиришга, агар харидор айтилган шарт билан товарни олса, унга тижорат манфаатдорлик етади. Бундай манфаатдорлик, масалан, товар партияси ҳажмига кўра чегирма бериш, маълум миқдордаги маҳсулотни муитазам равишда харид қилиб турганлик учун ("бонус" чегирмалари) бўлиши мумкин. Шунингдек, яна турли шаклдаги кредитлардан ҳам фойдаланилади. Катта партиядаги товарлар сотилишиии кўзда тутган товар намуналарининг бепул тарқатилиши, "синаб кўриш" мақсадида ишлатиб кўргани бепул вақтинчалик товарни фойдаланишга бериш, янги товар учун бадал сифатида ишлатилган маҳсулотни қабул қилиш, олиш ва ҳоказо сотувчи рағбатлантиришнинг самарали тадбирларидан яна бири баҳоларнинг кескин камайтирилиб юборилишидадир (кўпинча янги моделдаги товарнинг тайёрлашга ўтишдан аввал ва ҳ.к.). Сотувии рағбатлантириш тадбирлари аввалдан маҳсулот истеъмоли билан ўз тажрибаси орқали амалиётда таниш бўлгаи харидорларга қаратилган. Воситачиларга аталган тадбирлар уларни энг шиддатли жонбозлик билан маҳсулотларни

сотишга ва тадбиркорлик билан харидорлар сонини оширишларга чорлайди, хусусан, воситачиларга бепул ёки имтиёзли шартлар билан сотувдан олдинги ҳамда сотувдан кейинги хизматлар учун махсус асбоб-ускуиалар, кўчма устахоналар берилади. Шунингдек, уларни воситачилик фаолиятига натижаларига боғлаб қўювчи чегирма берадилар, сотувчиларга нисбатан сотувни рағбатлантириш магазин ходимларига салон ва намойиш зали ходимларига нисбатан қўлланиб, одатда шу ходимлар томонидан сотувда юқори кўрсаткичларга эришганликлари учун берилади. Рағбатлантириш пул мукофоти тарзида, қимматли совғалар, қўшимча дам олиш кунлари, фирма ҳисобидан кўнгилочар саёҳатларга бориш тарзида бўлиши мумкин. Шунингдек, маънавий рағбатлантириш ҳам кенг қўлланиладн.

СОФ РАҚОБАТ (инг. Pertect competition) — кўп сонли харидорлар, юқори товар сифати ҳамда янги бизнесга қаршилик бўлмаганда, харидорлар ва сотувчиларни бозор ҳақида яхши ахборотга эга бўлиши, капиталларнинг бемалол ҳаракати амалга ошувчи соғлом фаолият юритувчи бозор механизмдир.

СОФ РАҚОБАТ БОЗОРИ (инглз. Market of pure competition) — жорий баҳолар доирасига ҳеч бир харидор ва сотувчи таъсир ўтказа олмайди, якуний товар билан келишувни амалга ошириш харидорлар ва сотувчилар йиғиндиси.

СОХТА (ФИКТИВ) КАПИТАЛ (инг. Fictitious capital) — қимматбаҳо қоғозлар ҳолидаги капитал бўлиб (акция, облигация), ўз эгаларига доимий ҳолатда дивиденд ёки фоиз кўринишидаги даромад олиш ҳуқуқини беради. Уни шундай номланишининг сабаби, у реал иқтисодий муносабатларини бузиб тасвирлайди, шу билан бир қаторда қимматли қоғозлар ҳақиқий натижани ташкил қилади ва ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлмаган даромад келтиради деган иллюзияни вужудга келтирадн. Сохта капитал иқтисодий категория сифатида ҳақиқий ва ссуда капиталлари билан боғлиқ бўлса ҳам улардан фарқ қилади, чунки баъзи бир қимматли қоғозлар капиталнн ташкил этади.

СОХТА БАНКРОТЛИК (инглз. factitious bankrutcy) — корхонанинг қарзларни тўлаш муддатини узайтириш ёки бўлиб-бўлиб тўлаш учуи кредиторларни чалғитиш мақсадида тўлашга қурби етмайдиган қилиб эълон қилиниши.

СОҲА ТАВАККАЛЧИЛИГИ (инг. Branches risk) – алоҳида соҳаларнинг хусусиятлари билан боғлиқ таваккалчилик. Бундай таваккалчилик нуқтаи назаридан барча соҳаларни қуйидагича классификация қилиш мумкин. А) цикллик тебранишларга кўп учраган (қурилиш материаллари соҳалари, асбоб-ускуналар ишлаб чиқариш соҳалари). Б) цикллоик тебранишларга кам учраган соҳалар (кеиг истеъмол моллари ва озиқ-овқат саноати). Бундан ташқари "ўлиб бораётган", турғун ишлаётган, тез ўсаётган соҳалар, илғор технологияга асосланган соҳаларга ҳам ажратиш мумкин. Соҳа таваккалчилиги қимматли қоғозларга ҳам ажратиш мумкин. Соҳа таваккалчилигини қимматли қоғозлар инвестиция сифати ва курсининг қиймати ўзгариши билан ва шунга мос равишда соҳанинг у ёки бу турга оидлиги, бу факторинг инвестор томонидан тўғри баҳоланишига боғлиқ равишда инвестор томонидан тўғри баҳоланишига боғлиқ равишда инвесторлар кўрган зарарларда ифодаланади.

СОХТА КАПИТАЛ (инг. Fictitious capital) – пул ёки жиҳоз кўринишдаги ҳақиқий капиталдан фарқли ўлароқ, қийматга эга бўлмаган, фақатгина фойда олиш ҳуқуқига эга бўлган капитал (акциялар, облигациялар ва бошқалар).

СПЕЦИФИКАЦИЯ ҲИСОБИ (инг. Specified account) – ҳисоб реквизитлари ва спецификациясини бирлаштирувчи ҳисоб, бундай ҳисоб товар ҳар бир донаси, баҳоси, тур ва сортларига қараб кўрсатилади ҳамда бутун партия товарлари қиймати кўрсатилади. Спецификация ҳисоби агар товар партияси ичида турли ассортиментдаги товарлар мавжуд бўлган ҳолларда ёзилади.

СПЛИНГ (инг. split) – битта эски акция ўрнига бошқа янги акцияларнинг чиқарилиши. Буининг натижасида бозор жонланади ва акциялар айланмаси тезлашади.

СПОНСОР (инг. sponsor) – йирик бир тадбирларнинг ҳаракатини ўз бўйнига олувчи ҳуқуқий ёки жисмоний шахс. Спонсорлик одатда реклама учун ишлатилади.

СПОТ-БОЗОР (инг. Spo-merket) – реал товарлар билан олди-сотди қилинадиган бозор бўлиб, унда битим келишиб олинган кундан бошлаб 3-4 кун давомида тузилади.

ССУДА (инг. loan)–шартнома иштирокчиларини бир томонидан иккинчи томонга пул ёки моддий бойликларининг қайтариб бериш шарти билан бериб турилиши бўлиб, одатда унга устама фоиз тўланади.

ССУДА ҚАРЗИИИ УЗИШНИНГ КЕЧИКТИРИЛИШИ (инглл. postponements of repayment loan) – ссуда қарзи муддатининг олдинги ҳолатидан ортга сурилиши; моддий бойлик ва харажатларни кредитлашда қўлланилади.

ССУДА БЎЙИЧА РЕЖАЛАШТИРИЛГАН ТЎЛОВЛАР (инглл. Planned payments on loans) – ссуда ҳисоби бўйича қарздорликни узиш усулларидан бири бўлиб, унинг асосида кредитланган товар-моддий бойликлариии сарфлашнинг режали муддати ётади.

ССУДА БЎЙИЧА ТЕЗКОР МАЖБУРИЯТЛАР ҲИСОБИ (инг. Discount of fixed date obligation on loans) – мувофиқ баланслан ташқари ҳисобларда банк орқали амалга оширилади.

ССУДА ЖАМҒАРМАСИ (инглл. Loan fond) – қайтариб беришга асосланиб, жалб этилувчи ва ишлатилувчи эркин пул жамгарма воситалари йиғиндиси; ижтимоий бойлик шаклларидан бири.

ССУДА КАПИТАЛ БОЗОРИ (иинг. Loan market) – эркин пул маблағларини аккумуляциясини, уларни ссуда капиталини айланншини ва уларни қайта ишлаб чиқариш жараёнини иштирокчилари ўртасида қайта ишлаб тақсимлашни таъминловчи иқтисодий муносабатлар тизими:

ССУДА КАПИТАЛИ (инг. Loan bond) – фоиз тўлаш билан қайтариб бериладиган пул капитали.

ССУДА ҲИСОБИ (инг. Loan account) – шундай ҳисобки, унга кўра банкда ссуда берадилар ва қайтариб оладилар. Ссуда ҳисоби оддий ва махсус ҳисобларга бўлинади. Оддий ссуда ҳисоби бўйича кредит бериш айланма ҳисобидан кредит бериш бўлади.

ССУДА-ЖАМҒАРМА БИРЛАШМАЛАРИ (инг. Loan saving assosiation) – аҳоли жамғармасини тўплаш ва харид ҳамда турар жой биноларини қуриш бўйича қарз бериш билан шуғулланувчи кредит ташкилотларининг бир тури.

ССУДАЛИ ОБЛИГАЦИЯЛАР (инг. Loan bonds)–одатда 10 йиллик муддат билан чиқариладиган облигациялар, улар эгаси томонндан номинал бўйича қарзни узиш учун муддатидан анча илгари, 5 йилдан сўнг тақдим этилиши мумкин. Облигацияни ссудалаштириш ҳақидаги қарор облигация эгаси томонидан маълум муддатда, одатда 6-12 ой ичида қабул қилиниши ва агент ёки траст компанияга берилиши керак. Акс ҳолда облигациялар автоматик равишда кеч муддатда узилади.

СТАБИЛЬ (инг. Stable) – турғун, мунтазам, аниқ бир даражада тўхтаган, ўзгармас.

СТАГНАЦИЯ (инг. stagnation) – 1.Турғунлик, иқтисодда иқтисодий ўсишни секинлашуви (3%дан кам) ёки (инфляция ҳисобига олганда) тескари ўсишни ифодаловчи атама. 2.Қимматли қоғозларни бозордаги паст активлик муддати.

СТАГФЛЯЦИЯ (СТАГНАЦИЯ-ИНФЛЯЦИЯ) – иқтисоддаги шундай вазиятки, унга кўра турғунлик ва ишлаб чиқаришнинг пасайиб кетиши ўсиб борувчи ишсизлик ва мунтазам равишда нарх ошиш-инфляция билаи биргаликда юз бериши мумкин.

СТАЛИЯ ВАҚТИ (инг. Lay time)–денгиз орқали ташишда ўрнатилган шартнома бўйича фрахтчи томонидан юклашни тушуриш ишларининг амалга ошириши.

СТАНДАРТ (инг. Standart) – 1. Намуна, эталон модель бўлиб, улар билан бошқа предметларии таққослаш мақсадида асосий манба қилиб олинади. 2. Компонент ташкилот томонидан тасднқланган норматив –техник ҳужжат бўлиб, у нормалар комплекси стандартлаштирилаётгаи иредметга нисбатан қоидалар комплексини ўрнатади.

СТАТИСТИК ПАИЛИНАЛАР (инг. Statistical duties) – хорижий товарларни чегарадан ўтишда олинадиган божхона тўловлари бўлиб, ташқи савдо операцияларининг ва шу билан бирга бир вақтда шунча мос маъмурий харажатлар компенсациясини аниқ ҳисобга олиш мақсадида амалга оширилади.

СТЕЛЛАЖ (нем. Stellage) – мукофотли тезкор битим тури бўлиб, унга кўра тўловчи битимдаги ўз ўрнини ўзи белгилаш ҳуқуқига эга бўлади, яъни муддати келганда ўзини сотувчи ёки харидор деб эълон қилади, у ҳолда у ёки бу ўз контрагентидан – мукофот олувчидан қоғозларии эиг юқори курс бўйича сотишга мажбур бўлади. Бу курслар стеллаж иуқталари дейилади. Тезкор битимларни бошқасидан фарқ қилиб, стеллажда мукофот тўловчи курс баландлаганда ҳам, пастлаганда ҳам ютади, агар улар стеллаж нуқтларидан четка чиқаришса. Мукофот олувчи эса, аксинча, курснинг турғуи бўлишига умид қилади, яъни битим муддати тугагунча курс рамкадан чиқмай турадиган бўлса, ютуқ унинг томонида бўлади.

СТРАТЕГИК РЕЖАЛАШТИРИШ (англ. Strategical planig) – раҳбарлар томонидан ташкилотга ўз мақсадида эришишда ёрдам беришга қаратилган қатор фаолият ва қарорлар тўплами.

СТОК БРОКЕР (инг. Stock–broker) – фонд брокери, фоид биржасининг аъзоси бўлиб, мижозлар топшириғи бўйича ҳамда комиссион мукофот учун операциялар ўтказиш билан шуғулланади.

СТОКИСТ (инг. Stokist, stok distributor) – савдо фирмаси бўлиб, унга товар ишлаб чиқарувчи имтиёзли шартлар бериб, ўша товар захирасининг маълум даражасининг ушлаб туриш мажбуриятини ҳам юклайди.

СТОКИОТА (инг. Stok-note) – 1. (Буюк Британия) биржа ҳисоб-китоб палатаси томонидан акция у ёки бу битимга оид эканлигини тасдиқлаш мақсадида бериладиган ҳужжат.

СТОРНО (итал. Storno–ҳисоб ўтказиш, инг. reversing an entry) – бухгалтерия ўтказма (проводкаси) бўлиб, аввал хато ёзиб қўйилган ёзувни тўғрилашга мўлжалланган. Одатда, сторионинг фақат бир тури салбий сторно ишлатилади, унда қўшимча проводка худди ўша суммага берилади, лекин салбий белгиси билан бериладики, натижада нотўғри ёзув бекор қилинади. Салбий сон одатда қизил ручка билан ёзилади, шунинг учун у баъзан "қизил" сторно деб ҳам аталади. Баъзан қисман сторно ҳам ишлатиладики, бунда аввал ёзув бутунлай ўчириб ташланмайди, балки тўғриланади.

СТРАТЕГИК ТОВАРЛАР (инг. Strategical commodities) – товар эгаси бўлган мамлакат миллий хавфсизлигига зарар етишининг олдини олиш мақсадида экспорт қилиш ман қилингаи, чегараланган ёки назорат қилинувчи товарлар. Группалари: қуроллар, ядро эиергияси билан боғлиқ жиҳозлар, 2 хил ҳам фуқаролик, ҳам ҳарбий мақсадларида қўллаш мумкии бўлган воситалар.

СУБ ПАЛАН – келишув сўзи бўлиб, ташқи савдо битимларида ишлатилади, унга кўра портга юкни етказиб бериш шарти билан савдо қилаётган сотувчи юк туширишда юкиинг трюмала кўтариб олгунгача бўлган харажатларни тўлайди, харидорга эса юкнинг жилдирилиши билан боғлиқ харажатларнинг ҳаммаси қолади.

СУБАРЕНДА (инг. Sublease) – ижарага берилган мулкнинг учинчи шахс ёки гуруҳга қайта ижарага берилиши. Бу ҳолатда ижарага иккиламчи ижарага берувчи ролини ўйнайди.

СУБВЕНЦИЯ (инг. Subvention) – маҳаллий ҳокимият органлари, хўжаликнинг алоҳида тармоғига ёки ташкилотларга (дотациядан фарқли) маълум мақсадларда давлат томонидан бериладиган молиявий нафақа тури. Субвенция банк ва

ташкилотларни соғломлаштириш (санатория) мақсадларида улар банкротлик чегарасига келиб қолганда кенг қўлланилади ёки ҳарбий саноат ҳамда унинг тармоқларини ривожлантириш учун берилади.

СУБҲИСОБ (инг. Sub accounts) – банкларда аҳоли пунктларида хўжалик ҳисобида бўлмаган ташкилотларига эга бўлган бирлашмалар, хўжалик ташкилотлари учун очилган ёрдамчи ҳисоб бўлиб, у асосий ҳисоблари бўлган банк идораси фаолиятига кирмайди.

СУБЛИЦЕНЗИЯ (инг. Sublicense) – лицензиатга лицензияни реализация қилиш учун учинчи шахсга ўтказиш ҳуқуқини бериш.

СУБОРДИНАЦИОН ҚАРЗ (инг. Loan of system of senirity) – махсус муддатсиз заём бўлиб, унга кўра ресурслар ссуда маблағи бозоридан жалб этилади ва заём шартига кўра заём эгасининг хусусий мулкига тенглаштирилади.

СУВСИДИАР (инг subsidiary) – ёрдамчи, иккинчи даражали қўшимча.

СУБСИДИЯ (инг. Subsidy, grant) – 1.Фуқароларга ва ташкилотларга зарарни қоплаш учун ёки бошқа мақсадларда қайтарилмайдиган қилиб бериладиган давлат нафақаси. Иқтисодиётни ривожлантиришга йўналтирилган тўғри субсидия ва имтиёзли солиқ ставкалари, тезлаштирилган амортизация сиёсати ва ҳоказоларни ўз ичига олган тизимни ифодаловчи иккинчи даражали субсидиялар фарқланади. 2. Маҳсулоти реализациясидан келадиган фойдаси ўз чиқимларини қоплаётган ташкилотга бюджетдан ажратиладиган пул маблаги суммаси, шунингдек, аҳолига арзон нархларда сотиладиган маҳсулотларни қувватлаб туриш.

СУБСТИТУЦИЯ (инг. Subsitution) – 1.Агар биринчи мерос хўр ўз мерос ҳуқуқини баъзи сабабларга кўра олмаган тақдирда захирадаги иккинчи мерос хўрнинг биринчиси ўрнига тайинланиши. 2.Кредит бир туринининг бошқаси билан алмаштирилиши. 3.Шартнома бир қатнашчисининг бошқаси билан алмаштирилиши. 4.Қўшимча қонуннинг ўрнатилиши.

СУВ ҲАҚИ (инг. Payment for water) – табиат ресурслари учун тўлов тури.

СУД ПОШЛИНАСИ (инг. Legal duti) – суд идораларига ташкилотлар, бошқа идоралар ва фуқароларнинг улар шикоят аризалари ва киссақиён аризаларини кўриб чиққанлик ҳамда

ҳужжат ва қоғозлар нусхаларини берганлик учун тўланадиган тўловлари.

СУЗУВЧИ (ЎЗГАРУВЧИ) КУРСЛИ ПРЕФАКЦИЯ (инг.л. Preferance share with floating rate) – шундай акцияки, уларга дивиденд тўловлари фоиз даражасига кўра ўзгариб туради, яъни фоиз ўсса дивиденд ҳам ўсади ёки аксинча. "Сузувчи" курсли префакциялар оддий префакцияларни сотиш қийин бўлган ҳамда чиқарувни конвертация қилиш мумкин бўлмаган ёки ретрективлаш мумкин бўлмаган ҳолларда бозорга чиқарилади. Бу акциялар 70-йилларда пайдо бўлган бўлиб, ташкнлот инвесторлари орасида оммавийдир.

СУЗУВЧИ КУРСЛИ ОБЛИГАЦИЯЛАР (инг.л. bond with floating rate) – манфаатдорлиги фоиз ставкасининг юқорилашига боғлиқ бўлган, лекин маълум бир минимумга эга бўлган облигация. 70-йилларнинг охиридан бошлаб оммавий тус олган. Фоиз ставкалари кўп ўзгариб турган пайтда инвесторлар учун стимул бўлиб хизмат қилади.

СУККУССИЯ (инг.л. Succesion) – қонуний меросхўрлик.

СУПЕРАРВИТР (инг.л. Umpire) – учлик суди раиси бўлиб, унинг аъзолари томонидан сайлаб қўйилади ва учлик суди аъзолари ўртасида келишмаслик юз бергудек бўлса, қатъий қарорни қабул қилиш ҳуқуқига эга.

СУПЕРВИЗОР (инг.л. Supervisor) – 1) назоратчи, инспектор; 2) бошқарув дастури бўлиб, саноқ тизими ресурсларини мақбул тақсимлашни ташкил этишга қаратилган.

СУПЕРКАРГО (инг.л. Supercargo) – 1) шундай шахсни, у кемада юкни қабул қилиш ва топшириш, трюм аҳволини назорат қилиш, кемадаги юк хоналардан яхши фойдаланиш ишларига, шунингдек, фрахтчилар ҳисобига тўланадиган харажатларга бош-қош бўлиб туради. 2) Денгиз бўйлаб юк ташишда кузатувчилик вазифасини бажарувчи шахс.

СУПЕРМАРКЕТ (инг.л. Supermarket) – кундалик эҳтиёж моллари билан савдо қилишга ихтисослашган катига ўз-ўзига хизмат магазини "Универсал"лар деб ҳам юритилади.

СУПЕРСТОР (инг.л. Superstore) – кенг ассортимент товарлари, саноат маҳсулотлари ва турли хизматларни реализация қилишга мосланган савдо маркази. Уларнинг кўпчилиги шаҳарларда жойлашган кўпинча машинаси бор харидорларга хизмат кўрсатади. Уларда (АҚШ), машиналар тўхташи учун бепул жойлар бўлади. Маҳсулот сотуви ҳажмининг катталиги

туфайли суперстордаги маҳсулотлар нархлари бошқа магазинлардагидан 5-10 фоиз арзон бўлади.

СУПЕРФИКЦИЙ (инглз. Superficies) — қатор Европа давлатлари қонунларидаги бошқа шахсга тегишли бўлган ер участкаларида иншоот қуриш ёки экин экиш учун алоҳида мулкчилик ҳуқуқи. Рим ҳуқуқлари мажмуида "ўзгалар мулкига эгалик" ҳуқуқининг бир тури бўлган. Суперфикций абадийлик ва мерос характерига эга бўлиши мумкин.

СУҒУРТА (инглз. Insurance, assurance) — маълум суғурта ҳодисалари юз берганда жисмоний ёки юридик шахслар мулкини ҳимоя қилиш учун улар томонидан тўланган бадаллар эвазига суғурта тўлови ёки суғурта таъминотини тўлаб бериш ҳақидаги иқтисодий муносабатлар тизимидир. Суғуртада икки томоннинг мавжуд бўлиши шарт, яъни махсус фондни ташкил қилиш ва уни қўллаш билан шуғулланувчи махсус ташкилот-суғурталовчи ҳамда ўша фонд бадалларини тўлаб турувчи суғурталанувчидан иборат. Улар жисмоний ёки юридик шахс бўлиши мумкин. Уларнинг ўзаро мажбуриятлари, суғурта шартномаси орқали белгиланади. Суғуртада 3-шахслар, яъни фойда олувчилар ҳам иштирок этиши мумкин. Суғуртанинг уч соҳаси бор: 1) Мулк суғуртаси; 2) Ҳаёт суғуртаси; 3) Жавобгарлик сугуртаси.

СУҒУРТА ҚИЙМАТИ (инглз. Value insured) — суғурта шартномасидаги ҳақиқий мулкий қийматнинг пул орқали баҳолаш суммаси. Шартнома тузилган пайтда суғурталанган мулк ҳақиқий суғурта қийматидан суғурта суммаси ортиб кетмаслиги керак. Бу қоида суғурталаш лимити (инглз. Limit of insurance) деб аталади (лекин бу қоида шахсий автомашиналарни суғурталашга алоқадор эмас) лекин мажбурий суғурталашда махсус қонуний ва норматив актлар билан белгиланадиган минимал суғурта қиймати ҳам кўзда тутилиши мумкин. Томонлар мулк суғурта қийматини рад эта олмайдилар фақатгина суғурталанувчи суғурталовчи томонидан атайлаб чалкаштирилганлигини исбот қилиб берган ҳолатлардан ташқари. Агар суғурта суммаси мулкнинг ҳақиқий суғурта қийматидан ортиб кетса, бундай суғурталаш ҳақиқий эмас, деб ҳисобланади. Суғурталанувчи ўз мулкини тўлалигича сугурта қилдирмаслиги мумкин, у ҳолда зарар суғурта суммасига ва суғурта қийматига пропорционал равишда суғурталовчи томонидан қопланади.

СУҒУРТА АГЕНТИ (инг. insurance agent) – суғурта идоралари номидан иш кўрувчи юридик ёки жисмоний шахс.

СУҒУРТА АКТИ (инг. official survey) – зарарнинг миқдори, сабаби, пайти, ўрни ва бошқалар кўрсатилган ҳужжат. Бу ҳужжат суғурта компанияси томонидан суғурта қилинувчи ёки унинг вакили иштирокида суғурта товони тўлаш учун асос бўлувчи ҳодиса бўлганда тузилади.

СУҒУРТА БАДАЛИ (инг. insurance premium) – суғурта қилинувчи томонидан суғурта шартномасида ёки қонунида кўрсатилган миқдорда тўланадиган пул суғурта бадали бирданига ёки бўлиб-бўлиб тўланади.

СУҒУРТА БАҲОСИ (инг. Insurance value) – 1) суғурталаш мақсадида қабул қилинган мулк қиймати; 2) мулк қийматини аниқлаш жараёни.

СУҒУРТА ВРОКЕРИ (инг. insurance broker) – суғурта (қайта суғурта) шартномалари тузишда суғурта қилувчи ва суғурта қилинувчи орасидаги воситачи. Суғурта қонунчилиги ва амалиёти доирасида эксперт саналади. Бундай брокер суғурта қилувчининг агенти саналади. Бундай брокер суғурта қилувчининг агенти бўлиб, суғурта қилинувчи олдида юридик жавобгар эмас, суғурта қилинувчининг қарз тўлай олишга кафолат бермайди, зарарлар тўлови ва мукофотларнинг қайтарилиши учун жавоб бермайди. Агар брокернинг эътиборсизлиги билан суғурта қилувчига моддий зарар келтирилса, у брокердан келтирилган зарарни қоплашни талаб қилиш ҳуқуқига эга.

СУҒУРТА ВЗИОСИ (инг. Insurance premium) – 1.Суғурталанувчи ҳаётида маълум бир ҳодиса рўй берганда, суғурта суммасини тўлаш ёки суғурталанган мулкка етказилган моддий зарарни қоплашга мажбуриятни олган суғурталовчига суғуртачи томонидан тўланадиган сумма. 2.Меҳнаткашларни (трудяшисся) қариликда, доимий ёки вақтиича ишга яроқсизликда, касалликда моддий таъминлаш учун ижтимоий суғурталаш фоидига тўланадиган сумма.

СУҒУРТА ГУВОҲИОМАСИ (инг. Insurance sertificate) – суғурта ҳақидаги битимни тасдиқловчи суғурта органининг (суғуртачининг) ҳужжати.

СУҒУРТА ДАЛОЛАТНОМАСИ (АКТЛАРИ) (инг. Offical surrey) – суғурта тўловини тўлаш учун аввал бўлувчи суғурта ҳодисаси рўй берганда суғурта ташкилоти инспекцияси томонидан тузилувчи ҳужжат.

СУҒУРТА ДАРОМАД МЕЪЁРИ (инг.л. Insurance rate of profitability) – ҳаёт суғурта қилиш бўйича бадаллар заҳирасидан ҳисобланадиган фонз.

СУҒУРТА ИМТИЁЗЛАРИ (инг.л. Insurance grace) – суғурта қилинувчини мажбурий суғурта тўловларидан қисқартириш ёки тўлалигича озод қилиш, шунингдек, ихтиёрий суғурта битимлари тузаётганида маълум имтиёзларнинг берилиши.

СУҒУРТА ЙИҒИМИ – 1.Билет қийматига киритилувчи пассажирларни мажбурий суғурталаш бўйича тўловдир. 2.Алоқа органлари томонидан пулни (жўнатиш) ва посилкаларни қайта жўнатиш учун бандероллар ва транспорт органлари томонидаи суғурта ведомости тартиби бўйича балансларни ташиш учун олинадиган тўлов.

СУҒУРТА КАФОЛАТИ (инг.л. quarantee insurance) – эркин мулк суғуртаси тури бўлиб, ташкилотлар, муассасалар, корхоналарга моддий ва пул маблағларини сақлаш, чиқариш ва юклаш билан машғул ходимларнинг жиноий ҳаракатлари, эҳтиётсизликлари ёки хатоларидан келган зарарлар қопланади.

СУҒУРТА КОВЕРНОТАСИ (инг.л. Insurance covernote) – суғурта брокери томонидан суғурталанувчига бериладиган ва маълум муддатга суғурта шартномаси тузилганлигини тасдиқловчи, таркибида суғурталовчилар рўйхати келтирилган гувоҳнома.

СУҒУРТА КОМПАНИЯЛАРИ (инг.л. Insurance company) – суғурта ҳодисаси юз берганда суғурталовчига камомадни тўлашни ўз зиммасига олувчи суғурта ўрнидаги ташкилотдир. Асосий формалари-акционер, ўзаро ва ҳоказо.

СУҒУРТА МАКЛЕРИ (инг.л. Insurance dealer) – суғурталовчи ва суғуртачи орасидаги алоқачи (суғурта брокер билан бир хил).

СУҒУРТА НАЗОРАТИ (инг.л. Insurance inspection) – давлат органлари томонидан амалга оширилувчи суғурта ташкилотлари фаолиятлари устидан назорат.

СУҒУРТА ОБЪЕКТИ (инг.л. insurance obkect) – шахсий суғуртада мол-мулк суғуртасида-суғурта қилиниши мумкин бўлган моддий бойликлар.

СУҒУРТА ОПЕРАЦИЯЛАРИНИ МОЛИЯВИЙ ВАРҚАРОРЛИГИ (инг.л. Financila stability of insurance opera-

tions) – суғурта компанияи доимий балансини ва даромадларини харажатлардан юқори бўлишиии таъминлаш.

СУҒУРТА ПОЛИСИ (инг.л. Insurance policy) – суғурта битимини тасдиқлаш учун суғуртачига берилувчи ва суғурта премияси ўлчаш ва суғурта суммаси киритилгаи шартларини ўз ичига олувчи ҳужжат.

СУҒУРТА ПОРТФЕЛИ (инг.л. Insurance portfolio) – ушбу суғурта ташкилоти томонидан қабул қилиигаи ва унинг фаолиятини умумий ҳажмини ифодаловчи суғурталар йиғиндиси.

СУҒУРТА ТЎЛОВ СТАВКАСИ (инг.л. Rate of insurance payment) – бир объектига ўриатилгаи суғурта суммаси бирлиги, мулки ёки шахсий суғурта тўлови ҳажми.

СУҒУРТА ТЎЛОВИ (инг.л. insurance payment) – суғурта ҳодисаси юз берганда, шартнома бўйича тўлаииши кўзда тутилган пул миқдори. Мулк суғуртасида суғурта тўлови товони шаклида, шахсий суғуртада суғурта таъминоти шаклида амалга оширилади.

СУҒУРТА ТАРИФЛАРИ (инг.л. insurance indemnityFcomponcation) – маълум давр учун суғурта суммаси бирлигидан суғурта бўйича тўловлар ставкаси.

СУҒУРТА ҲОДИСАСИ (инг.л. Insurance accident) – 1. Бирор бир ҳодиса бўлиб, у юз берганда қонун ёки битим кучига кўра суғурта тўловиии (суғурта суммасини) тўлашга мажбур. 2. Суғурта битими ёки қонун томонидан кўзда тутилган ва содир бўлгаи ҳодиса бўлиб, натижада суғуртачи суғурталовчи, суғурталанган шахс, фойда олувчи ёки бошқа 3-шахсга суғурта тўловини амалга ошириш мажбуриятини олади.

СУҒУРТА ШАРТНОМАСИ (инг.л. insurance contract) – суғуртанинг маълум тури шартларига мос равишда суғурта қилувчи ва суғурта қилинувчи орасида биргаликдаги мажбуриятларни тартибга солувчи келишув.

СУҒУРТАЛАШДА ВУЗИЛИШ ДАРАЖАСИ (инг.л. Degree of losses in insurance) – суғурталанган мулк қийматига нисбатан табиий офатдан кўрилгаи зарарларнинг фоизларда ифодаланган муносабати.

СУҒУРТАНИ МУДДАТДАН ОЛДИИ ТЎХТАТИШ (инг.л. Advance insuzance stoping) – 1.Ҳаётни суғурта қилиш шартномасида кўрсатилган бадаллар ўз вақтида тўланмаса: 2.Суғурта шартномаси бекор қилинганда: 3.Тўлов муддати кечиктирилган тақдирда ҳам транспорт воситалари суғуртаси бўйича тўлов амалга оширилмаса юз беради.

СУҒУРТАНИИГ АМАЛ ҚИЛИШ МУДДАТИ (инглз. Insurance period) — шуидай муддатки, бу даврда суғурталовчи суғурталанган мулкнинг нобуд бўлиши ёки бузилиши учун жавобгар бўлади ёки суғурталанган фуқаро ҳаётида маълум воқеанинг рўй бериши билан жавобгар бўлади.

СУҒУРТАЧИ (инглз. Insurant) — суғурта фаолияти амалга ошириш учун яратилган (суғурта ташкилотлари ва ўзаро суғурталаш жамиятлари) ва қонун томонидан белгиланган тартибда суғурта фаолиятини амалга ошириш учун лицензия олган, қонун томонидан назарда тутилган ихтиёрий организацион-ҳуқуқий формадаги юридик шахс. Миллий қонун (законодательство) бундай ташкилотларнинг ҳуқуқларини чеклаш мумкин.

Т

ТАБЕЛ (инглз. Table) — 1.Бирор иарсанинг маълум тартибдаги рўйхати. 2.Ишчи ва ходимларнинг ишга келиб-кетишини ҳисобга олиш тахти, шунингдек, шу тахтга осиб қўйиладиган жетон ҳам табел дейилади, у ҳам келди-кетдини ҳисобга олишда фойдалаиилади.

ТАБИИЙ МАЖБУРИЯТ (инглз. Real duties) — давлат томонидан аҳолига маълум ишни бажариш ва шахсий буюмларини давлат ихтиёрига тақдим этиш мажбуриятининг берилиши.

ТАДБИРКОР (инглз. Businessman, enterpreneur) — бозор иқтисодиётига асосланган, замонавий, ижтимоий-иқтисодий жамият ҳаётидаги марказий фигуралардан бири бўлиб, хўжалик *фаолияти билан мустақил, ижодий шуғулланувчи шахс тадбир*корни фаолият кўрсатишга уидовчи куч — бу унииг ўша характердан оладиган даромадидир. Шу билан бирга олий маълумотли тадбиркор мустақил меҳнат фаолиятини фақат пул топиш воситаси дебгина қарамайди, балки уни ўзини кўрсатиш, ўз мустақил ишини бошлаш имконияти деб ҳам қарайди. АҚШда ўтказилган суриштирувлар натижасида шу иарса аниқ бўлдики, замонавий, тадбиркор учун қуйидаги ҳолатлар хосдир: имконият қндириш ва ташаббускорлик, қатъиятлилик ва астойдиллик, хавф-хатарга тайёрлик, самарадорлик ва сифатга мўлжаллаб иш олиб бориш, ишчан алоқага кириш, ахборот олиб туришга интилиш, мунтазам режалаштириб иш тутиш ва кузатиш, ишонтира олиш ва алоқа ўрнатиш қобилияти, мус-

тақиллик ва ўзига ишонч. Яиги ишга қўл ураётган тадбиркор учун қуйидагилар характерлидир: 1) 90 фоиз тадбиркор ўзига маълум соҳада иш бошлайди; 2) уларда маркетинг фаолияти тажрибаси ва бошқарувчанлик қобилияти бор.

ТАДБИРКОРЛИК – пул топиш мақсадида ва масъулиятни зиммага олган ҳолда бирон иқтисодий фаолият билан шуғулланиш; ташаббускорона ва антибюрократик хўжалик фаолияти услуби; муттасил янги имкониятлар қидириш, маҳоратни ишга солиб, қўйилган вазифаларни бажариш учун турли манбалардан ресурсларни жалб этиш ва ундан фойдаланишга асосланади. Тадбиркорликда иқтисодий фаолият натижалари учун маъмурият эмас, балки жамоа ва шахс масъул ҳисобланади, иш жойида исрофгарчиликка, ноомилкорликка, ўқувсизликка, ўғирликка йўл қўйилмайди. Жумҳуриятимизда майда ва ўрта савдо, умумий овқатланиш ва аҳолига хизмат кўрсатиш корхоналарининг хусусийлаштирилиши муносабати билан хусусий тадбиркорлик анча ривожланади.

ТАКЛИФ (ингл. Offer) – сотувчининг маълум шартлар асосида товар, хизматни сотиш ҳақидаги эълони.

ТАКЛИФ ИҚТИСОДИ (ингл. Supply-side economic) – шундай иқтисодий назарияки, унга кўра, инфляцияга қарши курашиш учун товарларнинг адекват таклифи керак бўлади, товар ишлаб чиқаришни рағбатлантириш учун эса маблағ киритишни оширишнинг юқорироқ темплари зарур бўлади. Асосий ҳаракатлантирувчи куч-солиқларни камайтиришдир.

ТАКСА (ингл. Rate) – давлат органи томонидан товарга, меҳнатга ёки хизматга қўйилган иарх.

ТАЛАБ (ингл. Demand) – иқтисодий категория, товар хўжалигига тегишли ва алмашувлар соҳасида намоён бўлади. Талаб-пул билан таъминланган эҳтиёж.

ТАЛАБЛАРНИИГ ҚОНДИРИЛИШИ (ингл. Demand saturation) – фойда ва баҳонинг турғунлиги шароитида белгиланган товар ва хизматларга талабларнинг табиий озайиши ёки йўқолиши; шу товар ва хизматлар захираларининг юзага келиши.

ТАННАРХ (ингл. Cost, prime cost) – барча ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларининг пул кўринишдаги ифодаси.

ТАНТЬЕМА (фр. Tantieme; ингл. Share of profits, bonus) – акционерлик жамият, саноат фирмалари, банклар, молия компанияларининг юқори персоналини, улар олаётган даромадни ҳисобга олган ҳолда, қўшимча тақдирлаш шаклларидан

бири. Тантьема солиқларни тўлаш, резерв капитални тўлдириш ва активларни (ишлаб чиқаришни кенгайтириш) кўпайтиришга маблағ ажратилганидан сўнг қолган даромаддан тўланади.

ТАРИФ (инг. Tariff system) – корхона, муассаса ва ташкилотларга ҳамда аҳолига турли ишлаб чиқариш хизматлари учун тўлов ставкалари системаси; давлат нархларини бир тури.

ТАРИФ ТИЗИМИ (инг. Tariff system) – меҳнатга ҳақ тўлашнинг асосий элементларидан бири бўлиб, меҳнат мураккаблиги, аҳамият, турли гуруҳ ва тоифадаги ишчилар меҳнат шароитини ҳисобга олган ҳолда дифференциациялашга асосланган. Тариф тизими ўз ичига: ишчилар учун тариф турлари, тариф ставкалари, иш ва касб тариф-малака маълумотномаси, ИТР ва хизматчилар учун лавозим маош тизими ва лавозимлар малакали маълумотномасини олади.

ТАРИФЛИ ЧЕКЛАШ (инг. tariff restrictions) – турли мамлакатларда қабул қилинган, товар олиб кириш ва товар олиб чиқиб кетишни қийинлаштирувчи божхона тариф тизими бўлиб, кўп ҳолларда хорижий рақобатчиларга нисбатаи тенгсиз муносабатда бўлади.

ТАРИФСИЗ БАРЬЕРЛАР (ТЎСИҚЛАР) – (инг. non-tariff barriers) – маҳсулот импорти учун турли чегаралашлар: сиёсий савдо, маъмурий, техник, санитар ва бошқа чегаралашлар. Тарифсиз барьерларнинг очиқроқ шакли импорт квоталари маҳсулотларни олиб чиқиб кетиш учун миқдорий чегаралашлардир.

ТАРИФСИЗ ЧЕКЛАШ (инг. non-tarif restrictions) – товар олиб кириш ва олиб чиқиб кетилишини тартибга солиш мақсадида давлатлар томонидан қўлланиладиган маъмурий ва иқтисодий (молиявий, кредит ва ҳ.к.) чоралар тизими. Хорижий давлатлар ташқи савдосида юзлаб турли тарифсиз чеклашлардан фойдаланилади, яъни сон жиҳатдан, олиб кириш юзасидан, лицензиялаш бўйича ва ҳ.к.

ТАХМИИЙ ШАРТНОМА (инг. approximate agreement) – корхоналар, ташкилотлар томонидан уларнинг хоҳишига кўра фойдаланиш учун тузиладиган тавсия характеридаги шартнома. У ўз ичига шартнома бўлимлари ва шартларини олган шаклда бўлади.

ТАШҚИ БОЗОР (инг. Foreign market) – маълум бир мамлакат бозорига нисбатан чет эл бозорларининг мажмуи. Умумий маънода ташқи бозор ва жаҳон бозори атамалари

ўхшаш, улар бир-бнридан ташқи бозорнинг жаҳон бозоридан кичикроқ бўлиши билан фарқланади. Ҳамма хорижий мамлакатлар бозорлари бир-бири билан келишган ҳолда иш юритадилар. Ҳар бир миллий саноатда эса экспорт квотаси бўлади. Миллий бозорлар интеграцияси жараёнларининг ўсиб боришига қарамай, улар миллий чегаралар, миллий иқтисодий бошқарув тизнмлари, ташқи шароитлардан чекланиши, шунингдек, ташқи бозордан чеклаиниш билан ўзаро алоҳида бўлиб турадилар. Бундай турдаги тизим учун умумий ҳол бу олиб кириладиган ва олиб чиқиладиган товар хизматлар учун алоҳида рухсатнома режимининг жорий қилишидир. Товарнинг чегарадан ўтувчи божхона тўловлари, импорт ва экспорт товарлари сонининг чекланганлиги орқали бошқарилади. Импортни ушлаб қолиш учун олиб кирилаётган товар учун тенгланма солиқлари ўрнатилади, нотарнф тўсиқлар тизими, яъни товар сифати учун алоҳида миллий стандартлар, уларнинг экологиклиги, хавфсизлигн ва ҳоказолар талаби қўйилади. Экспорт ташкилотлари нафақат у ёки бу мамлакат ташқи иқтисодий алоқалари бошқарувининг миллий ўзига хослиги, шунингдек, мамлакатдаги иқтисодий (бозор) фаолиятига таъсир кўрсатувчи ички норматив актларни ҳам, у ерда пайдо бўлган савдо урф-одатлари, иш амалиёти, иш фаолияти этикасини ҳам яхши билиш керак. Юқоридагиларни билмаслик оқибатида жуда кўп хатоларга йўл қўйиш мумкинки, улар экспорт фаолияти учун салбий таъсир кўрсатади. Мамлакат бозоридан ташқари ташқи бозор ҳам соҳа аксиектларига эга бўлади: ташқи бозорни шакллантирувчи товарнинг ижтимоий ишлаб чиқариш у ёки бу соҳасига оидлиги. Маълум товар истеъмол ҳолатини аниқловчи ўзига хосликдан ташқари, ташқи бозор бундай товарни ва шунга ўхшаш товарлар (ёки бозорлар) кенг мажмуини ўзнга сингдириб олади.

ТАШҚИ ҚАРЗЛАР (инпл. Foreign debt) — белгиланган муддатда тўланиши шарт бўлган, мамлакатнинг хорижий кредитларга тўлайдиган молиявий мажбурият суммаси. Капитал ташқи қарзлар (тўлаш муддати бошланмаган) ва жорий ташқи қарзлар (тўлаш муддати бошланмаётган ёки бошланган) фарқланади. Қарзлар ва кредитлар бўйича қисқа муддатли (бир йилгача), ўрта муддатли (5-10 йил) ва узоқ муддатли (10 йилдан ортиқ) давлат ва хусусий ташқи қарзлар фарқланади. Ташқи қарзларни тартибга солиш усулларн: ҳисобдан чиқариш, қисқа муддатли давлат қарзларини

ягона узоқ муддатли, одатда фоизсиз қарзга айлантириш (консолидация), аввал чиқарилган заёмларни янгисига айлантириш (конверсия), ташқи қарзларни маҳаллий компанияларнинг қиммат-баҳо қоғозларига айлантириш ва бошқа.

ТАШҚИ САВДО (инглл. foreign trade, external trade) — чет мамлакатлар билан савдо-сотиқ ишларини юритиш, хорижга товар чиқариш (экспорт) ва хориждан товар киритиш (импорт)ни ўз ичига оладиган савдо. Айрим ҳолларда у ёки бу мамлакатнинг ташқи савдоси фақат экспорт ёки импортдан иборат бўлиши мумкин. Ташқи савдо халқаро меҳнат тақсимотига асосланади.

ТАШҚИ САВДО БАЛАНСИ (инглл. foreign trade balance) — маълум муддат (беш йиллик, йил, квартал, ой)да мамлакатдан чиқарилган ва олиб келинган маҳсулотларнинг қиймати олиб келинганидан ортиб кетса, ташқи савдо баланси актив саналади; акси бўлса, пассив саналади. Экспорт ва импорт қиймати орасидаги фарқ сальдо деб номланиб, унинг миқдори маҳсулот баҳосининг ўзгариб туриши, валюта курсининг ўзгариши, олиб келинган ва чиқарилган маҳсулотлариинг рақобатбардошлилиги, корхонанинг ривожланиши ва бошқалар билан боғлиқдир. Ташқи савдо баланси пассиви (дифицит) мамлакатнинг иқтисодий ҳолати ва ташқи иқтисодий муносабатларига салбий таъсир қилади.

ТАШҚИ САВДО БИРЛАШМАСИ (инглл. Assosiation of foreigntrade) — юридик шахс ҳуқуқларига эга бўлган хўжалик ҳисобидаги ташқи савдо ташкилоти. Ташқи савдо бирлашмаси ўтказадиган операциялар доираси шу ташкилот иизоми билан белгиланади. Ташқи савдо бирлашмаси қуйидаги вазифаларни бажаради: товарлар экспорти ва импорти ҳамда уларга хизмат кўрсатиш, бошқа давлатлар билан иқтисодий алоқаларни ривожлантиришга ҳисса қўшиш, ишлаб чиқаришнинг халқаро специализация қилиш бўйича хўжалик шартномалари тузиш, илмий-техник ва ишлаб чиқарув ҳамкорлигининг турли илғор шаклларини яратиш ва тўғридан-тўғри савдо алоқаларини ривожлантиришда ёрдам беради.

ТАШҚИ САВДО ҲУЖЖАТЛАРИ (инглл. doreign trade document) — ташқи савдо алоқаларида корхона, ташкилот ва муассасаларнинг ҳуқуқий муносабатлари ва фаолиятларини турли томонлари ҳақида ахборотларни экс эттирувчи ҳужжатлар.

ТАШҚИ САВДОИИИГ ИҚТИСОДИЙ САМАРАДОРЛИГИ (инғл. Economic effecincy of foreign trade) – умумий маънода бу ташқи савдодан келадиган кирим ва чиқимлар мажмуидир. Ҳамдўстлик мамлакатларида ташқи савдо самарадорлигини аниқлашнинг асосий принципи шуни экспорт қилинувчи ва импорт қилинувчи маҳсулотларнинг харажатлари ўрганиб чиқилади, ташқи иқтисодий самарадорлигини амалий ҳисобкитоб қилишда маҳсулот ишлаб чиқариш учун кетган харажатлар билан бир қаторда уларни ташиш учун кетган харажатлар, шунингдек, унинг ўрнига ишлатилаётган товарлар учун қўшимча харажатлар, истеъмолчилар самарасини камайтириш ҳам ннобатга олинади. Экспортнинг бюджет нархи (нетто) билан унинг ички улгуржи бозордаги нархи ўртасидаги фарқ бўлиб, бунда бу маҳсулотнинг ҳамдўстлик давлат чегарасигача келтириш нархи ҳам инобатга олинади. Товарнинг экспорт қиймати хорижий харидорга тақдим этилиб, бунда ўша товар реализациясининг хорижий валютадаги тўғри харажатлари ҳисобга олинади. Экспорт товарларининг хорижий ташқи савдо баҳосидаги қиймати ҳамдўстлик мамлакати франко-чегара шарти асосида ҳисобга олинади.

ТАШҚИ ТЎЛОВЛАР (инғл. external payments) – ҳукумат, фирма, шахслар томонидан бошқа мамлакатлардан товарлар ва хизматлар сотиб олиш учун ўз ёки хорижий валютанинг сарф қилииии четга чиқарилган пул жўнатмалари, инвестицион даромадларни бошқа мамлакатларга ва капитал чиқаришга жойлаштириш.

ТАШКИЛОТ МОЛИЯВИЙ АҲВОЛИ (инғл. Financial conditions of enterprise) – ташкилотни нормал хўжаликни юритиш ва ўз вақтида ҳисобларини олиб бориш учун пул маблағлари етарли ёки етарли эмаслиги. У ўзгарувчан ва ўзгармас ҳолатда бўлиши мумкин.

ТАШКИЛОТ ЭКСПОРТ ИМКОИИЯТИИИ ВАҲОЛАШ (инғл. valuation of export enterprise ability) – анча қийин таҳлилий жараён бўлиб, юқори малакали меҳнатни талаб қилади. Экспорт имкониятини баҳолаш товар чиқарилган ёки чиқарилмоқчи бўлгаи бозорни ўрганишдан бошланади. У ёки бу бозорииг афзаллигини, шу ташкилот маҳсулотлари қониқтирадиган истеъмолчини аниқлаб олиш, бу маҳсулотларнинг салбий ва ижобий томонлари, рақобатчи шундай маҳсулотининг кучли ва кучсиз томонларини аниқлаб олиш керак. Ишлаб чиқарилаётган маҳсулот истеъмолчига техник-иқтисодий жи-

ҳатдан қандай даражада мақбул бўлаётганини аниқлаш керак. Салбий баҳо берилган ҳолларда техник даражаси ва сифатини ошириш бўйича чора-тадбирлар аниқланиши керак ва рақобатбардош қилиш керак. Маҳсулотнинг мавжуд ва перспектив рақобатбардошлилиги баҳолаб чиқилгандан сўнг шунга оид қарорлар чиқарилади: товар ишлаб чиқариш ва экспортни давом эттириш ёки шу товарни ишлаб чиқаришдан олиб янгиси билан алмаштириш ёки бозор янгилиги бўйича товарни замонавийлаштириш тўғрисида таҳлил фақат товарни баҳолаш билангина тугамайди. Товар етказиб берувчи ва уни сотувчи тизим имкониятларини, талабни шакллантириш ва сотувни стимуллаш имкониятини, сотилган товар хизматини амалга оширишни ҳам баҳолаш керак бўлади. Яна шуниси ҳам муҳимки, ташкилот талаб этилаётган экспорт товарни керакли ҳажмда ва белгиланган муддатга тайёрлаб бера олишини ҳам баҳолаш керак. Ташкилотни ресурслар-материаллар, қисмлар, электр энергияси билан таъминланиши ҳам баҳоланади. Камчиликларни тугатиш тадбирлари тузилади. Таҳлилнинг сўнгги босқичида қандай таркибий, ташкилий бошқарув ишларини ташкилот ичида амалга ошириш мақсадга мувофиқ бўлишлигини ва қай ҳолда ташкилот бутун борлиғи билан экспорт фаолиятига тайёр бўлиши мумкинлиги ҳақидаги масала кўрилади.

ТАШУВЧИ МАСЪУЛИЯТИ (инг. liability of a carcer) — харидорнинг қўлига етиб боргунча рўй берадиган йўқотиш ёки бузилишга жавобгарлик масъулияти. Агар юк белгиланган муддатдан сўнг 90 кунгача етиб бормаса ёки агар муддати белгиланмаган ҳолда оқилона кутиш вақти ўтган бўлса, бундай юк йўқолган ҳисобланади. Агар белгиланган муддатга юк етиб бормаса ёки муддати белгиланмаган ҳолларда маълум шарт-шароитни ҳисобга олган ҳолда тахминий муддати ўтган бўлса, бундай юк кечиккан ҳисобланади. Юк эгаси бузилиши ёки йўқолиш унга боғлиқ равишда рўй бермаганлигини исботлаши керак. Юк ташувчи эса ўзига боғлиқ бўлмаган, ўзи тўғрилай олмайдиган вазиятни ва юк жўнатувчи ёки юкни қабул қилувчиларнинг айбларини исботлаб, ўзини жавобгарликдан холи қилиши мумкин. Агар контейнер жўнатувчи томонидан тўлғазилган бўлса, юк ташувчи контейнерга табиий хусусиятидан келиб чиқадиган яроқсизликлар учун жавобгар бўлмайди. БМТ конвеицияси бўйича аралаш юк ташиш ҳолларида юк ташувчининг масъулияти белгилаб қўйилган.

Юк ўтган барча йўллар маълум бўлган ҳолларда, агар йўқолиш ёки бузилиш йўли маълум бўлса, жавобгарлик тизими амалга оширилади (инг. networt liability system), у зарар кўрилган пайтдаги транспорт воситасига нисбатан қўлланиладиган халқаро ва миллий нормаларга асосланади. Агар йўл участкаси номаълум бўлса, жавобгарликнинг умумий тизими (инг. uniborm liability system) — қўлланиладики, унга кўра барча масъулият аралаш юк ташиш бўйича оператор зиммасига юкланади.

ТАЪМИНЛАНГАН ОБЛИГАЦИЯЛАР (инг. securited bonds) — эмитент компаниялар ёки бошқа компаниялар қимматли қоғозлари ёки жисмоний активлари билан таъминланган облигациялар.

ТАЪМИРЛАШ БЎЙИЧА ҲУЖЖАТ СМЕТАСИ (инг. Estimate documents on repaer) — импорт, жиҳоз ва иншоотни таъмирлаш қиймати, ҳажми ва акс эттирилишини аниқлаш учун ҳужжат.

ТАЪСИС АКЦИЯСИ (инг. founder's share) — акциядорлар жамияти таъсисчилари ораеида тақсимланадиган ва бир неча имтнёзли ҳуқуқлар (қўшимча овоз бериш, қўшимча акциялар чнқарилганда бнринчи навбатда акция олиш ва бошқалар) берадиган акциялар.

ТАЪСИС ФОЙДАСИ (КИРИМИ) (инг. Founders prosit) — ҳиссадорлик жамияти ташкилотчилари томонидаи олинадиган фойда бўлиб, у корхоиага киритилган ҳақиқий маблағ бнлан акцияларни реализацня қилиш ўртасидаги фарқдан олинади.

ТАЪСИСЧИ (инг. Founder, settlor) — ҳиссадорлик жамияти, жамғарма, бирлашма ва биржаларни ташкил этган шахс.

ТАҚДИМОТ (лот. Praesentatio) — ташкилот, корхона, ҳамкорлик бирлашмаси, консорциум, улар маҳсулотлари ва хизматларини тақдим этиш бўйича реклама йўсинидаги баёнотли тадбир; тахминий шерикларниig ишлаб чиқариш ва экспот ирофили деб аталувчи фаолият имкониятлари билаи танишуви. Тақдимот имиджнинг асосий элементидир.

ТАҚИҚЛОВЧИ ТАРИФЛАР (инг. prohibitive taeiffs) — юқори божхона ставкалари (20 ёки уидан ортиқ фоиз) бўлиб, ички бозорни хорижий товарлардан чегаралаш мақсадида йўлга қўйилади.

ТЕЗ СОТИЛАДИГАН ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАР (ингл. marketable securities) – компаниянинг эгасига фоиз ёки дивиденд кўринишида фойда келтириладиган айланма капиталининг қисми. Бундай қоғозлар шароитга қараб қимматбаҳо қоғозлар бозорида тез сотилиши ёки нақд пулга айланиши мумкин. Унинг сотиб олиниши бозорни эгаллаш ёки бошқа компанияга таъсир кўрсатиш учун эмас, балки эркин пул маблағларини фойдали жойлаштириш мақсадида амалга оширилади. Унинг қуйидаги турлари бор: қисқа муддатли қимматбаҳо қоғозлар (ингл. short-term papers) тижорат қоғозлари, ғазна векселлари, қайта сотиб олиш битими, депозит сертификатлари, евродолларлар ва бошқалар, бозор қарз мажбуриятлари ((ингл. marketable debt sekuriries) давлат облигациялари йирик корхоналар облигациялари) ва мулкий ҳуқуқ берадиган қимматбаҳо қоғозлар (иигл. marketable equity securities).

ТЕЗКОР БИТИМЛАР (инглForeard transactions) – қимматли қоғозлар операцияси бўлиб, акцияларни битим пайтида етказиб беришни кўзда тутади, пул тўлови эса маълум муддатдан сўнг, кўпинча 1 ой атрофидаги муддатда амалга оширилади.

ТЕКШИРУВ ҚОҒОЗИ (инглExamination signature) – божхона томонидан юкниг текширилгани ҳақида берилган ҳужжат.

ТЕЛЕГРАФ ВАНК КОДИ (инглTelegraph banks code) – банк муассасалари орасида телеграф хатларининг трафарет текстини шиферловчи шартли кодли белгилар системаси.

ТЕЛЕКС ТАРМОҚЛАРИ (инглTel (egraph) телеграф ec(change) коммутатор; инглTelex) – коммутатор, телеграф абонент тармоғининг ягона халқаро автоматлашган системаси бўлиб, символли ахборотни тез узатишга хизмат қилади ва махсус белгилардан фойдаланилади.

ТЕМИР ЙЎЛ ЮК ҚОҒОЗИ (инглRail consignment note) – юкни темир йўл орқали ташишда қўлланадиган шартнома ҳужжати.

ТЕНДЕР (инглTender) – жиҳозлаш халқаро бозорида сотиб олиш учуи буюртмалар қилиш ёки комплекс объектларни қуриш консультацион, қурилиш, технологик, комплекс хизматларни кўрсатиш учун пудратчиларни жалб қилишнинг мусобақали формаси. Шарт олдиндан эълон қилинади.

ТЕНДЕР ҚЎМИТАСИ (инглTender committee) – харидор (буюртмачи) томонидан савдо ўтказиш учун яратиладиган

вақтинчалик мақсадли орган. Асосий масаласи-тендер ҳужжатларини тайёрлаш, савдони эълон қилиш, ўтказиш, таклиф ва буюртма офертларни таҳлил қилиш ҳамда баҳолаш. Унга техник ва тижорат экспертлари, буюртмачининг вакиллари киради.

ТЕНДЕР ҲУЖЖАТЛАРИ (инглю tender document) — тендер бланкаси, битим шартлари, етказиб бериладиган маҳсулотлар ҳажми ва номенклатураси, тафсилотли тендер чизмалари (зарур бўлганда), тендер ҳужжатларини қайтариш учун хатжилдлар ва бошқалардан иборат ҳужжатлар мажмуи. Ишлаб чиқилган ва тўлдирилган тендер ҳужжатлари савдо иштирокчилари томонидан унинг ташкилотчисига юборилади.

ТЕНДЕР ҲУЖЖАТЛАРИ (инглю Tender offer) — 1. Маълум бир вақт давомида кучга эга бўлган, маълум шароитларда акция тутувчи бирор компаниянинг бошқа акция тутувчи корпорация ёки ташкилотга ҳамманинг олдида акция сотиб олишни таклиф қилиш. Акция тутувчиларга ўз акцияларини бозорга нисбатан маълум бир қийматда акцияларнинг максимал миқдори ва таклиф шарти билан таклиф қилиши сўралади. 2. Машина ва жиҳозларни монтаж қилиш ва улардан унумли фойдаланиш, техник таъмирлаш имконини берадиган лойиҳалар, тафсилотлар, монтаж ва эксплуатация инструкциялари ва бошқалардан иборат ҳужжатлар мажмуи.

ТЕХНИК ИҚТИСОДИЙ АСОСЛАШ (инглю Technical-economical reason) — режа ва лойиҳа олди ишлаб чиқариши бўлиб, муассаса лойиҳалашнинг асосий йўналишларини, масалаларини аниқлайди, лойиҳалаш сифати ҳамда қурилиш асосланишини кўтаришга йўналтирилган.

ТЕХИОКРАТИЯ (инглю Technocracy) — 1.Юқори малакали мутахассислар қавати бўлиб, ишлаб чиқаришни бошқариш, давлат иқтисодий сиёсатини ишлаб чиқиш ва амалга оширишда қатнашади. 2.Замоиавий ижтимоий-иқтисодий назария бўлиб, унга асосан жамиятни бошқарувчи куч капиталистлар эмас, балки илмий ва техник интеллигенция, мутахассислар, технократлар.

ТЕХНОЛОГИК БОҒ (инглю Technopark) — ривожланган мамлакатларда янги ва кенг тарқалган илм, фан ва ишлаб чиқаришни ҳудудий интеграциялашнинг эффектив формаси бўлиб, ишлаб чиқаришга илмий-техник янгиликлар ва янги технологияларни тезкор татбиқ қилишга ёрдам беради. Илмий, конструкторлик ва ишлаб чиқариш бўлинмаларидан ташкил тонган бўлиб, ахборот ва экспериментал база билан

яхши таъминлаиган ва малакали кадрлар юқори концентрациясига эга.

ТИЖОРАТ ҚОҒОЗИ (инглл. commercial paper) – 1.Махсус таъминотга эга бўлмаган 2 кундан 270 кунгача муддатга қисқа муддатли кредит қилинган йирик компаниялар мажбурияти. Маблағларни бундай шаклда жалб қилиш фойдалидир, чунки у бўйича тўланадиган фоиз бошқа мижозларга белгиланган фоиздан анча камдир, бу ҳолат компания учун исталган пайтда амалга оширилиши мумкин. 2.Савдога алоқадор векселлар.

ТИЖОРАТ АКТИ (инглл. carrier`s statement, atatement of damage) – темир йўл орқали юк ташишда юкнинг камлиги ёки бузилиши аниқлангаида, тузиладиган ҳужжат. Тижорат акти жавобгар томон (масалан, темир йўл ёки жўнатувчи)ни моддий жавобгарликка тортиш ва давогар томоннинг даво қилишга асос бўлади. Тижорат актида фактик маълумотлар: юкни ва аниқлангаи камчилик, пломбалар ҳақидаги маълумотлар бўлнши керак. Бундай актни тузгаилик ҳақидаги белги йўл варақаси ва қайдномасининг орқа томонига қўйилади.

ТИЖОРАТ БАНКИ (инглл. commercial bank) – саноат ва савдони қисқа муддатли кредитлар билан таъминлаш, шунингдек, хусусий мижозларга турли турдаги банк хизматлари кўрсатишга (жорий счётларни юритиш, тижорат, истеъмолчилик ҳамда ипотека қарзларни бериш ва ҳоказолар) ихтисослаштирилгаи банк. Тижорат банклари пай бадали ёки акционерлик (ҳиссадорлик) асосда тузилади ва қуйидагича фарқланади: низом капиталини шакллаитириш бўйича (давлат, хорижий капитал ва бошқалар иштирокида), нхтисослашиш бўйича (масалан, агробанк, иновация банки), фаолият кўрсатиш ҳудуди бўйича, амалга ошириладиган операция турлари бўйича ва ҳоказо усулларига қараб. Тижорат банкининг маблағлари ўзининг хусусий (низом фонди, захира фонди ва бошқа фойда ҳисобига ташкил топадиган фондлари) ва жалб қилинган (корхоналар счётларидаги, уларнинг қўйимлари ва депозитлари, фуқароларнинг омонатлари ва ҳоказолар) маблағларига бўлинади.

ТИЖОРАТ ВЕКСЕЛИ (инглл. commercial bill) – қарз олувчи томонидан товарни гаровга қўйиб қарз берган кредиторга бериладиган вексель.

ТИЖОРАТ КОРХОНАСИ (инглл. Commercial enterprise) – мустақил хўжалик юритувчи, юридик шахс ҳуқуқига эга бўлган субъект бўлиб, ўз-ўзини молиялаш шароитида фаолият

кўрсатади ва ўз олдига мақсад қилиб максимал даражада фойда олишни қўяди. Тижорат корхонаси турига ижара, акционер, кооператив, қўшма корхоналар, шунингдек, кичик бизнес корхоналари киради. Тор маънода тижорат корхонаси савдо-сотиқ билан шуғулланувчи корхонадир.

ТИЖОРАТ КРЕДИТИ (инглл. commerciak credit) тўловни муҳлатли ёки бўлиб-бўлиб амалга ошириш кўринишдаги бошланғич кредит шакли. Тижорат кредити вексель шаклида ёки ҳисоб очиш йўли билан берилади. Биринчи шаклида импортёр товар ҳужжатларини олгач, экспортнинг перевод вексели (траттаси)га имзо чекади ёки оддий векселни расмийлаштиради. Иккинчи ҳолатда эса экспортёрнинг қарз мажбуриятини олмай, ўз бухгалтерия дафтарида унинг қарз ҳисобини очади. Қарзни узиш муддатли тўловлар (ойма-ой, квартал, ярим йиллик) шаклида амалга оширилади. Тижорат кредити халқаро савдо амалиётида, хусусан, машина ва жиҳозлар сотиб олишда кўп қўлланади.

ТИЖОРАТ СЕРТИФИКАТИ (инглл. Trafiing certificate) — компанияларни ҳокимият томонидан қайд қилинганлиги ва ўз фаолиятини бошлаш ҳуқуқини олганлигини тасдиқловчи сертификат.

ТИТУЛ РЎЙХАТИ (инглл. Title list) — капитал қурилиш ҳам киритилган ҳолда қурилишларнинг номма-ном кетмакетлиги.

ТОВАР АССОРТИМЕИТИИИ БОШҚАРИШ (инглл. Management of goods assortment) — бозордаги маълум товарлар мажмуининг замонавий таклифи бўлиб, улар экспортёр корхона ишлаб чиқариш фаолияти профилига мувофиқ равишда хорижий харидорлар маълум категорияси талабларини тўла қондириши мумкин. Товар ассортиментини бошқариш ва шундай ассортиментни шакллантириш-конкрет товарлар, уларнинг алоҳида сериялари "эски" ва "янги" товарлар, якка тартибдаги ва серияли товарлар "илмий" ва оддий товарлар, нарсаларга айлантирилган товарлар ва лицензиялар ҳамда ноу-хау ўртасидаги муносабатларни аииқлаш муаммосидир. Бир вақтнинг ўзида баҳо, сифат даражаси, кафолат ва хизмат кўрсатиш масаласи келиб чиқади. У билан боғлиқ яна бир муаммо бор: экспортёр бозор янгилиги бўлган товарни яратишда лидерлик ролини бажармоқчими ёки хорижий ишлаб чиқарувчилар орқасидан боришни хоҳлайдими (мажбурми)? Халқаро амалиётда келиб чиққан қандайдир битта маҳсулотни

эмас, балки улар параметрик қаторини ишлаб чиқариши керак, масалан, бир турдаги чангютгичлар, лекин улар самарадорлик жаҳатдан бир-биридан фарқ қилсин (одатда 20-40 градация). Параметрик қаторда ассортимент набори қанчалик кенг бўлса, истеъмолчилар томонидан ўз товарини топиш эҳтимоли кучлироқ бўлади. Бу эса корхонанинг ташқи бозордаги ўрнини мустаҳкамлайди, барча ассортимент товарларининг рақобатбардошлигини оширади.

ТОВАР ЗАХИРАЛАРИ ҲАЖМИ (инглз. volume of goods stocks) – харидорларнинг талабини қондиришга таъсир этувчи товар харажати тизимиининг бир элементи бўлиб хизмат қилувчи моддий-товар захиралари даражаси. Фирма барча буюртмаларни дарҳол бажаришга етарли бўлган товар захирасига эга бўлиши керак. Лекин кўп ҳолларда ҳаддан ташқари катта миқдордаги захираларни сақлаб туриш ҳам фойда келтирмайди. Фирма раҳбарлари мунтазам равишда сотиш ва фойда олиб туришнинг тўғри ўсиб бораётганлигини кузатиб боришлари керак. Товар захиралари ҳажмини бошқариш фирма томонидан ишлаб чиқариладиган стратегияга мос равишда олиб борилиши керак.

ТОВАР НОМЕНКЛАТУРАСИ (инглз. Commodity nomenclature) – харидорларга фирма томонидан таклиф қилинаётган барча ассортимент гуруҳдаги товар ва товар бирликлари йиғиндиси. Товар номенклатураси кенглиги-фирма томонидан чиқарилаётган ассортимент гуруҳдаги товарларнинг умумий миқдори. Товар номенклатураси тўйинганлигини алоҳида товарларнинг умумий миқдори – товар номенклатура чуқурлиги, ассортимент гуруҳи доирасидаги ҳар бир алоҳида товар вариантлари, товар номенклатура гармонияси – турли ассортимент гуруҳидаги товарларнинг уларининг охирги ишлатилиши, ишлаб чиқариш ташкилотига талаби, тарқалиш каналлари ёки бошқа кўрсаткичлари нуқтаи иазаридан ўзаро яқинлик даражаси.

ТОВАР ФЕТИШИЗМИ – шахсий мулк, ишлаб чиқариш воситасига асосланган товар хўжалик шароитида пайдо бўлувчи, одамлар, буюмлар (товар)лар орасидаги ишлаб чиқариш муносабатлари ҳақида бузилган (нотўғри) тасаввурга эга бўлиш.

ТОВАР ҲУЖЖАТИ (инглз. Consignment note) – товар-моддий бойликларни қабул қилиш ва чиқариш операцияларида расмийлаштириладигаи бирламчи бухгалтерия ҳужжати.

ТОВАРЛАРНИ ДЕКЛАРАЦИЯ ҚИЛИШ (инглз. declaration of goods) – ҳамма ташқи савдо юклари учун 1989 йил 1 апрелдан мажбурий суръатда жорий қилинган. У давлат божхона назорати органлари томонидан божхона юк декларациясини тузиш билан амалга оширилади. Товарларни декларация қилишни божхона муассасалари тармоқлари орқали божхона органлари амалга оширади. Товарларни декларация қилиш жараёнида декларант декларация ва декларацня қилинаётган товарларни божхона назоратига тақдим қилиш, амалдаги қонунларда белгиланган божхоиа йошлинаси ва божхона тадбирлари харажатларини тўлаш, божхона назорати учун зарур бўлган барча маълумотларни бериши шарт. Божхона юк декларацияси маълумотлари ташқи иқтисодий алоқалар бўйича давлат статистик маълумотларини тузишда асос вазифасини бажаради.

ТОВАРНИНГ БОЗОРДАГИ ҲАРАКАТИ (инглз. Movement of goods to market) – ташкилотлар томонидан ўз товарлари ва хизматларини эслатиш, уларга ишонтириш ахбороти сифатида қўлланиладиган ҳар қандай ахборот. Ахборот шакллари: фирма номи, ўралиши, магазин витриналари, тўғридан-тўғри почта жўнатмалари, эълонлар ва ҳоказо. Ҳаракатланиш фаолияти ўз ичига рекламалаш, шахсан сотув, паблисити, харидни стимуллаш (қўргазма, намойиш)ни олади.

ТОВАРНИНГ КЕЛИБ ЧИҚИШ ГУВОҲНОМАСИ (инглз. Certificate of origin) – (товар келиб чиққан ёки олиб чиқилаётган) товарга мамлакат ишлаб чиқариши ёки олиб чиқишини тасдиқловчи ҳужжат. Шу мамлакатнинг божхона ҳокимиятлари ёки миллий қонунчилик ваколатига эга бошқа органлар томонидаи берилади. Товар эгасининг товар ишлаб чиқарган мамлакат ҳақидаги ариза сифатида ишлатилади. Улар транспорт ёки бошқа тижорат ҳужжатларини божхона диплорацияларида қилиши мумкии. Товар келиб чиқиш гувоҳномаси импорт қилувчи ёки экспорт қилувчиларига боғлиқ бўлмаган органлар томонидан берилади. Кирилаётган мамлакатнинг қонунчилигидан ёки халқаро келишувлар белгиланган ҳолатларда ҳужжат тақдим этилади. Гувоҳномада товар ишлаб чиқариш жойи кўрсатилиши мумкии.

ТОВАРНИНГ ПАТЕНТ ТОЗАЛИГИ (инглз. patent purity of goods) – бир бозорда ўзга патент ҳуқуқларини поймол қилмаган ҳолда товар сотиш имкоияти.

ТОВАРННИГ ЭЛЕКТРОН ИДЕНТИФИКАЦИЯСИ (инг. Elektronic identification of goods) – кўпгина Ғарб мамлакатларида қабул қилинган кенг истеъмол товарлари идентификациясининг компьютерлаштирилган ягона тизими. Бу тизимда қадоқланган рақамлар ва турли қалинликдаги штрихларнинг белгиланган миқдоридан иборат бўлган махсус магнит код ёки штрихли код қўлланиши мумкин. Кассир ёки сотувчи кодни махсус мослама билан магнитлайди (ёки штрихли кодни сканер билан ҳисоблайди), компьютер товарнинг баҳосини қайд этади ва омборда товар захирасини ҳисобга олади. Бу тизим магазинларда буюртмалар билаи ишлашни енгиллаштиради. Бундан ташқари, тизим товар ўғирланишининг олдини олиши мумкин: дўкондан чиқишда қоровул мослама ўрнатилиб, қадоқлашда магнитланмаган кодли товар олиб чиқиб кетилаётганда, мослама бундан хабар беради.

ТОВАР-ТРАНСПОРТ ЮК ҚОҒОЗИ (инг. Consignment note) – автомобил транспорти орқа юк ташиш шартномаси ҳужжати. Халқаро юк ташишда 4 нусхада тузилади. 1-нусха юк жўнатувчида қолади, иккичи юк билан бирга кетади, учинчи ва тўртинчи нусхалар олиб борувчида қолади.

ТРАКТАТ (инг. Contract) – халқаро битим, келишув.

ТРАКТАЦИЯ (инг. making a contract) – товарни сотиш ёки олиш ҳақидаги дастлабки таклиф бўлиб, мақсади ушбу битим тузишга қизиққан эҳтимоллик харидор ёки сотувчиларни аниқлашга қаратилган.

ТРАНЗИТ ПОШЛИИАЛАР (инг. Transit duties) – божхона пошлиналари бўлиб, ушбу мамлакат ҳудудидан чет юкнинг учинчи бир мамлакатда фойдаланиши учун ташиб кетилаётганида олинади.

ТРАНСНАЦИОНАЛ БАНКЛАР (инг. Transnational banks) – универсал типдаги йирик кредит-молия мажмуалари бўлиб, чет эл муассасаларининг кенг тармоғи ва давлат ёрдамида дунё бозоридаги валюта ҳамда кредит операцияларини назорат қилувчи иттиоқ тизимларига эга халқаро ссуда капиталининг ҳаракатида асосий алоқачилар.

ТРАНСИАЦИОНАЛ МОНОПОЛИЯЛАР (инг. Transnational monopolies) – йирик хўжалик уюшмалари бўлиб, капитали бўйича миллий, ўз фаолияти доирасида халқаро бўлган, бошқа мамлакатларда бўлимлар, филиаллар, ишлаб чиқариш муассасаларининг кенг тармоғини яратиш бўйича иқтисодий экпанцияларни амалга оширади.

ТРАНСПОРТ ТАРИФЛАРИ (инг.л. Transport tariffs) – транспорт хизмати учун тўлов ставкалари тизими.

ТРАНСПОРТ ЮК ҚОҒОЗИ (инг.л. Consignment note, waybill) – юк ташишда қўлланувчи ва юкни жўнатувчи, олиб борувчи ҳамда қабул қилувчи орасидаги муносабатларни гартибга солувчи юк қоғози.

ТРАНСПОРТ ЮК ХАТИ (инг.л. Consigment, note, waybill) – экспорт конторасн ёки транспорт-экспедицион муассасада тузулувчи ҳужжат. Ҳозирги вақтда уни эталон асосида, ҳисоб-фактура ёки юкни ташиш ҳақидаги дастлабки суҳбат жараёнида тузилган дастлабки фактура асосида тузилади.

ТРАНСФЕРТ (инг.л. Transfer) – етказиб бериш. 1.Сотувчи брокеридан харидор брокерига хусусий мулк ҳуқуқини юридик жиҳатдан ўтказиш билан акционарлик сертификатини етказиб бериш, одатда бир неча кунда қилинади. 2.Транспорт бу корпорация китобларида қайд қилинувчи хусусий мулкнинг ҳуқуқини акцияларга ўтишини билдиради. Регистрациядан сўнг барча ахборот бевосита янги эгасига юборилади.

ТРАНСФЕРТ АГЕНТИ (инг.л. transfer agent) – акция эгаларини уларнинг манзилгоҳлари ва акция миқдори бўйича рўйхатдан ўтказувчи агент.

ТРАНСФЕРТ НАРХ (инг.л. Trans fer price) – асосан трансмиллий компаниялар ичида тижорат операциялари амалга ошириладиган жаҳон нархларининг бир тури. Монополь нархлар каби бу нархлар ҳам ишлаб чиқариш нархи ва қийматидан ошиши мумкин. ТМКлар қайси мақсадларни тақиб қилиш борасига қараб (юқори солиқ ставкаларидан қолиш, божхона божларидан қолиш, ТМК тузилишларида "даромадлар казоларини" вужудга келиш шартлари) кенг камаювчиларда бўлади.

ТРАНСФЕРТ СОЛИҒИ (инг.л. Transfer tax) – 1.Мероса солиниадиган солиқ. 2.АҚШда корпорация акциялари ва облигациялар савдосига солинадиган федерал солиқ, шунингдек, молиявий ва мулкий ҳужжатларни ўтказиш (трансфер) учун солинадиган маҳаллий солиқ.

ТРАНСФЕРТ ТЎЛОВЛАРИ (инг.л. Tranfer payments) – Давлат бюджети томонидан аҳоли ва хусусий тадбирларга тўланувчи ўтказиб берувчи тўловлар қуйидаги тадбиркор субсидияларига бўлинади: давлат қарзи бўйича фоиз тўлаш, пенсия ва аҳолига нафақа пособиялар.

ТРАНША (фр. Trancha қисм, бўлак, инглз. Tranche) – 1.Халқаро облигацион заём серияси ёки қисми бўлиб, келажакда бозор конъюнктурасини яхшилаш ёки турли давлатлардаги ссуда бозорларида заёмни жойлаштириш учун чиқарилади.

ТРАТТА (инглз. Draft, od bill of exchanga) – кредиторнинг қарздорга маълум миқдордаги суммани 3-шахсга тўлаши ҳақидаги ёзма буйруғи. Буйруқ мажбурияти қарздор ўз розилигини шу ҳужжатда тасдиқлагандан сўнг кучга киради.

ТРЕСТ (инглз. Trust) – уюшма бўлиб, унинг таркибига кирган муассасалар ўзи ишлаб чиқаради ва тижорат эркинлигини йўқотиб, ягона марказга бўйсунадилар. Умумий даромад уларнинг иштирокига қараб бўлинади.

ТЎЛАБ БЕРИШ МУДДАТИ (инглз. Payback period) – шундай муддатки, бу даврда у ёки бу лойиҳага инвестиция қилинган сумма тўла қайтариллиши керак.

ТЎЛАНМАГАН ДИВИДЕНД (инглз. Nonpayed dividend) – режалаштирилган ва доимий дивиденднинг тушиб қолиши.

ТЎЛАШГА ҚОБИЛ ТАЛАБ (инглз. Effective demond) – харидорлар пул воситалари орқали таъминланувчи товар ва хизматларга бўлган талаб. Бундай талаб ишлаб чиқариш ва истеъмол ўртасидаги боғловчи звено бўлиб, у фирма маркетинг стратегиясида уни ўрганиш ва башоратлашни тақозо этади.

ТЎЛИҚ ШИРКАТ (инглз. General partnership) – бир неча фуқаро ёки юридик шахсларнинг ўзаро шартнома асосида биргаликда хўжалик фаолиятини юритиши. Барча иштирокчилар ўз мулклари билан ширкат мажбуриятлари бўйича тўлиқ жавобгарликка эга. Ширкат юридик шахс ҳисобланмайди, лекин шу ширкат қатнашчиси бўлган юридик шахслар ўз мустақиллиги ва юридик ҳуқуқларини сақлаб қоладилар.

ТЎЛОВ БАЛАНСИ (инглз. foreign balance, balance of payments) – мамлакат ташқи иқтисодий фаолиятининг маълум вақт мобайнидаги натижалари кўрсатувчи ҳисоб маълумотларини умумлаштириш усули. Тўлов балансини бир хил шаклга келтириш методологияси халқаро валюта фондининг махсус кўрсатмасида берилади. Тўлов баланси маълум муддат мобайнида мамлакатга келтирилган ва четда чиқарилган маҳсулот тўловларининг муносабатидир. Тўлов баланси қуйидаги бўлимлардан иборат: а) савдо баланси ҳисоби (инглз. balance of external trade) импорт маҳсулотлар сотиб олиш учун сарфларни экспорт бўйича даромадларга боғлиқ ҳолда тартибга солишга

мўлжалланади; б) хизмат кўрсатиш бўйича киримлар ва тўловлар (инглл. export of services) хорижга хизмат кўрсатишдан келган даромадлар баланси (туризм, суғурта, банк иши, экспедиторлик иши); в) трансферт тўловлари (инглл. unilateral transfers) халқаро ёрдам, мамлакат резидентлари томонидан қайтариб олмаслик шарти билан ёрдам умумлаштириш; г) капитал ҳисоби (инглл. capital account) инвестицион воситаларнинг кириши ва чиқишини баланслаш мақсадида тузилади; д) захира операциялари ҳисоби (инглл. reserve capital account) давлат миқёсида халқаро валюта захиралари (олтин, махсус ўзлаштириш ҳуқуқига эга бўлган қатъий валюта захиралари)нинг олди-сотдисини ҳисобга олади. Тўлов балансининг актив ёки пассивлиги мамлакат валюта-молиявий ҳолатининг муҳим кўрсаткичи саналади. Актив тўлов баланси (инглл. active balance of payments) — мамлакатнинг хориждан (масалан, маҳсулот олиб келиш натижасида) олинган пул даромадининг хорижга кетган чиқимлар унга нисбатан ошиб кетиши. Пассив тўлов баданси (ннгл. passiveFunfavorable pay balance)-хорижга кетган тўлов ва чиқимлариинг хориждан келганларига нисбатан ошиб кетиши.

ТЎЛОВ ВАЛЮТАСИ (инглл. currency of payment) — ташқи савдо битимларида маҳсулот учун тўланадиган ёки халқаро кредит тўловларида ишлатиладиган валюта.

ТЎЛОВ ВЕДОМОСТИ (инглл. list for payments) — бухгалтерия касса ҳужжати бўлиб, меҳнатга лаёқатсизлик нафақаси ва бошқа тўловларни беришга мўлжалланган.

ТЎЛОВ ИНТИЗОМИ (ннгл. payment discipline) — корхона, ташкилот, идора ёки алоҳида фуқароларнинг қатъий белгиланган муддатда тўла ҳажмда тўловларнн амалга ошириш мажбурияти.

ТЎЛОВ КАРТОЧКАСИ (инглл. charge caed) — қатор Ғарб давлатларида алоҳида магазинлар ва компаниялар тамонидан тўлов учун қабул қилинадиган магнитли пластик карточка. Унинг эгаси ҳар ойнинг охирида қилинган барча сарфлар бўйича умумий ҳисоб-китоб қилади. Бундай карточка кредитни назарда тутмайди, чунки унинг эгаси ҳамма суммаии бирданига тўлаш керак бўлади. Тўлов ўз вақтида амалга оширилмаса, жарима белгиланади, шунда ҳам тўланмаса, тўлов карточка бекор қилинади.

ТЎЛОВ ТАЛАБИ (инглл. payment request) — тўлов ҳужжати бўлиб, унда тўловни қабул қилувчи қарздордан банк орқали

маълум суммани унинг ҳисобига ўтказиб қўйишни талаб қилади.

ТЎЛОВ ТОПШИРИҒИ (инглз. payment order) – тўлов ҳужжати бўлиб, у орқали тўлови банкка ўзининг ҳисобидаги пулдан қарз берган шахсга пул ўтказиб қўйишни топширади.

ТЎЛОВ ФОРМАЛАРИ ТУРЛАРИ (инглз. Payment forms) – халқаро алоқалардаги тўлов шакллари. Бунда тўлов шакли асосан экспорт қилувчи учун фойдали бўлади. Масалан, 100 фоизли аванс тўлови, аккредитив орқали, инкассо билан ёки очиқ ҳисоб рақами орқали амалга оширилиши мумкин. Ҳисоб-китоблар бир мамлакатдан иккинчи мамлакатга банклар орқали, телеграф ва почта орқали, вексель ёки тўлов талабномалари орқали амалга оширилиши мумкин. Собиқ тузум даврида халқаро ҳисоб-китобларда асосан инкассо ва аккредитив орқали амалга оширилган. Бу тўлов турларида экспорт қилувчи ва импорт қилувчи бир хил фойдалиликка эришган. Тўловни аккредитив ва инкассо шакли товарларни нақд пулга сотишда ёки кредитга сотишда ишлатилиши мумкин. Тўлов охирида экспорт қилувчи фирма қабул қилинган пул массаси билан импорт қилувчи юборган пул массаси солиштирилади.

ТЎЛОВ ХАБАРНОМАСИ (инглз. payment notice) – шундай ҳужжатки, у орқали молиявий ташкилот солиқ тўловига ундан ундириладиган тўлов суммаси ва муҳлатини хабар қилади.

ТЎРТ "М" (инглз. Four M`s) – Ғарб ишбилармонлари томонидан ишлатиладиган жаргон ибора бўлиб, нормал тадбиркорлик фаолиятини юргизиш учун тўртта асосий омилларни таъминланишини (хом ашё, ишчи кучи, пул ва жиҳозлар) билдиради.

ТЎҒРИ ПРЕФАКЦИЯЛАР (инглз. Direct preference shares) – активлар ва дивидендларга нисбатан оддий префакцияли акциялар. Тўғри префакциялар бозор баҳоси фоиз даражасининг ўсиши билан камаяди ёки аксинча, инвесторлар нуқтаи назаридан олганда тўғри префакциялар қуйидагиларни таъминлайди: оддий акцияга нисбатан инвестициянинг катта ишончлилиги; солиқ имтиёзлари (дивиденд солиқ кредити орқали) облигацияга нисбатан кам ишончлилик, чунки компания дивиденд тўлаши шарт эмас; белгиланган даромад; овоз беришда қатнашмаслик; облигация инвестициясидагидек муддатли эмас, балки муддатсиз бўлишлиги; энг кам ликвидлик, чунки префакциялар оддий акциядан кам бўлади; фақат

қиймати, яъни аввалдан эълон қилинган баҳо плюс озгина мукофот бўлишлиги.

ТЎҒРИ СОЛИҚЛАР (инглз. Direct taxes) – давлат томонидан солиқ тўловчилар бевосита даромадларидан ёки мулкидан ундириб олинадиган солиқлар (даромад солиғи, корпорация кирими солиғи, мерос ҳамда совға солиғи, мулк солиғи ва ҳоказо).

ТЎҒРИ ХОРИЖИЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАР (инглз. Direct foreign investment) – тадбиркорлик маблағини узоқ муддатга киритишни ифодаловчи инвестиция шакли бўлиб, хорижий ҳиссадорга чет эл корхонаси фаолиятини назорат қилиш имкониятини таъминлайди. Инвесторга бу инвестициялар чет эл корхонаси орқали олинган барча даромадни пиент-давлат иқтисодига ва сиёсатига таъсир кўрсатиш имконини беради.

ТЎҒРИДАН-ТЎҒРИ КОТИРОВКА (инглз. Direct quotation) – хорижий давлат валютасининг маҳаллий валютада ифодаланган курси.

У

УЗАЙТИРИЛГАН ССУДАЛАР (инглз. Overdue loans) – ссуда олган шахс томонидан маълум қийинчиликлар туфайли банкка белгиланган муддатда қайтариб берилмаган ссудалар.

УЗЛУКСИЗ ҚИЁСЛАШ ТИЗИМИ (инглз. System of uninterrupted comparison) – биржадаги савдо тури бўлиб, бунда талаб ва таклиф қиёсланади.

УЗОҚ МУДДАТЛИ ҚАРЗЛАР (инглз. Long-term loans) – узоқ муддатда қопланадиган қарзлар.

УЗОҚ МУДДАТЛИ КРЕДИТЛАР (инглз. Long - term credit) – банк типида бўлмаган алоҳида кредит институтлари томонидан узоқ муддатга (5 йилдан ортиқ) ссуда шаклида берилади.

УЙҒУНЛАШТИРИЛГАН ТИЗИМ (инглз. harmonious system) – товарларни кодлаштириш ва таърифлаш тизими, товарларнинг кўп мақсадли божхона ва статистик ташқи савдо классификатори. У божхоналар ҳамкорлиги халқаро кенгаши томонидан ишлаб чиқилган.

УЛГУРЖИ САВДО (инглз. Wholsale) – товар ва хизматларнинг партияси билан ёки кўп миқдорда қайта сотиш ёки профессионал фойдаланиш учун сотиш.

УЛУШ МАЖБУРИЯТИ (инглз. sharing commitment) – бир неча кредиторлар ва қарздорлар қатнашувидаги мажбурият

бўлиб, унга кўра ҳар қайси кредитор амалга ошувини талаб қилиш ҳуқуқига эга, ҳар бир қарздор эса бошқалар билан тенг миқдорда тўлаш мажбуриятига эга бўлади.

УМУМИЙ БОЗОР – 12 та ғарбий давлатлари аъзо бўлган иқтисодий уюшма. Ҳамжамиятни таъсис қилиш ҳақидаги шартнома 1957 йил Римда Германия, Франция, Италия, Бельгия, Голландия ва Люксембург томонидан имзоланди. 1973 йилда унга Буюк Британия, Дания ва Ирландия; 1981 йилдан Греция; 1986 йилдан Испания ва Португалия аъзо бўлиб кирди. Уюшманинг мақсадлари: бож иттифоқи ва ҳамжамиятга аъзо мамлакатлар доирасида капитал, товарлар, кучи, хизматларнинг эркин кўчиб юрадиган умумий бозорини шакллантириш; учинчи мамлакатларга нисбатан ягона савдо сиёсатини, шунингдек, валюта, қишлоқ хўжалиги, транспорт соҳаларида умумий сиёсатни ўтказиш, молия тизимини бир хил қилиш, иқтисодий ва валюта иттифоқини тузиш ва бошқа. Ҳозирги вақтда ҳамкорликка кирувчи давлатлар ўртасида миллий чегаралар рамзий тус олиб, ягона валюта ва ягона нархларга ўтилмоқда. Унинг олий органи Брюссель (Бельгия) шаҳрида жойлашган Комиссия ва Вазирлар Кенгашидир. Страсбургда жойлашган Европа парламенти асосан маслаҳат органи вазифасини ўтайди.

УМУМИЙ ЗАВОД ХАРАЖАТЛАРИ (инглз. general industrial expenses) – ишлаб чиқаришга кетган асосий чиқимлардан ташқари умуман бирлашма, ташкилотни бошқариш ва ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва унга хизмат кўрсатишга кетадиган умумий харажатлар.

УМУМИЙ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ХАРАЖАТЛАРИ (инглз. industrial expenses) – бирлашма, ташкилот таркибий тузилмалари ёки алоҳида ишлаб чиқариш даражасида ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва уни бошқаришга, унга хизмат кўрсатишга кетадиган умумий харажатлар.

УМУМИЙ РЕНТАБЕЛЛИК (нем. Rentabel-фойдали, даромадли) – тармоқ ёки корхоналарнинг фойда олиб ишлаши; фойда олиш даражасини кўрсатади. Фоиз ҳисобида ифодаланади. Ишлаб чиқариш рентабеллиги маълум давр (ой, квартал, йил)да қўлга киритилган фойда миқдорининг шу вақтда фойдалаиилган йиллик асосий ишлаб чиқарнш фондлари ва айланма воситалари қиймати йиғиндисига ёки маҳсулотни ишлаб чиқариш, сотиш харажатларининг таниархга нисбати сифатида ҳисобланади. Маҳсулот рентабеллиги айрим

маҳсулот турининг даромаддорлиги, фойдалилигини акс эттиради ва маҳсулот сотишдан олинган фойданинг унинг тўла таннархига нисбати билан ҳисобланади.

УМУМЦЕХ ХАРАЖАТЛАРИ (инг. shop expenses) – ташкилот, бирлашманинг цех ёки шунга бўлинмаларидаги ишлаб чиқариш харажатларидан ташқари ишлаб чиқаришни ташкил қилиш, раҳбарлик ва унга хизмат кўрсатиш учун кетадиган харажатлари.

УНИВЕРСАЛ БАНКЛАР (инг. Universal banks) – барча асосий операцияларни: депозит, кредит, жамғарма, ҳисобкитоб, ишоич ва бошқа операцияларни амалга оширувчи кредит идораси.

УНИВЕРСАЛ БИРЖА (инг. universal excange) – маҳсулотлариинг кенг доирасн билангина эмас, валюта, қимматбаҳо қоғозлар, шунингдек, фрахт шартномалари билан операциялар ўтказиладиган биржа.

УСАМА (инг. Addition) – белгиланган талабнома асосида маҳсулот тайёрлаш учун бернладиган қўшимча ҳақ.

ИИЗОМ КАПИТАЛИ (инг. authorized capital) – корхона (ташкилот)ни барпо этиш тўғрисидаги шартнома ёки низомда белгиланган маблағлар (капитал) миқдори. Чиқарилган акцияларниг номинал қиймати, давлат қўйган маблағлар, хусусий улуш (пай) бадаллари мнқдоридан ташкнл топади.

УСТАМА БАҲО (инг. Rise in prices) – маълумотномада кўзда тутилган асосий баҳодан ортнқча улгуржи ва чакана баҳога қўшимча.

Ф

ФАКТОРИИГ (инг. Factorign) – молия соҳасидаги хизмат тури бўлиб, асосан бозорга янги кирган, шунингдек, майда ва ўртача фирмаларга хизмат кўрсатади. Факторинг моҳияти қуйидагилардан иборат: фирма-фактор етказиб берувчилардан қисқа муддатли талабларга эга товарларни сотиб олади, буида тўловнинг кўп қисмини дарҳол компенсация қилиб беради, қарзларини тўла узишга кафолат беради, ҳисоб-китоб олиб бориш харажатларини туширади. Фактор ҳар бир харидорнинг тўлов қувватини текшириб кўради ва ўтказиб берувчи уларнинг ҳар бири кредит берувчи ўз маҳсулотини қўрқмасдан етказиб бераверади, чунки қарздор ўз қарзини тўламаган тақдирда фактор компания бу қарзни

узади. Товарни юклаб беришда сотувчи дарҳол (2-3 кунда) инвойснинг 70-90%ни олади, қолган қисми харидор кредит фоизи ва хизмат комиссионини чиқариб ташлаб тўлангандан сўнг мижозга берилади. Факторинг бўйича кредит муддати 90-120 кун орасида бўлади, кредит учун фоиз ставкаси расмий банк ставкасидан 2-4% юқори бўлади. Факторинг хизмати нархи таваккалчилик даражаси ва битимнинг бошқа кўрсаткичларига боғлиқ ҳолда -0,5-2% гача бўлади. Факторкомпаниялар банклар билан яқин алоқада бўлади, кенг ҳажмдаги ахборотга эга бўлади, маслаҳат, юридик ва бошқа хизматларни амалга оширади.

ФАКТОРИЯ (инглг. Factory) – 1.Катта савдо магазинлари бўлиб, у ерда олиб кириладиган ва олиб чиқиладиган товарларнинг катта омборлари мавжуд бўлади. 2.Матбуот тизимида фактория лар кўчманчи ва ярим кўчманчи аҳоли орасида ташкил қилинади ва қолоқ оммани савдо-сотиққа тайёрлашнинг биринчи тайёрлов поғонаси бўлиб ҳисобланади. Фактория лар коллегиал ва тайинлаш бўйича бошқарилади. 3.Фактория тижорат мақсадларидаги сайёр экспедиция ҳамдир.

ФАКТУРА НАРХ (инглг. Invoice price) – бу таклиф қилинаётган товарнинг счёт фактурасида кўрсатилган нарх.

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ (инглг. Forging) – товар ва маҳсулотларни сохталаштириш.

ФЕДЕРАЛ БЮДЖЕТ (инглг. Federal budget) – давлат бошқарувининг федератив шаклига эга мамлакатларнинг марказий ҳукумат бюджети.

ФЕДЕРАЛ ФОНДЛАР (инглг. Federal funds) – Америка пул бозорлари, яъни банкларарo депозитлар бозорининг маблағлари.

ФЕРМЕР (инглг. Farmer) – ферма, қишлоқ хўжалигига ихтисослашган корхонанинг эгаси.

ФИДУЦИЯ (инглг. Fiducia) – ишончга асосланган битим, шартнома.

ФИКС (инглг. Fix) – мукофотнинг аниқ белгиланган суммаси.

ФИЛИАЛ (инглг. Branch, affiliate, filiation) – бирон-бир ташкилот ёки корхонанинг мустақил бўлинмаси.

ФИРМА (инглг. Firm, firm`sFtrade name) – тижорат мақсадларини кўзлаган корхона, компания ёки бошқа хўжалик ташкилотлари фирма сифатида алоҳида ишбилармон

(ташкилотчн) ёки коллектив (жамият, бирлашмалар ва бошқалар) қатнашиши мумкин.

ФИРМА ФАОЛИЯТИ СТРАТЕГИЯСИ (инглз. Stratedy of compaiiy activity) – бу нарса фирма фаолиятининг атроф-муҳит билан мослашув даражасига боғлиқ. Фирма фаолияти стратегияси портфелини ташкил қилишдаги альтернатив танлов атроф-муҳитни зарурий равишда таҳлил қилиш натижаларига кўра ўтказилади. Фирма фаолияти стратегиясини классификация қилишнинг энг умумий белгиси бозор ҳиссасидир, яъни маълум товарлар бўйича бозорнинг экспортёр томонидан назорат қилинадиган қисмидир. Фирма фаолияти стратегияси бозорни эгаллаш ва уни кенгайтиришга қаратилган бўлса, у яратувчи стратегия деб аталади. У ҳужумкор характерга эга бўлиб, яиги перспектив маҳсулот мавжуд бўлганда, бозорииинг янги перспектив маҳсулот мавжуд бўлганда, бозорнинг янги перспектив сегментини очишда, шунингдек, рақобатчилар бозорда ўз рақобатбардошлилигини йўқотганда қўлланилади. Агар корхона ўз бозор ҳиссасидан қониқса, у ёки бу сабабга кўра ўз ҳиссасини кўпайтириш имкониятига эга бўлмаса, унда муҳофазакор стратегия бўлади. Унинг мақсади бошқа рақобатчилар ҳужумидан ҳимояланиш бўлади. Албатта бир бозордаги ҳимояланиш олиб борилиши мумкин. Муҳофазакор стратегия варианти "бозордан чиқиш" варианти ҳисобланади. Динамик корхоналар учун улар катта ишлаб чиқариш ва экспорт потенциалига эга бўлганлиги учун уларга ўсиш стратегияси хосдир. Узоқ муддатли перспективада бозорда зўравонликка эришиш учун шундай стратегия қўллаинлади. Ўсишнинг янги сегментида кўпиича танлама стратегиядан фойдаланилади, у рағбатлантириш ва нархлаштиришни кўзда тутади. Яна шундай фирма фаолияти стратегиясининг таснифини бозорнинг янгилигига ҳамда маҳсулотнинг янгилигига кўра сақлаб қолишдан иборат бўлган ҳолларда, яъни бу ҳолат корхонани қониқтирган ва зарурий даромадни келтирган ҳолларда бундай стратегия балансловчи стратегия дейилади. Бунда эътибор бошқарув жараёнини яхшилашга қаратилади. Маҳсулотни модификациялаш ва бозорни кенгайтириш имкони туғилганда фирмалар бозорни қувватлаш стратегиясидан фойдаланадилар. Унга характерли хусусият бўлиб, маҳсулот истеъмол хусусиятини таҳлил қилиш, янги технологик жараёнларни ўзлаштириш, янги конструкцияларни ишлаб чиқариш бўлади. Бу стратегия янги маҳсулот пайдо

бўлганда вужудга келади. Уни амалга ошириш катта молиявий сарф харажатлар билан боғлиқ. Онгли таваккалчилик стратегияси фирманинг бутуилай янги бозорга ўз ассортнментига хос бўлмаган маҳсулот билан чиқишга айтилади. Бундай стратегиянинг вазифаси яиги бозории ташкил қилиш, аввал мавжуд бўлмаган заруриятни яратишдан иборат. Яна фирма фаолияти стратегиясининг йиғиндиси ҳам мавжуд бўлиб, уларнинг мақсади, ишлаб чиқарувчи маҳсулотига талабни яратиш, уни рағбатлантириш ва қўллаб-қувватлашдан иборат. Бозор сегментини аниқлаш бўйича ўз йўналишига кўра, фарқланадилар ва бозорни тўлиқ таҳлили ўтказилгандаи сўиг ишлаб чиқилади. Талаб ва харидорлар муносабати ўртасида фарқ катта бўлмаганда ҳамда барча гуруҳ талабларнни бир хил сотув тизимлари орқали қондириш мумкин бўлган такомиллашмаган маркетинг стратегиясидан фойдаланилади. Бир ёки бир неча мақсадли бозор сегментини танлашда йиғма маркетинг стратегиядан фойдаланилади. Уни амалга ошириш учун мураккаб турли хил муаммоларни ҳал қилиш шарт эмас. Маркетинг стратегиясига баҳо стратегиясинн киритиш схематик равишда товарга турлича нарх қўйишдан иборат. Яъни бозорга кириб боришда экспортёр "қаймоғини олиш" стратегиясидан фойдалаииши мумкин. Унга кўра янги маҳсулотни ўзлаштиришга кетган катта сарфни қоплаш мумкин ва яна нормал даромад олиш ҳам мумкин. Баҳо стратегиясини бошқа гуруҳи маҳсулот баҳосини соҳа ва бозор факторларига асосан ўртача бозор баҳоси, рақобатчилар баҳоси ҳисобга олинади. 3-баҳо гуруҳи ўртача бозор баҳосидан паст бўлиб, бундай баҳолаш кириб бориш баҳоси деб аталади. Унинг мақсади тезда бозорни эгаллашдаи иборат.

ФИСКАЛ АГЕИТ (инглз. fiscal agent) – 1.Молия агенти; 2.Облигациялар чиқарув ва тўловларини амалга оширувчи, ҳисоб-китоб юритувчи, ҳукумат ёки давлат ташкилоти агенти. Одатда бундай вазифани Марказий банк бажарадн.

ФИСКАЛ БОЖИ (инглз. Fiscal duties) – давлат бюджетига фойда келтириш учун белгиланган божхона божлари. Лифо – 1) товар-моддий бойликлари энг сўнгги тайёрланган туркуми баҳолари асосида ҳисобга олиб бориш усули. ЛИФОнинг қўлланилиши эълон қилинадиган балансга қўшиладиган ва солиқ тўлашни камайтиришга имкон берадиган фойда суммасиии кўпайтириши ёки камайтириш имкоиини беради. 2) Қўйилган омонатнинг бир қисмииг муддатдаи аввал

қайтариб олинганда омонатчига кўпроқ фоиз имконини берадиган фоизни ҳисоблаш усули.

ФИСКИНГ (инг. Fixing) – маълум вақт мобайнида ёрликда (биржада) белгилаиадиган товар ёки қимматли қоғознинг нархи ёки котировкаси.

ФОИЗ (иигл. Interest) – тўлов бўлиб, қарз олган шахс кредиторга ссудадаи фойдаланганлик учун берилади. Фоиз ҳажми кредит тури, уиинг муҳлати, олиигаи ссуданинг ўз вақтида тўланишига боғлиқ. Фоизни ўзгартириш билан банк кредитларига ташкилотлар талабини орттириш ёки камайтириш мумкин.

ФОИЗ ҚОПЛАШ (инг. Cover of interest) – облигация бўйича фоиз қоплаш; компаниянинг даромади унинг облигациялар бўйича тўлаган фоизидаи иеча баравар кўп эканлигини кўрсатувчи сон.

ФОИЗ МУДДАТИ (инг. Interest period) – қарз олувчи ва кредитор ўртасидаги маълум келишувга биноан "сузувчи фоиз ставкаси бўйича бериладиган ва унинг давомида ўзгармас даражадаги фоиз ставкаси мавжуд бўладиган ўрта ва узоқ муддатли кредит умумий муҳлатининг бир қисмидир. Фоиз муддати тугагач (3-6 ой) кредит бўйича берилган фоиз ставкаси банк-кредитор қайта молиялаштирилаётган ссуда капитали бозоридаги ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда қайта кўриб чиқилади.

ФОЙДА – сотилган маҳсулот (хизматлар)нинг қиймати билан таннархи айирмаси; қўшимча маҳсулотнинг пул шакли. Фойда даромаднинг бир қисми. Фойданинг мувозанат, ҳисобкитоб ва қолдиқ шакллари мавжуд. Маҳсулот таннархини пасайтириш, жадаллаштириш асосида ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш фойда ўсишининг асосий омиллари ҳисобланади.

ФОЙДА МЕЪЁРИ (инг. Rate of profit) – 1.Солиқлар, иш ҳақи ва бошқалардан ташқари олинган ўртача фойда; 2.Юқори ташкилот томонидан корхона учун белгиланган фойда.

ФОЙДАГА СОЛИНАДИГАН СОЛИҚ (инг. Profit tax) – давлат бюджетини шакллантиришда корхона ва ташкилотлар иштирокининг асосий шакли сифатида қўлланувчи солиқ тури. Унга меҳнат ҳақи, рента тўловлари, акциялар, облигациялар ва дивидендлар, чиқарилаётгаи маҳсулот рентабеллиги ва бошқалар билан боғлиқ бўлган баланс фойдаси асос бўлиб хизмат қилади.

ФОЙДАНИ РЕАЛИЗАЦИЯ ҚИЛИШ (инглиз. Realization of profit) – фойдани реализация қилиш мақсадида аввал олинган акцияни олинган нархига нисбатан кўтарилган нархда сотиш.

ФОНД АРВИТРАЖИ (инглиз. Stock exchange arbitration) – бир вақтни ўзида бир қимматли қоғозлар бозоридан қимматли қоғоз сотиб олиб, уни бошқа қимматли қоғозлар бозорида фойда олиш мақсадида сотишни ўз ичига олувчи тадбиркорлик биржа фонди.

ФОНД БИРЖАСИ (инглиз. Stock exchange) – қимматбаҳо қоғозлар олди-сотди қилинадиган биржа, бозор инфраструктурасининг муҳим бўғини, қимматбаҳо қоғозлар (давлат облигациялари, корхоналар акция ва облигациялари, банк кредит билетлари, тижорат векселлари), валюта олди-сотдиси бўйича мунтазам ва ташкилий фаолият кўрсатади.

ФОРВАРД ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инглиз. Forward operations) – банклар ва ишлаб чиқарувчи корхоналар орасида тезкор равишда телефон ёки телекс орқали амалга ошириладиган валюта операциялари.

ФОРМУЛЯР (инглиз. Formulary cotract) – замонавий олди-сотди жараёнидаги шартнома тури бўлиб, бунда шартнома йирик компаниялар томонидан олдиндан тузилиб шартга (мижозга) имзолашга берилади. Шартномага ўзгартиришлар киритилмайди ҳаттоки, шартнома шартлари муҳокама қилинмайди. Масалан, асбоб-ускуналарнинг техник паспорти, қайсики, яроқлилик муддатлари, таъмирлаш турлари ва техник ўзгартиришларни ўз ичига олувчи.

ФРАНКИРОВКА (инглиз. Franking) – иқтисодий ва ҳуқуқий шартлар бўлиб, нархнинг устига қўйилувчи харажатларнинг тартибини белгилайди. Бу харажатларга транспорт харажатларини, юклаш ва юк тушириш харажатлари, юкларни сақлаш ва суғурта қилиш харажатлари киради. Франкировка товарни етказиб бериш билан боғлиқ бўлган томонларнинг ҳуқуқий мажбуриятларини белгилаб беради ва етказиб бериш базис шартларининг муҳим ташкил этувчи элементларидан ҳисобланади.

ФРАНКО-ВАГОН (инглиз. FORFFOT free on railFtruck) – етказиб бериш базис шарти франко-вагон кейинчалик темир йўл станциясининг номи кўрсатилади, унда товарга ҳуқуқлар ва жавобгарликлар барча харажатларни ўз ичига олган ҳолда сотувчидан сотиб олувчига ўтади. Бу станция жўнатиш станцияси бўлиши, оралиқ станцияси бўлиши мумкин (одатда бу

сотувчи ёки сотиб олувчининг муносабатининг чегараси бўлади) ёки қабул қилувчи станция.

ФРАНЧАЙЗЕР (инглз. Franchaser) – шартнома асосида майда хусусий тадбиркорга муайян даврда, махсус кўрсатилган жойда ўз ишини юритиш ҳуқуқини берган йирик савдо ёки саноат фирмаси. Фирма учун бозорда ўз таъсир доирасини кенгайтириш, тижорат хатарни камайтириш усулларидан бири.

ФРАНЧАЙЗИ (инглз. Franchisy) – франчайзер қўл остида иш бошлаган майда тадбиркор (ишбилармон). АҚШда ресторанлар, ошхоналар, бухгалтерия ва солиқ хизматлари, ҳуқуқий марказлар, котибиятлари, етказиб бериш бюроси, нархловчилар, автосервис, озиқ-овқат ва баққоллик дўконлари ва ҳоказолар франчайзи усулида ишлайди.

ФРАНЧАЙЗИИГ (иигл. Franchising) – чет эллик шериклар билан биргаликда иш олиб бориш усули; шартнома (контракт) асосида технология эгаси бўлган фирма (франчайзер)нинг тижорат ёки саноат билимлари (лицензиялари)ни сотиш билан бирга маҳсулотни ишлаб чиқариш ва уни чет эллик ҳамкор (франчайзи) бозорида сотишда бевосита иштирок этишдан иборат. Одатда бундай иштирок маҳсулот ишлаб чиқаришда энг зарур ва асосий қисмлар, моддалар, бутловчи узелларни етказиб бериш билан таъминланади. Кейинги йилларда "Пепси-Кола" фирмасининг фаолияти франчайзингга яхши мисол. Бу фирма бундай ичимликни ишлаб чиқарадиган корхоналарни (масалан, Қибрай пиво ва яхна ичимликлар комбинати) концентрат билан таъминлайди, ишлаб чиқариш, реклама, товарни ўтказишда маслаҳатлар беради.

ФРАХТ (инглз. Freight) – юкларни ташиш ёки кемадан фойдаланиш учун тўланадиган кира ҳақи.

ФРАХТ (КЕМА ЁЛЛАШ) СУҒУРТАСИ (инглз. Freight insurance) – суғурта тури, унинг объекти сифатида юкни етказиб бериш учун транспорт воситаси эгаси томонидан олинадиган тўлов майдонга чиқади.

ФРАХТ СТАВКАСИ (инглз. Freight rate) – денгиз орқали ташиладиган юк бирлиги баҳоси. Фрахт ставкаси юк ҳолати, реис шартлари ва фрахт бозори конъюиктурасига боғлиқ.

ФУИДИРЛАНГАН ЗАЁМЛАР (инглз. Long-erm loans) – қисқа муддатли ҳамда ўрта муддатли заёмларни бирлаштириш натижасида ҳосил бўлган узоқ муддатли давлат заёмлари.

ФУРИИТУРА (ингл. Accessories) – баъзи бир ишлаб чиқаришда ишлатиладиган ёрдамчи материаллар.

ФОЙДАНИ МУОМАЛАДАН ЧИҚАРИШ (ингл. Profittaking) – фойдали шартномаларни улар бўйича пул олиш мақсадида тўхтатиш ёки сотиб олиш.

ФОНД ВИРЖАСИИИИГ ОПЕРАЦИОИ ЗАЛИ (ингл. operating hall of fund stock exchange) – савдо майдони бўлиб, у ерда акциялар, облигациялар, опционлар ва бошқа қимматли қоғозлар савдоси амалга оширилади.

ФОРВАРД ИНТЕРВЕИЦИЯСИ (ингл. forward intervention) – форвард бозорида Марказий банк томонидан нақд пул билан шартиома тузишда ўз валютасининг курсини ўзгартириш мақсадида амалга оширадиган операциялар. Форвард интервенцияси Марказий баик томонидан форвард бозорида миллий валютада шартнома тузишда фоиз ставкаларига таъсир кўрсатиш мақсадида ҳам амалга оширилиши мумкин.

ФЬЮЧЕРС БИРЖАСИ (инигл. futures market) – товар биржалари ташкил этишниг замоиавий шакли. Унда савдо фақат фьючерс шартномалари бўйича ўтказилади. Фьючерс биржасинииг пайдо бўлиши ва ривожланиши шу билан боғланадикн, у баҳонииг ўзгариш хавфиининг пасайишига, захира капитали миқдорининг камайишига, аванс капиталиниг пул шаклида қайтарилишининг тезлашишига, савдо кредитининг арзонлашига ва муомала сарфларининг камайишига олиб келди. Фьючерс биржасидаги савдо аиик маҳсулот биржасидаги савдога солиштиргаи ҳолда қуйидаги хусусиятларга эга: битимларнинг сохта бўлиши (битимнинг 1-2 фоизгнна маҳсулот етказиб бериш билан, қолганлари-фарқларни баҳоларда тўлаш билан якунлаиади); аиик маҳсулот бозори билан хеджилаш орқали асосан иисбий алоқа ўрнатиш; етказиб бериш муддати ва баҳосидаи ташқари шартнома шартларининг тўла бир хил қилиш; битимларнинг эгасизлиги, чунки улар маълум сотувчи ва харидор ўртасида эмас, балки ўзаро ҳамда ҳисоб-китоб палатаси орасида тузилади. Фьючерс биржасида битимлар маҳсулотлар, шунингдек, валюталар, акция иидекслари, фоиз ставкалари бўйича тузилади. Жаҳои бўйича бутун фьючерс биржаларида операциялар миқдори 10 трлн. доллардан ортиқдир.

ФЬЮЧЕРС БИТИМИ (инглиз. Futures deal, futures) — келгусида етказиб бериш шарти билан товарларни сотиш ва сотиб олиш биржа битими.

ФЬЮЧЕРС НАРХ (инглиз. Futures price) — биржа фьючерс битимлари нархи.

ФЬЮЧЕРС ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инглиз. Futures operations) — биржадаги тезкор битимлар бўлиб, булар асосида хом ашё товарларнни олтин валюта-молиявий ва кредит воситаларини олиш ва сотиш бўйича шу пайтдаги нархлар асосида белгиланади. Бу битим тузилганидан сўнг операциялар бўлади (2-3 йил). Олувчи ва сотувчи ўртасида клиринг палатаси воситачи бўлади ва барча мажбуриятлар бажарилиш кафолатинн беради. Фьючерс операцияларининг кўп қисми товарни етказиб бериш билан ёки бошқа битим объекти билан якунламайди, чунки асосий мақсадлардан бири, нақд активларни суғурталаш ёки нархлар ўзгаришини, курсларнни фоиз ставкалари мажбуриятларини суғурталаш.

Х

ХАЛҚАРО ҚАЙТА ҚУРИШ ВА ТАРАҚҚИЁТ БАНКИ (инглиз. International bank for reconstruction and development) — Шарқий Европа мамлакатларига, жумладан, МЖҲга кредит бериш орқали уларинг тараққиётига кўмаклашувни кўзда тутган Европа банки 1990 йил январ ойида ташкил топган. Мазкур банк 42 давлат иштирокида тузилган. Дастлабки капитали 12 млрд. доллар. Бадалнинг 51%и Ғарбнй Европа мамлакатлари, 10%и АҚШ, 8,5%и Япония, 6,5%и СССР (собиқ) берган. Банк берадиган кредит, асосан, иқтисодиётнинг хусусий секторинн ўстириш, давлатнинг приватизация дастурини амалга оширишга қаратнлади, бозор иқтисодиётига ўтишга молиявий жиҳатдан ёрдам беради. 1992 йил апрелида Ўзбекистон Республикаси банк аъзолигига қабул қилинди.

ХАЛҚАРО АУКЦИОН (инглиз. international auction) — 1.Халқаро савдонинг анъанавий шакли. Унда очиқ савдонинг турлари бўлиб, аукцион маҳсулотлар сотилади. 2.Аукцион савдони ўтказиш, товарларни экспертизадан ўтказиш ва комиссиои кўринишда фойда оладиган йирик тижорат фирмалари.

ХАЛҚАРО БИРЛАШМА (инглиз. International association) — исталган соҳада иштирокчилар фаолиятини координациялаш-

га хизмат қилади. Хўжалик фаолияти иштирокчилар томонидан ўз қарамоғидаги мол-мулк асосида юритилади. Халқаро бирлашманинг асосий вазифаси иштирокчилар орасида илмий-техник ёки ишлаб чиқариш кооперациясини ташкил қилиш, бирлашма ичида уларнинг ҳаракатини бошқаришдир. Таъсис ҳужжатларида бирлашмани тузишдан мақсад ишлаб чиқариш, фан-техника соҳасида ҳамкорлик қилишни ташкил қилиш кўрсатилади. Халқаро бирлашма харажатларини қоплаш халқаро бирлашма молиявий фондига иштирокчилардан тушган бадаллар ҳисобига амалга оширилади.

ХАЛҚАРО ВАЛЮТА ЗАХИРАЛАРИ (инглз. International currency reserves) — мамлакатда тўлов баланси таъсирлигини бартараф қилиш мақсадида қўлланадиган халқаро валюта ва бошқа активлар, масалан, олтин заҳираси.

ХАЛҚАРО ВАЛЮТА КРЕДИТ ТАШКИЛОТЛАРИ (инглз. International currency and credit ordanizations) — молиявий валюта кредит муносабатларини тартибга солиш мақсадида давлатлараро келишувга тузилган халқаро иқтисодий ташкилотлар.

ХАЛҚАРО ВАЛЮТА ФОИДИ (инглз. International currency fund) — давлатлараро халқаро валюта-кредит ташкилоти 1944 йили ташкил этилган. 1991 йили 153 мамлакат аъзо бўлиб, капитали 120 млрд. долларнн ташкил этди. Валюта фонди халқаро савдони ривожлантириш ва валюта соҳасида ҳамкорликни амалга оширади. БМТнинг ихтисослаштирилгаи муассаса ҳуқуқига эга. Валюта фондининг капитали унга аъзо мамлакатларнинг бадал пулидан ташкил тонади. Унинг ўсиши янги аъзоларнинг бадал 1947-1989 йиллар мобайнида унинг капитали 16 марта кўпайди. Валюта фондининг кредити умумий капитал ҳисобидан ва маълум мақсад учун берилади. Кредит олувчи давлат қарз учун унинг 6-7%га тенг суммани ҳар йили тўлаб туради. Кредит хорижий валютани миллий валютага сотиш тарзида берилади. Кредит қайтарилганда қарздор мамлакат хорижий валютага қайтадан ўз валютасини сотиб олади. Қарз валюта фонди тавсияларига биноан ишлатилгандагина берилади. Халқаро валюта фондининг ташкилотлари Вашингтон (АҚШ)да жойлашган, Париж (Франция) ва Женева (Швейцария)да бўлимлар бор. 1992 йил 27 апрелда собиқ Иттифоққа кирган барча республикалар (Озарбайжондан ташқари), шу жумладан, Ўзбекистон Республикаси ҳам халқаро валюта фонди аъзолигига қабул қилинди.

ХАЛҚАРО ИҚТИСОДИЙ АЛОҚАЛАР ҚАТНАШЧИЛАРИИИ РЕГИСТРАЦИЯДАН ЎТКАЗИШ (инглиз. Registration of members of foreign economic relations) – ҳар қандай ҳуқуқий шахсни ташқи бозорга чиқиши билан боғлиқ мажбурий ҳаракати бўлиб ҳисобланади. Фақат шу ҳаракатидан сўнг расмий ҳар қандай хўжалик бирлиги ташқи иқтисодий соҳаларда қатнашиш ҳуқуқига эга бўлади ва у ўзининг валюта ҳисобини ошиши, экспорт ҳамда импорт учун лицензия олишига талабнома бериши, божхона тўловларини амалга ошириши, чет эллик ҳамкорлар билан фаолият юритиш имконини беради.

ХАЛҚАРО ИЛМИЙ-ТЕХИИК ҲАМКОРЛИК (инглиз. International science-technical cooperation) – халқаро ҳамкорликнинг преспектив йўналишларидан бири. У илмий-техник муаммоларни биргаликда ҳал қилиш, илмий-техник ютуқлар, юқори малакали кадрларни тайёрлаш демакдир. Унинг қатор шакллари мавжуд: илмий-техник ахборотлар, патент иши, ихтирочилик соҳасидаги ҳамкорлик; илмий-техник сиёсатнинг асосий масалалари бўйича ўзаро маслаҳатлар; илмий-техник ютуқлар ва тажриба алмашиш, муҳим илмий ва техник муаммоларни ҳал қилишни биргаликда режалаштириш; илмий-техник, ишлаб чиқариш муаммоларини биргаликда ҳал қилиш; лицензия, ноу-хау сотиш ва сотиб олиш; машина ва материалларни биргаликда синаб кўриш ва бошқалар.

ХАЛҚАРО ИШЛАБ ЧИҚАРИШИИ КООПЕРАЦИЯЛАШТИРИШ – олдиндан келишилган маҳсулот ишлаб чиқариш мақсадида турли мамлакатлардаги ишлаб чиқарувчилар орасидаги узоқ муддатли, барқарор ҳамкорлик. Унинг асосий белгилари: 1.Турли мамлакатларда бевосита субъект сифатида ишлаб чиқариш корхоналарнинг мавжудлиги. 2.Келишилган дастур доирасида ҳамкорлик орасида вазифаларнинг тақсимланиши. 3.Шартнома бўйича корпорациянинг асосий объекти сифатида тайёр маҳсулотлар, компонеитлар ва бошқа маҳсулотларни бириктириш. 4.Ҳамкорлик орасида иқтисодий муносабатларнинг узоқ муддатлилиги, барқарорлиги. 5.Ҳамкорликнинг асосий методи сифатида келишилган соҳада турли мамлакатлардаги ҳамкор корхоналар хўжалик фаолиятини координациялаш.

ХАЛҚАРО КЎРГАЗМА-ЯРМАРКА (инглиз. International fairs and exhibitions) – халқаро бозорнинг махсус тури; ташқи савдо битимларини тайёрлаш ва тузишни енгиллаштириш мақсадида ташкил этилади. Маркетинг, савдо-реклама ва тех-

ник-иқтисодий фаолиятниинг муҳим қуроли ҳисобланади. Халқаро ярмаркалар товар иамуналари иамойиш қилинадиган муттасил очиқ бозор бўлиб, унда бўлажак сотувчи ва харидорлар иш юзасндаи музокаралар олиб бораднлар, тижорат шартларини аниқлайдилар ва контрактлар тузадилар.

ХАЛҚАРО ҲИСОБ ПУЛ БИРЛИКЛАРИ (инпл. International account cash) – халқаро мажбуриятлар, тўловлар, валюта захираларн, депозит ва кредитларни таққослаш, валюта курсини белгилаш, баик баланслари кўрсаткичлариии қиёслаш мақсадида қўлланиладиган сунъий валюта бирликлари.

ХАЛҚАРО ҲИСОБ-КИТОБЛАР (инпл. International accounts) – иқтисодий, сиёсий, илмий-техник, маданий ва бошқа муносабатлар орасида турли мамлакатларга мансуб фуқаролар ҳамда ташкилотлар орасида пул муаммоларини тартнбга солиш тизнми.

ХАЛҚАРО МЕҲНАТ ТАҚСИМОТИ (иигл. International division of labour) – келишувга мувофиқ белгиланган миқдор ва сифатларда мамлакатлар орасида меҳнатни тақсимлаш. У дунё мамлакатлараро орасида илмий-техник, ишлаб чиқариш, тижорат алоқаларининг объектив асоси, ижтимоий меҳнат тақсимотининг давом этиши саналади.

ХАЛҚАРО ОЛТИИ СТАНДАРТИ (инпл. International gold standart) – XIX-XX аср бошларида фаолнят кўрсатган халқаро валюта тнзими. Унга кўра томонлар ўз пул бирликлари қийматиии олтининг маълум қиймати билан ифодалайди, ўз олтин захирасн ва муомаладаги пул массаси орасидаги нисбатни қўллаб-қувватлайдн ва олтинии эркин олиб кириш ва олиб кетишга имкои яратади.

ХАЛҚАРО СОЛИҚ МУНОСАБАТЛАРИ (инпл. International tax relations) – солиш юрисдикцияси чегараларнии ўзаро тартибга солишга қаратилган муносабат.

ХАЛҚАРО СТАНДАРТЛАР (инпл. International standards)-товарларнинг сифат характеристикасини ўрнатувчи ва дунё мамлакатлари томонидан ўзаро савдо-сотиқда қўлланадиган ҳужжатлар. Халқаро стандартларининг қуйидаги ташкилотлар томонидан белгиланганлари кенг тарзда тан олинган: халқаро стандартлаш ташкилот (ХСТ), халқаро электроннка комиссияси (ХЭК) ва бошқа махсус халқаро ташкилотлар. Халқаро стандартларнинг умумий соии 8 мингта бирлик атрофида бўлса, шундан 5 мингтадан ортиғи ХСТ томонидан, 1,6 мингдан ортиғи ХЭК томонидаи ва қолганлари бошқа махсус халқаро таш-

килотлар томонидан белгиланган. Халқаро савдонинг 1/4 қисми норматив таъминот сифатида ХЭК бўйича амалга оширилади. ХСТ-9000 серияли халқаро стандартлар маҳсулот сифатини бошқариш бўйича жуда кўп мамлакатлар томонидан миллий стандартлар сифатида фойдаланилади. Халқаро стандартларда кўрсатилишича, маҳсулот ва хизматлар қуйидагиларни амалга ошириш керак: қўллаш ва йўналтириш бўйича маълум истеъмол талабларига жавоб бериши керак; истеъмолчи талабига жавоб бериши керак; стандарт ва техник талабларга мос бўлиши керак; мавжуд қонунчилик ва норматив талабларга мос бўлиши керак (хавфсизлик жиҳатидан, энергия ва маҳсулотларни тежаш жиҳатидан, экологик жиҳатидан ва ҳ.к.); истеъмолчига рақобатбардош нархларда таклиф этилиши керак; фойда олинишига мос бўлиши керак.

ХАЛҚАРО ТЎЛОВ ВОСИТАЛАРИ (инг. International payments) – халқаро кредит мажбуриятларини тўлаш воситалари (аввал ҳозирги кунда-конвертирланган валюта, халқаро ҳисоб пул бирликлари).

ХАЛҚАРО ТЕНДЕРЛАР (инг. International tenders, auctions) – халқаро бозорда машина-ускуналарни харид этиш, қурилиш-монтаж ишларини бажариш, инжиниринг хизмат кўрсатиш фирмалари ҳужжатлаштиради. Савдолашув ёки келишув асосида конкурс иштирокчиларидан бири ёки бир нечтаси танлаб олинади. Ғолиб конкурс иштирокчиси билан харидор ва буюртмачи ўртасидаги рақобатнинг охирги даврдаги кўринишидир.

ХАЛҚАРО ТОВАР НОМЕНКЛАТУРАЛАРИ (инг. International commodity nomenclatures) – маълум бир тасниф асосида тақсимланадиган товарларнинг тўла рўйхати, халқаро миқёсида ҳозирги кунда бу тасниф БМТнинг стандарт халқаро савдо таснифи, шунингдек, уйғунлашган номенклатура тизимига асосланади.

ХАЛҚАРО ФОНД ВИРЖАЛАРИ ФЕДЕРАЦИЯСИ (инг. International federation of stock exchanges) – Парижда жойлашган халқаро ташкилот. Асосий мақсади – барча акционерларга тенг ҳуқуқни таъминлаш ва қимматбаҳо қоғозлар бозори таркибини мувофиқлаштириш. Қимматбаҳо қоғозлар савдосини тартибга солиш, сиёсатнинг фонд бозорига таъсири, биржа иши техникаси ва технологиясини ривожлантириш масалаларини кўриб чиқадиган кенгашлар ўтказади.

ХЕДЖЕР (инглз. Hedger) – фьючерс биржасида иш олиб борувчи ҳар қаидай корхона, фирма, банк, яъни хўжалик субъекти.

ХОЛДИНГ (инглз. Holding) – ўз ишлаб чиқариш корхоналарига эга бўлмаган, лекин бошқа фирмаларнинг назорат пакетлари акцияларига эга бўлган компания, божхона.

ХОЛДИНГ КОМПАНИЯЛАР (инглз. Holding company) – бошқа банклар, фирмаларни назорат қилиш ва фаолиятини бошқариш мақсадларида уларнинг акциялари назорат пакетига эгалик қилувчи компания. Холдинг компаниянинг икки тури бор: соф холдинг – фақат махсус назорат ва бошқарув мақсадларида тузилади; аралаш холдинг – назорат ва бошқарув вазифалари билан бирга саноат, савдо, транспорт, кредит-молия ва бошқа соҳаларда тадбиркорлик фаолияти билан ҳам шуғулланади. Холдинг компанияни монополистик бирлашмалар (трест, концернлар)нинг раҳбарлари ёки уларнинг ишончли вакиллари бошқаради. Холдинг компаниялар капиталистик иқтисодиётни ташкил этишнинг юқори босқичида туради.

ХОРИЖИЙ БАНКЛАР (инглз. foreign banks) – хорижий капитал тўла ёки қисман тегишли бўлган ва унга хизмат қилувчи банклар.

ХОРНЖИЙ ВАЛЮТА (инглз. Foreign currency) – хорижий давлатларнинг пул белгилари, масалан: АҚШ доллари, Германия маркаси, Япония иенаси ва ҳоказо.

ХОРИЖИЙ ИИВЕСТИТЦИЯЛАР ДАРОМАДЛАРИ (инглз. foreign investinets prjfits) – монополистик бирлашмалар ёки давлат томонидан хориж иқтисодий объектларига узоқ муддатли капитал қўйилмаларидан келадиган фойда турлари.

ҲУЖЖАТЛАР РЕКВИЗИТЛАРИ (инглз. Requisits of documents) – амалдаги қоидалар ва ҳужжатлар учун қонунларда белгиланган мажбурий маълумотлар. Уларсиз операцияларни амалга оширишда асос бўлмайди. Бухгалтерия ҳужжатларининг реквизитларига номланиши, турмуш муддати, ташкилот номи ва манзили. Хўжалик операцияларда иштирок этувчи томонларнинг кўрсатилиши, унинг мазмуни ва асоси, пул ҳамда натура ўлчов операцнялари, масъулиятли шахсларнинг имзолари. Ҳисоб-пул ва бошқа банк ҳужжатларнинг муҳим реквизитлари: операциянинг характер ва мазмуни, куни ва суммаси, банк пайлари, ҳисоб пул ҳужжатлари қўл қўйиш ваколатига эга шахслар-

ни имзо ва ҳ.к. баъзи бир ҳужжатларга бошқа реквизитлар қўлланилади. Векселлар унинг реквизитлар белгиланган: ўтказувчан вексель бериш вақти ва жойи, тўловчининг номи, жойи, муддати.

ХУСУСИЙ АЙЛАНМА МАБЛАҒ (инг. Private circulating assets) – корхона ва ташкилотларнинг айланма маблағлари бир қисми бўлиб, ресурсларга эҳтиёжни минимал даражада доимий таъминлаб туриш учун белгиланган иорматив асосида уларни қўллаш.

ХУСУСИЙ БИРЖАЛАР (инг. Private stock exchanges) – акционерлик компаниялар ёки ёиик корпорациялар шакли. Бу биржаларда уларга аъзо бўлгаи акционерлар битимлар тузилиши мумкин. Хусусий биржалар фойдасига мижозлар томонидан улар учун яхши битим тузилгани учун бериладиган маблағлардан шаклланади. Демак, биржа аъзолари брокер сифатида намоён бўлади. Хусусий биржалар тижорат ташкилотлари каби брокерларни жой, алоқа, бўлаётган операциялар ҳисоби билан таъминлайди, биржа нархларини белгилайди, ҳисоб-китобларда ёрдам беришади, низоларни ҳал қилиб беришади, турли хил контрактлар ишлаб чиқаришади. Бу вазифаларни бажариш учун уларнинг тузилмасида махсус комиссия (комитет)лар тузилади. Бу комиссияни биржаии бошқарув кенгашига кирувчи директор (бошқарувчи)лар бошқаради.

ХУСУСИЙ КОРПОРАЦИЯ (инг. Private corporation) – акционерлик жамиятиии бир тури бўлиб, уни акционерлар сони миқдори озчиликни ташкил этади, акцияларни 80-90% бир кишига ёки шу кишининг оила аъзоларига мансуб бўлади. Кўп ҳолларда хусусий корпорация акцияларини эмиссия қилиш молиявий ресурсларни такомиллаштириш мақсадларини кўзламайди. АҚШда юридик нуқтаи назардан қараганда ташкилотнииг кориоратив шакли кўпроқ маъқул бўлади. Хусусий корпорацияда акциялар бозори мавжуд эмас. АҚШда бир неча катта фирмалар хусусий корпорациялардир, лекин асосан майда компаниялар (2 млн.га яқин).

ХУСУСИЙ МУЛКЧИЛИК (инг. Private property) – алоҳида шахсларнинг восита ва ишлаб чиқариш иатижаларига эгалик қилиш мулкчилиги.

ХУСУСИЙ СЕКТОР (инг. Private sector) – мамлакатдаги уй хўжалиги ва фирмаларни йиғиндиси.

ХУСУСИЙЛАШТИРИШ (инг. Privatisation) – давлат мулкининг хусусий мулкка айлантирилиши; давлат мулкини фуқароларга бўлиб бериш (сотиш) воситаси; жамиятнинг ривожланиш даражаси ва ҳолати учун жавобгарликни тақсимлаш шакли деб ҳам тушунилади.

ХЎЖАЛИК ҲИСОВИ (инг. Operation on self-supporing basis) – ишлаб чиқаришнинг харажатлариии натижалар билан қиймат шаклида қиёслаш имкониятини берадиган бошқариш усули. Ўз харажатларини ўзи қоплаш, ўз-ўзини молиялаш, ишлаб чиқариш-хўжалик фаолияти натижаларидан моддий манфаатдорлик ва жавобгарлик каби қоидаларни талаб қилади.

Ц

ЦИВИЛИСТИКА (инг. Civics) – цивилистика бўйича мутахассис.

ЦИРКУЛЯР (инг. Circular) – қарамоғидаги бирор ташкилотга ёки бўйсунувчи масъул шахсга юбориладиган ёзма буйруқ.

ЦИРКУЛЯР АККРЕДИТИВ (инг. cirkular letter of credit) – банкнинг хориждаги агентларига мижоз билан тузилган шартномадаги маблағни келишилган максимал суммагача тўлаш бўйича низоми.

ЦОЛФЕРЕЙН – умумий божхона тизимини қабул қилган ва умумий божхона бўлинмалари учун эга бир қанча давлатларнинг келишуви.

Ч

ЧАКАНА НАРХ (инг. Retail price) – оз миқдорда сотиладиган шахсий истеъмол товарларига белгиланадиган нархлар.

ЧАКАНА САВДО (инг. Retail trade) – товар ва хизматларни сўнгги истеъмолчига шахсан, оилавий ва уйда фойдаланиш учун сотиш билан боғлиқ савдо фаолияти. Чакана савдо функциялари улгуржи савдогарлардан товар ва хизмат ассортиментини танлаб олиш; реклама асосида истеъмолчиларга мавжуд товар ва хизматлар ҳақида маълумот бериш; товарларни сақлаш уларни намойиш залларига жойлаштириш ва нарх

қўйиш; савдо тизимлари (магазинлар, универсамлар, почта буюртмалари, телефон ва каталоглар) орқали уларни сотиш.

ЧАРТЕР (инглз. Charter) – 1) кема ёки бошқа транспорт воситаси бўйича белгиланган муддат ва рейс бўйича тузилган фрахт шартномаси; 2) молия-кредит фаолияти билан шуғулланиш ҳуқуқи берилган ҳужжат.

ЧАРТЕР РЕЙСИ (инглз. TripFvpyage charter) – маълум бир портлар ёки райоилар ўртасида юклаш ва тушириш рейсларини амалга ошириш учун буюртма берилган судна. Фрахт тўловлари фрахт тоинаси учун амалга оширилади.

ЧАҚИРИЛАДИГАН (ҚАЙТАРИЛАДИГАН) АКЦИЯЛАР (инглз. collable shares) – айрим ҳолларда муддати келгунча келишилган нархлар бўйича тугатиладиган имтиёзли акцияларнинг чиқарилган тўла ёки маълум бир қисми. Одатда бундай акцияларни сотиб олиш ҳақида унинг эгалари 30 кун олдин огоҳлантирилади. Тугатишнинг бошқа усули-олдиндан келишилган ёки ундаи паст нархда чиқариладиган акцияларнинг маълум миқдориии сотиб олишни компанияга юклайднган махсус сотиб олиш фондиннг мавжуд бўлиши.

ЧАҚИРИЛМОВЧИ АККРЕДИТИВ (инглз. irrevocable letter of credit) – шартноманинг бекор қилиниши ёки ўзгартиришига йўл қўймайдиган аккредитив чақирилмовчи аккредитив эксиортёриинг розилигисиз импортёр банки орқали белгиланган муддатгача бекор қилиниши ёки ўзгартирилиши мумкин эмас. Шартнома тузишда сотувчи аккредитивнинг чақирилмовчилигини писанда қилишга интилади, шунинг учун ташқи савдо битимларида тўловнинг оммалашган тури импортёр томонидан чиқарилмовчи аккредитив таклиф қилинади.

ЧАҚИРИЛУВЧИ АККРЕДИТИВ (инглз. revokable letter od credit) – мажбуриятларни исталган пайтда бекор қилиш имкониятига эга бўлган аккредитив. Чақирилувчи аккредитив импортёр кўрсатмасига биноан, шу билан бирга, аккредитнв очган банк томонидан импортёрнинг молиявий аҳволи ёмонлашганда ва товар ҳужжатлари бўйича тўлов хавфи туғилганда, муддатидан олдин чиқариб олиниши мумкин. Чақирилувчи аккредитив экспортёрнинг манфаатини ҳимоя қилмайди, амалиётда жуда кам қўлланилади.

ЧЕГАРАЛАНГАН АКЦИЯЛАР (инглз. limitet shares) – фойдадан дивиденд сифатида олишни таъминлайдиган, лекин акцнядорлар йиғилишида овоз бериш ҳуқуқини бермайдиган

акциялар. Бундай акциялар акциядорлар томонидан назоратни сақлаб қолиш ҳуқуқи билан капитални жалб қилиш учун чиқариладн. Чегараланган акциялар уч хил бўлади: **овозсиз акциялар** – улар овоз бериш ҳуқуқини умуман бермайди; **тобе акциялар** – компаниянинг бошқа акциясига кўра, озроқ овоз бериш ҳуқуқини беради; **чегараланган ҳуқуқли акциялар** – овоз берувчи акциядорларнинг сонига нисбатан лимит билан чиқариладиган акциялар, қимматбаҳо қоғозлар бозорини тартибга солувчи органлар эмитентларга маълум талабларни белгилайди.

ЧЕГАРАЛАНГАН МАСЪУЛИЯТ (инглз. limited liability) – хўжалик фаолияти зарарини қоплашдаги чегаралаш. 1985 йил биринчи марта Буюк Британияда қабул қилинган компания тузиш тамойилларидан бири: унга кўра акционерлар ўз қўшган улушлари ёки уларга берилган кафолатга қарабгина зарарни қоплашда иштирок этадилар, компаниянинг ўзи эса барча активлари билан иштирок этади.

ЧЕК (инглз. Check, cheque) – белгиланган кўринишдаги иул, ҳужжат; 1) банкдаги ўз ҳисобидан муайян пул миқдорини чек кўрсатилган шахсга бериш ёки уни ҳисобига пул ўтказиш бўйича ёзма топшириқ. Чек икки кўринишда бўлади: олувчиининг номи ёзилган ҳамда кўрсатувчига берилган чек. Агар чет эл валютаси ифодаланган бўлса, ундай ҳолда чекдаги пул миқдори "эффектив" эслатма шартли ёзув бўлгандагина валютада берилади. Акс ҳолда пул миқдори ўша кунги валюта курси орқали миллий пулда тўланади; 2) маҳсулот нархи кўрсатилган ҳамда бирон миқдордаги пулни кассага тўлаш лозимлигини кўрсатувчи талон. Банк чеки орқали операциялар амалга оширилаётганда қуйидагиларни инобатга олиш лозим: а) тегишли банк ҳисобида бир миқдордан ортиқ пул ёзилган чекка қўл қўйилиши қонун томонидан таъқиб остига олинади, тақиқланади; б) баъзи мамлакатларда бундай операцияларга рухсат берилади, агар банк розилиги бўлса. Амалда бу банкдан қисқа муддатли қарз олишдир; в) агар чек кўрсатилганда банк уни тўлашдан бош тортса (тегишли ҳисобда пул камлиги сабабли), чек кўрсатгувчи чек эгасига қарши суд ишини қўзғатиши мумкин. Чек эгаси, то ундан кўрсатилган пулни тўламагунча ҳисобга олинади; г) қўл қўйилиши чекни банкка кўрсатиб пулни тўлаш орасида муайян муддат бор. Бу муддат ичида, турли сабаблар асосида (масалан, чекка олинган маҳсулот тегишли талабларга жавоб

бермаса) чек эгаси банкка кўрсатма бериб чекка пул тўлашни тўхтатиши мумкин. Банк мижоз кўрсатган миқдордаги пулни бонтировка қилади. Бу борадаги банк харажатлари чек эгаси ҳисобига ёзилади.

ЧЕК БЛАНКАСИ (инглз. Cheking forms) – типографик йўл билан тайёрланган чек формуляри. Сохталаштиришни олдини олиш учун махсус қоғозларда чоп этилади ва тартиб рақамлари билан номерланади. Чек китобларн шаклида банк мижозларига берилади.

ЧЕКЛАНГАН МАЖБУРИЯТ (инглз. limited liability) – акционерлик жамиятига қўшган улушига қараб акционерлик жамияти қарзларини тўлаш мажбуриятини олган акционер акционерлик мулкининг асосий аспектн бўлиб хизмат қилади, яъни қўлга киритган акцияларига тўлаган пулига қараб жавобгарликни бўйнига олади.

Ш

ШАКЛЛАНГАН БАҲО (инглз. Recrated price) – базадаги ўйлаётган хом ашё ва материаллар таннархи, товарни қайта ишлашда ва тайёрлашда ушлаб қолинадиган ҳамда маъмурий харажатлар баҳоси.

ШАНТАЖ (фр. Chantage, инглз. Black mail) – товламачилик тури бўлиб, мулк (мулк эгалари)ни талаб қилишни ёки мулкий шаклдаги фаолиятни амалга оширувни талаб қилишни ифодалайди, бунда шантаж қилувчи бирор сирни ошкор қилиш билан қўрқитиши мумкин.

ШАРТЛИ ЖАМҒАРМАЛАР (инглз. Agreed deposits) – шундай жамғармаки, у жамғарма эгаси бошқа шахс томонидан қўйилади ҳамда жамғарма эгаси бу маблағлардан фақатгина маълум шартларни бажарган тақдирда ёкн ҳисоб очилаётган вақтда белгиланган муддат тугагач фойдаланиш ҳуқуқига эга бўлади.

ШАРТНОМА БАЁИОТИ (инглз. Contract note) – брокернинг мижоз фойдасига амалга оширилган бирорта битимни тасдиқлаб жўнатадиган баённомаси.

ШАРТНОМА БАЗАСН (инглз. base, basis, basis grade) – биржа котировкасига мос баҳода биржа шартномаси бўйича қўйишга рухсат берилган маҳсулотнинг бир ёки бир неча навлари (маркалари). Маҳсулотларнинг бошқа навлари (маркала-

ри) шартнома бўйича қўйилиши мумкин, лекин уларнинг нархлари шартнома нархларидан фарқ қилгани учун қамайтирилади. Шартнома базаси фьючерс шартномаси бўйича биржа операцияларини осонлаштиради.

ШАРТНОМА ИИТИЗОМИ (инглз. agreement discipline) – шартнома бўйича мажбуриятларнинг ўз вақтида бажарилиши. Шартнома иитизомининг бузилиши мулкий санкциялар, зарарларни қоплаш, жарима тўлаш кабиларни қўллашга олиб келади.

ШАРТНОМА МАСЪУЛИЯТИ (инглз. liability of contract in-fungement) – шартнома мажбуриятларини бажармасликдан келиб чиқадиган жавобгарлик. Шартлашувчилар томонидан шартнома шартлари бўйича мажбурият албатта бажарилиши керак. Мажбуриятни бажармаслик жавобгарликка тортишнинг ягона воситаси бўлиб ҳисобланади. Умумий ҳуқуқ бўйнча айб ва унинг шакли юридик аҳамиятга эга эмас. Қитъадаги ҳуқуқда айб жавобгарликка тортишиинг ягона шарти бўлиб ҳисобланади. Шартнома шартлари юз бергудек бўлса ва ўша бажармасликка бошқа шахс сабаб бўлмаган бўлса, жавобгарлик келиб чиқади. Баъзи ҳолларда қасддан шартнома шартларини бузиш, баъзан эса етарли даражада эҳтиёткорлик ёки меҳрибонлик кўрсатмаслик оқибатида ҳам шартномани бузиш жавобгарлиги келиб чиқиши мумкин.

ШАРТНОМА ОБЪЕКТИ (инглз. objeck of a contract) – шартноманинг мазмунини ташкил этувчи предмет ва моддий воситалар бўлиб, сотувга ёки беришга асосланган бўлади, ёки мулксиз ҳақ-ҳуқуқлар ҳам шулар қаторига кириши мумкин. Шартнома объекти соҳаси шартнома предметининг аниқланиши билан кескин чегараланади. Мисол учун Вена олди-сотди шартномалари конвенциясига кўра халқаро олди сотди шартномалари объектлари қаторига қуйидагилар киритилмайди: шахсан фойдаланиш учун олинган товарлар, кимошди савдосида сотиладиган товарлар, қнмматбаҳо қоғозлар, айланма ҳужжатлар ва валюта, ҳаво ҳамда сув трансиорти кемалари, электр энергияси, хизмат кўрсатиш, шахсан ишлаб чиқарилган маҳсулотлар. Умуман шартнома объекти маълум талабларга жавоб бериши керак, а) аннқланган ёки аниқлаш мумкин бўлган, яъни маълум сифатларга эга бўлган ва аниқ белгиларга эга бўлиши керак, б) иложи бор, яъни бундай мажбуриятни бажариш умуман инсоннинг (якка шахснинг эмас, ҳатто у бундай мажбуриятни ўз бўйнига олган тақдирда

ҳам) қўлидан келадиган бўлиши керак, в) рухсат этилган, яъни ижтимоий ахлоқ норма ва қонун қоидаларига зид келмайдиган бўлиши керак (масалан, наркотиклар, ўқ-дори ва қурол-яроғлар жисмоиий шахслар ўртасида савдо қилиниши тақиқланган, шундаи берилган имтиёзлар ва ҳоказоларга зид келади).

ШАХС ҲИСОБИ (иигл. Personal account) – ташкилот ёки алоҳида шахс билан аналитик ҳисоб-китобни юритиш учун мўлжалланган бухгалтерия ҳисоби. Бундай ҳисоб ташкилот, идора ёки корхона бухгалтерияси томонидан ҳар бир шахсга очилади.

ШАХСИЙ БИРЖА (иигл. private exchange) – таъсис этувчилар ва аъзолар пайлариии бирлаштириш йўли билан ташкил этилган биржа. Шахсий биржа фойда олишни кўзламайди. Қоидага кўра, шахсий биржа ёиик биржа саналади, яъни ундаги савдоларда фақат биржа таъсисчилари ва аъзолари қатнаша олади.

ШАХСИЙ ДАРОМАД СОЛИҒИ (инғл. Personal incometax) – алоҳида шахслардан олинадиган солиқ тури.

ШАХСИЙ СУҒУРТА (инғл. Life assurance) – жисмоний шахслар ҳаётидаги ҳодисалар асосини ташкил қиладиган суғурта. Инсон ҳаёти, сиҳат-саломатлиги, меҳнат қобилиятиии суғурта қилишга қаратилган суғурта тури.

ШИРКАТ (инғл. partnership) – корхона ташкилотининг юридик шаклн. Якка (оилавий) корхона билан масъулияти чекланган компания ўртасида туради, бир неча шахс (жисмоний ва юридик)иинг фақатгииа маблағи билангина эмас, балки меҳиати билаи ҳам қатнашувини талаб этувчи қўшма корхона. Акциоиерлик жамиятларидан фарқ қилиб, ширкатда уиинг аъзолари барча қарз ва мажбуриятлар бўйича тенг жавобгар бўлади ҳамда аноним (яширии) бўлиш ҳуқуқидан маҳрум. Ширкатлар учун қонунчилик акционерлик жамиятларига нисбатаи аича соддалаштирилган ҳолдаги уларнинг тузилиши ва тарқатилиши, фаолияти ва ҳисоботиии тартибга солувчи қонун ва нормаларни кўзда тутган.

ШОШИЛИНЧ ҚЎЙИЛМАЛАР (инғл. Forward deposits) – депозит ташкилотларига фоиз улушлари берувчи қўйилмалар бўлиб, уларнинг пул воситалари фақатгина шартномада кўзда тутилган муддатда жаримасиз олинади.

ЭВИКЦИЯ (инг. Eviction) – фуқаролик ҳуқуқида харидор сотиб олган мулкни сотув давомида юзага келган асос бўйича судлашиб тортиб олиш (масалан: учинчи бир шахс бу мулк эгалиги уни сотган шахсга эмас, балки ўзига тегишли эканлигига асосланади). Эвикция юз берганда мулкдан ажралиб қолган харидор зарарини уни сотган шахс тўлаб бериши керак. Тўла ва қисман эвикция турлари фарқланади. Тўлиқ эвикцияда учинчи шахс мулк эгалигидан харидорни бутунлай маҳрум этиши, қисман эвикцияда эса ўша мулкнинг бир қисмидан маҳрум этиши мумкин.

ЭГАСИЗ МУЛК (инг. exchlat) – меросхўрлари бўлмаган шахс вафот этгандан сўнг давлат хазинасига ўтказиладиган мулк.

ЭКОНОМЕТРИКА (инг. Econometric) – иқтисодий алоқаларни математик моделлаштириш учун компьютер таҳлилидан фойдаланиш.

ЭКСПОРТ ЧЕГИРМАЛАРИ (инг. Export rebates) – ички бозорлардаги чегирмалардан ташқари чет эл харидорларига берилувчи чегирма, мақсад ташқи бозорда рақобатбардошликни сақлаб қолиш.

ЭКС-ДИВИДЕНД МУДДАТИ (инг. Ex-divdent term)- акциялар экс-дивиденд шаклида, яъни сотувчи дивиденд ҳуқуқига эга бўлиб қолавериш усули билан сотилиш пайти. Бу муддат одамда дивиденд ёзишмалари бошланишидан 4 кун аввал бошланади.

ЭКСПОНЕИТ (инг. Exhibit organization) – кўргазмага биророта нарсани қўйган шахс ёки ташкилот.

ЭКСПОРТ (инг. Export) – товарни ташқарига олиб чиқиш, уларнн ташқи бозорда реализация қилиш учун технологик шартлар эксиорт предметлари бўлиб мамлакатда ишлаб чиқариладиган, шунингдек, хориждан келтирилган ва қайта ишлаиган товарлар киради. Экспортнинг 3 асосий турлари мавжуд. Олиб чиқилаётган мамлакатда ишлаб чиқарилган ёки қайта ншлаиган маҳсулот божхона назорати остида маълум мамлакатда қайта хорижий товарлар олиб чиқилиши; божхона омборида бўлган товарлар олиб чиқилиши; мамлакат бўйлаб транзит ўтган, лекин божхона омборига туширилмаган товарлар олиб чиқилиши.

ЭКСПОРТ ДЕТАКСАЦИЯСИ (инг. Export detaxation) – ташқи бозорда чиқаришга мўлжалланган маҳсулотларга қўйилган қўшимча божнинг пасайтирилиши ёки бутунлай бекор қилиниши.

ЭКСПОРТ ДИВЕРСИФИКАЦИЯСИ (инг. deversification of export) – экспорт қилишга мўлжалланган маҳсулот ва хизматлар номлари ва турлари миқдориниг кўпайиши.

ЭКСПОРТ КВОТАСИ (инг. Export quota) – маълум товарнинг экспорт учун ишлаб чиқариш ва етказиб бериш бўйича белгиланган миқдор.

ЭКСПОРТ МАРКЕТИИГИ (инг. Export marketing) – ташқи бозорга мослашувчи маркетинг фаолиятининг бир шакли. Ташкилотларни рақобатчилик курашида ёрдам кўрсатиш учун йшлангандир, перспектив товарлар билан ташқи бозорга "Ёриб кириш" харажати стратегиясини таклиф қилиш, экспорт фаолияти йўналишини белгилаш.

ЭКСПОРТ НАЗОРАТИ (инг. Export control) – экспорт жараёнларни давлат томонидан назорати, экспорт программаларини ишлаб чиқиш билан ижро этилади, контингент ўрнатилиши ва махсус товарларни олиб чиқиб кетиш тўғрисидаги лицензия бериш, алоҳида мамлакат ёки мамлакатлар гуруҳи билан савдони кўрсатишдир.

ЭКСПОРТЁР (инг. Exporter) – экспорт билан шуғулланувчи шахс ёки ташкилот.

ЭКСПОРТЁР ХАВФ-ХАТАРИ КАФОЛАТИ (инг. export risk quarantee) – экспорт операциялари бўйича зарарлар кафолатининг кўриниши, махсус давлат ёки хусусий корхоналари, кўпинча банклар томонидан берилади. Кафолат ҳодисаси юз берганда, банк келтирилган зарарни қоплаш учун белгиланган суммани тўлайди. Берилган кафолатлар суммаси банк томонидан мижозларнинг шартли мажбуриятлари сифатида кўриб чиқилади ва шунинг учун уларнинг кредитланиши умумий лимитини белгилашда ҳисобга олинади.

ЭКСПОРТ-ИМПОРТ ТОВАРЛАРИ СУҒУРТАСИ (инг. ExportFimport cargo insurance) – юкларни етказиб бернш жараёнида вужудга келган зарарларни қоплаш воситаси.

ЭКСТЕНСИВ РИВОЖЛАНИШ ЙЎЛИ (лот. Extensivus)-кенгайтирувчи) – ишлаб чиқариш ҳажмининг миқдорий факторлар ҳисобига оширилиши, қўшимча ишчи кучларининг жалб этилиши, экин ер майдонларининг кенгайтирилиши,

хом ашё топишни кўпайтириш ва ҳоказо. Экстенсив ривожланиш йўли нмкоииятлари табиий ва меҳнат ресурслари билаи чегараланади.

ЭКЮ (иигл. ECU-Europen Currency Unit) – 13 март 1979 йилда Европа валюта тизими иштирокчи мамлакатлар томоиидан ишлатиладиган, халқаро ҳудудий валюта бирлиги. Европа валюта тизими иштирокчи мамлакатлар валютаси борасидаги валюта курси белгиланишига турткидир. Чиқарилган ЭКЮнинг ярми олтин ва доллар заиасларини четлаш орқали, қолгани эса иштирокчи мамлакатлар миллий валюталари билан таъминланади. ЭКЮ ҳисобот ва кредит фуикциясини бажаради: иштирокчи-мамлакатлар валюта поритетини тўғриловчи база сифатида ишлатилади.

ЭМБАРГО (иигл. Embargo) – бирон-бир мамлакат (мамлакатлар гуруҳи) билаи савдо муносабатлари таҳлили. Иқтисодий ва сиёсий асослар билан товарлар, хизматлар, валютали ёки бошқа бойликларни олиб кириш ёки олиб чиқиб кетиши устидан давлат таҳлили. Эмбарго иқтисодий босим қуроли сифатида ишлатилади, қайси бир мамлакат сиёсатини ҳокимияти ўзгартирадиган воситаси. Эмбарго уруш даврида ҳам, тинчлик даврида ҳам ишлатилиши мумкии.

ЭМИССИОИ НАРХ (иигл. Issue price) – бу қимматли қоғозлар чиқарилгаи пайтдаёқ сотиладиган нарх.

ЭМИССИЯ (ингл. Emission, issue) – 1) Муомалага пул бирликларининг барча шакллари бўйича чиқариш. Айланмадаги пул массасини ошишига олиб келади. Эмиссиянииг асосий шакллари: кредит пул банкнотлари эмиссияси; қимматли қоғозлар эмиссняси; 2) Компания қимматли қоғозларининг нсталган кўриниши ёки шунга ўхшаш қоғозлариинг мувофиқлаштирнш жараёни.

ЭМИССИЯ ДАРОМАДИ (ФОЙДАСИ) (ингл. Issue profit) – банклар ва бошқа молиявий-кредит идоралари қимматли қоғозни қўйиш орқали оладиган даромади, у қимматли қоғозлар эмитеитлари ва уларни сотиб олувчилар ўртасидаги воситачилик орқали олииадн. Эмиссия фойдаси эмиссия ва қимматлн қоғозларнинг бозор курси ўртасидаги фарқ сифатида кўрилади.

ЭМИССИЯ ТИЗИМИ (иигл. Issue system) – пул белгиларини муомаласини қонунчилик асосида ўрнатилгаи тартиб бўйнча ишлаб чиқиш, пул тизимининг ташкилий шакли.

ЭМИТБИТ-БАНК (инг. Bank-emitter) – муомалага пул белгилари, пул қоғозлари, тўлов, ҳисоб-китоб ҳужжатларини чиқарувчи банк.

ЭРКИИ АЛМАШТИРИЛАДИГАН ВАЛЮТА (СКВ)- (инг. hardF convertible currency) – бошқа миллий валюталарга эркин алмаштириладиган ва халқаро тўловларда қўлланадиган пул бирлиги. Унинг ҳаракат қилиш ҳеч қандай валюта чегаралашлари йўқлигини билдиради.

ЭРКИИ АЛМАШТИРИЛМАЙДИГАН ВАЛЮТА (инг. inconvertible currency) – шу мамлакат ҳудудидагиида ишлатилиб, бошқа хорижий валюталарга алмаштирилмайдиган валюта.

ЭРКИИ БОЗОР (инг. Free market) – ташқи омиллардан мустасно равишда бу бозорларда баҳо талаб ва таклифга биноангиида ўрнатилади.

ЭРКИИ ИҚТИСОДИЙ ЗОНА (инг. Free economic zone) – бир мамлакатда хориж капиталининг эркин амал қилиши учун ажратилган ҳудуд. Вундай зоналарда бож пули олинмайди ёки жуда кам миқдорда белгиланади, экспорт-импорт операцияларииии назорат қилиш бекор қилинади. Эркин иқтисоднй зона мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришни таъминлаш, ижтимоий ва экологик масалаларни ҳал этиш учуи ташкил этилади. Масалан, мустақил савдо зоиалари, банк ва суғурта зоналари, техиологик зоналар.

ЭРКИИ САВДО ЗОИАЛАРИ (инг. Free trade zones) – маълум бир ҳудудларни ўз ичига олган, бож тўловларидаи озод қилиигаи савдо зоиалари; эркин ташқи савдо зоналари, эркнн саноат зоиалари, эркин бож ҳудудлари, махсус иқтисодий зоиалар ва ҳоказо.

ЭТИКЕТКА (инг. Label) – товар ўралмасидаи товар белгиси кўрнниши.

ЭЪТИРОЗ (инг. claim) – кредиторииг қарздор талаби бўлиб, унииг мулкий ҳақ-ҳуқуқларига путур етказилган тақдирда баҳсни ўзи хоҳлагаи тарзда ҳал қилиши тўғрисидаги талабдир.

ЭҲТИЁЖ (иигл. Needs, wants, requirements) – истеъмолчи қобилияти. Инсои, умумаи жамиятниг мавжуд бўлиши учуи маълум иредметлар ва атроф-муҳит шарт-шароитлари жуда муҳим бўлади. Эҳтнёж биологик, ишлаб чиқариш, иқтисодий, ижтимоий, маданий ва ҳоказо бўлиши мумкин. Лекин буларнниг ҳаммаси жамият иқтисодий ривожидан келиб чиқади.

Эҳтиёж объектив характерга эга бўлиб, у ижтимоий ишлаб чиқариш ривожининг ижтимоий-иқтисодий таъсири натижасида пайдо бўлади, аниқ тарихий босқичга боғлиқ бўлади. Бирламчи инсоний эҳтиёжлар чегарасиз эмас, уларни қондириш чегараси аниқ кўрсатилган. Шу билан бир вақтда улардан ўзувчи иккиламчи эҳтиёжлар ҳам мавжуд бўлади — бу анча юқори даражадаги эҳтиёж бўлиб ижтимоий, маданий ва маънавий эҳтиёжлардир. Шундай қилиб, эҳтиёж турғун бўлмай динамик ривожланишдадир, яъни қондирилган эҳтнёж шахснинг ривожини таъминлайди, шунингдек, умум жамият ривожини таъминлайди, шу билан бирга уни янги босқичга, янада юқорироқ эҳтиёжларга олиб келади.

ЭҲТИЁЖНИ КЛАССИФИКАЦИЯЛАШ (инглл. Dassification of needs) – ҳар бир ишлаб чиқариладиган маҳсулотнинг икки томонлама функцияси бўлади: 1) унинг ишлатилиш утилитар функцияси; 2) унинг талабга жавоб бера олиш функцияси. Агар маҳсулотнинг фақат ишлатилиш функциясигина бўлганда эди, унда товарларнинг ассортименти, хилмахиллиги ёки сифатлилиги тушунчалари бўлмасди. Маҳсулот бир томондан оддий ишлатилиш талабини қондиришдан ташқари инсон бадиий-эстетик дидига, дунёқарашига қараб сифатлироқ товарларга муҳтож бўла боради. Инсонлар истеъмол иерархияси қуйидаги 4 турга бўлинади: 1) инсонлар ўз оиласи даврасидаги эҳтиёжи; 2) кичик ижтимоий гуруҳлар даврасидаги эҳтиёжи; 3) катта ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш корхоналаридаги иши юзасидан эҳтиёжлар; 4) ҳар бир шахснинг маълум бир давлат ихтиёрида бўлишлигидан келиб чиқадиган эҳтиёжлари бўлади. Бу бўлиниш инсон фаолияти доирасининг кенгайиб боришидан келиб чиқади. Лекин инсон фаолиятига таъсир этувчи шарт-шароитлар ҳам мавжуд бўлиб, ўз навбатида улар ҳам 4 қисмли тузилишга эга бўлади. 1) тузилишнинг энг қуйи қисмида инсоннинг турли нарсалар билан алоқаси; 2) инсоннинг кичик гуруҳдаги бошқа инсонлар билан ўзаро алоқаси; 3) турли ўзига хос талаблари мавжуд бўлган меҳнат соҳаси, маиший шароит, дам олишдаги фаолияти ва ниҳоят; 4) инсон ўзи мавжуд бўлган жамият иқтисодий, сиёсий, маданий ва бошқа хусусиятлари асосида пайдо бўлган фаолият даражасидир. Шундай қилиб, потенциал харидорга хос эҳтиёжни ва улар фаолияти шарт-шароитларини тезда аниқлаб олмоқ учун маълум танерита ва ўткирлик, кенг дунёқараш ҳамда замонавий дунёнинг

иқтисодий муаммоларини билиш натижада маҳсулотга эҳтиёж талабларини аниқлаш керак бўлади.

ЭҲТИЁТ ҚИСМЛАР ТАЪМИИОТИ (инг. securety by sparе pasts) – хизмат кўрсатишнинг асосий элементи. Тезкор буюртма берилган ҳолларда эҳтиёт қисм бир неча соатдан кейинроқ мижозга етиб бориши керак. Шу йўл билан зарар минимум даражасича камайтирилади. Шу билан биргаликда, омборда сақланаётган эҳтиёт қисмлар ва материллар-ўлик капитал ҳисобланади. Шунинг учун уларнинг миқдори иложи борича оз, номенклатураси эса максимал даражада чегараланган бўлиши керак. Бу тасвирланган юз бериши аниқ бўлган зиддиятлар эҳтиёт қисмлар таъминоти хизмати бўлими томонидан ҳал этилади. Бу хизмат асосини режалаштириш ва башоратлаш ташкил этади. Эҳтиёт қисмлар чиқариш режаси одатда 3 бўлимдан, тезкор, ўртача муҳлатли ва узоқ муҳлатлилардан иборат. Тезкор режалаштириш одатда 3 ойни қамраб олади, шу билан бирга қатъий буюртма ишлаб чиқаришга фақатгина кейинги ойдан етказиб берилади. Ўрта муҳлатли режалаштириш ҳар кварталда 12-15 ойдан қилиб белгиланади. Бу маълумотлар башоратлаш хусусиятига эга бўлиб эҳтиёт қисмлари юзасидан вужудга келиши мумкин бўлган талаб конъюнктурасини акс эттиради. Узоқ муддатли режалаштириш 2-3 йил олдиндан белгиланади. У тарқатма хусусиятга эга эҳтиёт қисмларга бўлган эҳтиёж ёки табиий бирликлар (деталь гуруҳлари) ёки перспектив паркдаги ҳар бир машина килограммлари ёки қиймат сифатида ифодаланади. Эҳтиёт қисмлар билан таъминлаш хизмати бўлими омбор хўжалиги одатда омборлардан тайёр маҳсулотни моддий-молиявий ва бошқарув муносабатлари орқали ажратиб беради. Бунда иерархик тизим афзал кўрилади, яъни, марказий омбор ишлаб чиқарувчи экспортёр мамлакатда, оралиқ ва агар зарур бўлса, бир неча регионал омборлар импортер мамлакатда бўлади. Занжир охирида эса, агар ишга солинган бўлса, кичик омборчалар диллерлар қўл остида бўлади. Марказий омборларда 60% турдаги деталлар сақланади, улар йилига юклаб бериладиган маҳсулот қийматининг 8%ни ташкил қилади. Оралиқ омборларда 30% турдаги товарлар сақланиб, у истеъмолнинг 22% ни ташкил қилади. Регинал ва диллерлар омборхоналарида 10% турдаги, лекин 70% истеъмолни ташкил этувчи товарлар сақланади. Бундай тизим шароитида кам талаб этиладиган деталлар мижозларга 3 кунда (автомобиль ёки само-

иидаги карточкада бир хил бўлиши шарт. Шерикчилик ишларида маълум жавобгарлик асосида юридик манзил сифатида томонлардан бирининг манзили қўлланиши мумкин.

ЮРИДИК ШАХС (инглл. Legal person, lcgal counsel) – муассаса, корхона ёки ташкилот; маълум бир ўз мулкига эга ҳамда ўз номидаи мулкий, хусусий мулк ҳуқуқларини амалга ошириш ва мажбуриятларига жавобгардир. У мулк бўйича сирларга даъвогар ва жавобгар бўлиш ҳуқуқига эга. Банкда ўз ҳисоб рақамига эга ҳамда мустақил балансини олиб боради.

ЮТУҚЛИ ОБЛИГАЦИЯ (иигл. premium bond) – йил давомида мунтазам ўтказилиб туриладиган тираждан ютиш билан даромад келтирадиган облигация. Масалаи, Буюк Британияда ютуқли облигациялар ҳар ҳафта ва ҳар ойда ўтказиладиган тиражларда қатиашади (25 фунт стер.даи 250 минг фунт стерюгача). Бундай облигациялар сотиб олиганидаи 3 ой кейин тиражларда қатнашиш ҳуқуқини беради. Мақсадли ютуқли облигациялар эгаларига дефицит товарлар ва хизмат турларига эга бўлиш ҳуқуқини бсради.

Я

ЯГОНА ТЎЛОВ ҲУЖЖАТИ (инглл. Uniform payment document) – аҳолига хизмат кўреатишни яхшилаш ва ҳисобкитоб тартибини яхши йўлга қўйиш мақсадида турар жой, коммунал хизматлар учун тўловлар бўйича умумий ҳужжат.

ЯККА ТАРТИБДАГИ СУҒУРТА (инглл. Individual insurance) – шахснй суғурта тури бўлиб, аниқ жисмоний шахс билан якка тартибда тузилади.

ЯЛПИ МИЛЛИЙ МАҲСУЛОТ (инглл. gross national product) – йил давомида мамлакатнинг ичида ва ташқарисида ишлаб чиқарилган маҳсулот ва хизматлар қиймати мажмуи. У истеъмол товарларини, айрим ялпи инвестицияларни, давлат томонидан сотиб олинган товар ва хизматларии қамраб олади. Ижтимоий маҳсулот мажмуидан фарқ қилиб, у хом ашё, материаллар ва яримфабрикатлар қийматининг қайта ҳисобини ўз ичига олмайди.

ЯИГИ АКЦИЯ СОТИБ ОЛИШНИНГ ИМТИЁЗЛИ ҲУҚУҚИ (инглл. Preference on buying of new sbares) – мавжуд акционерларга янги чиқарилаётган акцияларни бошқалардан кўра, аввалроқ сотиб олиш имкониятини берувчи ҳуқуқ. Бундай имтиёз беришдан мақсад акция эгаларини (биринчи навбатда

лёт орқали), кўпроқ талаб этиладиган деталлар эса талаб қилинган кун эртасига ёки 5-6 соатдан сўнг етказиб омбор ишини енгиллаштириш мақсадида барча номенклатурадаги деталлар ўлчамлари бўйича, массалари бўйича ва (3 классдаги) баҳолари бўйича жойлаштирилиши мақсадга мувофиқ бўлади, яна шу нарса мақбулки, кўп талаб этиладиган деталларнинг кўп қисми, тез талаб этиладиган деталларнинг ўртача миқдори, кам талаб этиладиган деталларннг минимал қисми сақланиб турилиши керак. Буларннг ҳаммаси, омбор ишини электрлаштириш билан омбор захирасидаги маҳсулотлар қийматига кўра ишларни минимал даражада камайтириш, ходим ва назорат ишини енгиллаштириш ҳамда кафолатланган хизмат кўрсатиш муддатида буюртмани бажариш бўйича эҳтимоллик даражасини 91-96% дан юқори бўлишига имконият беради.

Ю

ЮК ОПЦИОИИ (инг.л. cargo option) – кемани ижарага олувчининг шартномада кўрсатилган юкии тўла ёки қисман алмаштириш ҳуқуқи.

ЮК РЎЙХАТИ (инг.л. list of cargo) – шу кемага юкланадиган юкларнинг рўйхати. Бир неча асосий юкларни ташишда тузилади.

ЮКНИ ЖЎНАТИЛГАНИ ҲАҚИДА ХАБАРИОМА (инг.л. Dispatch notice) – импорт юкнинг портдаи белгиланган станцияга юклаб жўнатилгани ёки буидай юкии шу жойда бошқача берилганини исботловчи ҳужжат.

ЮИИДО (БМТнинг саноатии ривожлантириш бўйича бўлинмасн) – БМТнинг ривожланаётган мамлакатларга саноатинн ривожлантириш ва иидустриализациясига таъсир этиш мақсадида ташкил этилган халқаро ташкилот. 1966 йилда ташкил этилган 137 давлат аъзо. Фаолият тезкор ва ёрдамчи фаолиятга бўлинади. Тезкор фаолият ривожланаётган давлатларга конкрет лойиҳаларии амалга ошириш учун техникавий ёрдам бериш (экспертлар юбориш, маслаҳатлар бериш, мутахассислар юбориш), ёрдамчи фаолият-саноатни ривожлантириш бўйича ахборотни йиғиш, умумлаштириш керак бўлади.

ЮРИДИК МАНЗИЛ (инг.л. legal address) – юридик шахснинг реестрида расмий қайд этилган манзил. Юридик манзил ташкилот иизоми, қайд гувоҳномасида ва ҳисоб очиш жараё-

йирик пакет эгаларини) корпорациядаги улар пропорционал ҳиссаларининг "ювилиб кетмаслиги" учун ҳимоя қилишдан иборат. АҚШнинг 48 штатида шунга мос актлар (статутлар) қабул қилиниган, лекин шундай ҳуқуқнинг мавжудлиги маълум корпорация низомида кўрсатиб қўйилган бўлиши керак.

ЯНГИ МАҲСУЛОТНИ РЕЖАЛАШТИРИШ (инглз. Planning of new products) – етти босқични ўз ичига олади: гояларни тўплаш, маҳсулотни баҳолаш, тушунчани текшириш, иқтисодий таҳлил, маҳсулотни ишлаб чиқиш, синаб кўриш ва тижорий реализация қилиш. Бу жараён давомида фирма потенциал имкониятлар яратади, уларни баҳолайди, кам самарали перспективалардан воз кечади, истеъмолчилар тўғрисида тасаввурга эга бўлади, маҳсулотни яратади, уни синаб кўради ва бозорга чиқаради. Ғояни амалга ошириш ишини хоҳлаган босқичда тўхтатиб қўйиш мумкин.

ЯРМАРКА (инглз. Fair) – 1.Товарлар намунаси кўргазмаси, даврий савдо манзили; 2.Давлат рухсат берган вақтинча савдо шакли. Бу ерда белгиланган муддатда, маълум чекланган вақтда иштирокчиларга маҳсулот, товар намуналарини кўрсатиш учун махсус ажратилган жойда ҳаракат қилинади, шартномалар тузилади.

ЯШИРИН КЕЛИШУВ (инглз. Conspiracy) – халқаро савдодаги беандишалик билан қилинадиган рақобат шаклларидан бири яширин келишувнинг 2 тури мавжуд: ёпиқ савдо қатнашчилари орасидаги ҳамда бозорни бўлиб олиш, нархни белгилашдаги яширин келишувлар.

Ў

ЎЗ-ЎЗИНИ ҚОПЛАШ (инглз. self-recoupment) – хўжалик тамойили бўлиб, кўрсатилган хизмат ёки ишлаб чиқаришдаги маҳсулотни реализацияси натижасида олган даромадни харажатларини қоплашни билдиради.

ЎЗ-ЎЗИИИ МОЛИЯЛАШТИРИШ (инглз. self-finfncing) – маҳсулотни реализация қилиш натижасида келган хусусий даромаддан кенг қўлланилган ва оддий ишлаб чиқаришни амалга ошириш.

ЎЗАРО АЛМАШТИРИЛАДИГАН ТОВАРЛАР – бирининг баҳоси ва иккинчисига бўлган талаб орасидаги нисбат, яъни бири баҳосининг пасайтириш (ўсиши) иккинчисига бўлган

талабнинг камайиши (кўпайиши)га олиб келадиган нисбат амал қиладиган товарлар (ёки хизматлар).

ЎЗГАРМАС НАРХ (инг. Constont price) – маълум бир вақт оралиғи учун ёки маълум даврда қўлланилаётган иқтисодий кўрсаткичларни динамик-физик ҳажмда солиштириш ва ишлаб чиқаришда маҳсулотни ўсиш типини ЯММ, товар алмашинуви миллий даромадни ва бошқа иқтисодий кўрсаткичларни бошқа давр учун ҳисоблашда қўлланиладиган доимий баҳо.

ЎЗГАРУВЧАН ВАЛЮТА КУРСИ (инг. supple currency rate) – хорижий пулга нисбатан талаб ва истак асосида аниқланадиган ва нархи ошиб ҳамда тушиб турувчи валюта курси.

ЎЗГАРУВЧАН ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ТИЗИМЛАРИ (инг. supple industrial system) – автоматлаштириш юқори даражасининг барча афзалликларини ўзгарувчанликни йўқотмаган ҳолда амалга оширувчи ишлаб чиқариш жараёнлари.

ЎСИВ БОРУВЧИ ҚИММАТЛИ ҚОҒОЗЛАР (инг. rising securities) – капитални тез суръатлар билан ўсиб борилишини таъминловчи аммо қуйи даражада дивиденд келтирувчи қимматли қоғозлар. Ўсиб борувчи қимматли қоғозларга етакчи соҳаларда фаолият кўрсатаётган тез суръатлар билан ўсиб бораётган номиналларнинг оддий акциялари мисол бўла олади.

ЎСИШ АКЦИЯЛАРИ (инг. shares of rise) – тез ривожланаётган (ўсаётган) компанияларнинг акциялари.

ЎТИБ БОРУВЧИ ҚОЛДИҚ (инг. carry-over) – фоиз тўлаш шарти билан бир битимнинг бажарилишини кейинги муддатгача кечиктириш.

ЎТКАЗИЛАДИГАН ВЕКСЕЛЬ (инг. bill of exchange) – ташқи савдода бир шахснинг иккинчисига белгиланган пул маблағини кўрсатувчи ёки ҳужжатда кўрсатилган шахсга тўлаши учун ёзма буйруқни акс эттирувчи асосий ҳисоб-китоб ҳужжатларидан бири. Ўтказиладиган вексель тратта дейилади, қарздор томонидан эмас, балки кредит берувчи томонидан ёзиладн (берилади) ва имзоланади, уйда вексель эгаси бўлган кредитор (трассант)нинг қарздорга (трассат) белгиланган суммани векселнинг биринчи эгасига (ремитент) кўрсатилган муддатда тўлаш ҳақидаги буйруғи акс этади. Одатда, вексель сотувчи банкка нисбатан қарздор, харидорга нисбатан қарз

берувчи саналади. Шунинг учун ўтказиладиган вексель ёрдамида у қарз талабномасини учинчи шахсга (банкка) ўтказади.

ЎТКАЗИЛУВЧИ АККРЕДИТИВ (инглз. transferable letter of credit) – бошқа шахсга ўтказилиши мумкин бўлган аккредитив.

ЎТКАЗИШ ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инглз. operation of echange) – кредит корхона ва ташкилотларининг пул воситаларини амалга ошириш бўйича юридик ва жисмоний шахслардан олган топшириқларини бажариш бўйича операциялари.

ЎТКАЗМА (инглз. remittance) – корхоналар, ташкилотлар, идоралар томонидан, шунингдек, улар ўртасида ва алоҳида фуқаролар томонидан алоқа вазирлиги кредит ташкилотлари ҳамда корхоналари орқали пул ўтказиш.

ЎСИБ БОРУВЧИ СОЛИҚ (инглз. Progressive tax) – солиқ тўлови даромади ортиши билан кўпайиб, акс ҳолда эса камайиб борувчи солиқ.

Қ

ҚАЙТА ҚАРЗ (инглз. rehire) – мулкий қарздорлик шартномасидан келиб чиқувчи барча ҳуқуқ ва бурчларни қарздор томонидан учинчи бир шахсга ўтказилиши.

ҚАЙТА ИШЛАШ НОРМАТИВ ҚИЙМАТИ (инглз. Normative cost of processing) – маҳсулотни қайта ишлашда корхона, ташкилот жамоасининг ҳиссасини кўрсатувчи ишлаб чиқариш миқдори кўрсаткичларидан бири. Норматив соф маҳсулотдан фарқли равишда у норматив фойдани эмас, харажатларни ўз ичига олади.

ҚАЙТА МОЛИЯЛАШТИРИШ (инглз. refunding) – 1) мавжуд мажбуриятларни тугатиш учун янги қарз олиш. Қайта молиялаштириш қисқа муддатли мажбуриятни узоқ муддатлига айлантириш учун ва заём шартларини яхшилаш учун қўлланилади. Кредитни қайта молиялаштириш-мижозни кредит билан таъминлаш учун арзон қисқа муддатли банклараро ссудаларни банк томонидан жалб қилиниши; 2) ҳисоблаб чиқарилган фойда эвазига ишлаб чиқаришга такрор ёки қўшимча капитал қўйилма. Одатда хорижий капитал иштирокида ишлатилади. Қайта молиялаштириш филиаллар, аралаш компаниялар ва лицензион битимларнинг кенг тармоғига эга бўлган халқаро корпорацияларга хос бўлиб, шунга мувофиқ

улар ортидан бозорнинг алоҳида жуғрофий ҳудудлари резерв қилинади. Ташқи бозорга кириш янги корхоналар қуриш йўли билан ёки маҳаллий фирмаларни сотиб олиш йўли билан амалга оширилади. Бундай ҳолда 25% воситалар асосий компаниянинг қайта молиялаштириш фондидан, 50% филиалларнинг фондларидаи ва 25% эса ссуда капитал халқаро бозоридан заём ҳисобига олинади.

ҚАЙТАР ОБЛИГАЦИЯ (инглз. refund bond) – чиқарилган компания томонидан муддатидаи илгари қайтариб олинадиган облигация.

ҚАЙТАРИЛАДИГАИ ДЕПОЗИТЛАР (инглз. returnable deposits) – компания олдидаги бўлғуси мажбуриятларнинг тўлов кафолати сифатида маълум миқдорда омонат шарти билан компания томонидан кўрсатилган хизматлар қарзи.

ҚАЙТАРУВ ФОИДИ (инглз. capital productibity) – ишлаб чиқарилган янги товар маҳсулоти ҳажмни асосий ёки айланма саноат фондига нисбатан олинган бирлигини ифодаловчи иқтисодий кўрсаткич бўлиб, саноатлар самарадорлигининг муҳим кўрсаткичидир.

ҚАРЗ (инглз. Loan) – гражданлик ҳуқуқидаги шартнома бўлиб, унга кўра бир томон (қарз берувчи) иккинчи томон (қарз олувчи)га пул ёки буюмии эгалик қилишга беради, қарз олувчи эса шунча миқдордаги пулни ёки буюмни қайтариш мажбуриятини олади. Бундай шартнома реал бериш билан тузилган бўлади. Қарз ҳақ олинмайдиган шартнома бўлиб, айрим ҳоллардагина ундан фоиз олинади. Қарз шартномаси асосан жисмоний шахслар ўртасида тузилади.

ҚАРЗ МАБЛАҒЛАРИ (инглз. loan means) – банк томонидан ташкилотга вақтинча фойдаланиш учун ссуда кўринишда берилади. Бундай қарзлар мақсадли бўлиб, маълум муддатга берилади.

ҚАРЗ ОЛИШ УЧУН АРИЗА (инглз. statement on issuce of loan) – қарз олувчининг хизмат қилувчи банкка кредит олиш учуи илтимосини акс эттиради. У қарз олувчи томонидан белгиланган шаклдаги бланкада тўлдирилади. Унинг бир тури ариза мажбуриятдир.

ҚАРЗНИ УЗИШ МУДДАТИ (инглз. Period of credit repayment) – қарзни узиш ҳисобига биринчи тўлов муддатидан сўнгги тўлов муддатигача бўлган муддат.

ҚИЙМАТ ТАҲЛИЛИ (ингл. value analysis) – маркетингда комплекс аналитик-услубий таҳлил бўлиб, маҳсулотда истеъмолчини қизиқтирувчи функциялар бўлишга йўналтирилади. Шунга мос равишда барча кераксиз функциялар ишлаб чиқариш, қайта ишлаш, эксплуатация билан боғлиқ харажатларни кўпайтирадиган функцияларнинг бўлмаслигига йўналтирилади. Қиймат таҳлили маҳсулотнинг рақобатбардошлигини оширишга хизмат қилувчи сифат белгилари учун харажатларни камайтиришни кўзлайди.

ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАР (ингл. securities) – 1) конверция имтиёзига кўра облигация ва акцияни бошқа қимматли қоғозга алмаштириш. Муайян мулкий ҳуқуқни ифодаловчи ҳужжат: акция, облигация, вексель ва б. қ. қ. Фақат нақд тақдим этиш йўли билан мазкур мулкни қўлга киритиш мумкин; 2) эгасига даромад келтирадиган, эгалик ҳуқуқи ёки заём кўринишидаги пул ҳужжати. Қимматбаҳо қоғозларга акция, облигация, давлат газна мажбуриятлари, омонат сертификатлари ва векселлар киради. Қимматбаҳо қоғозлар келтирадиган даромадга қараб ҳар хил нархда сотилади.

ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАР БЎЙИЧА ССУДА (инг л. loan on securities) – ривожланган давлатларда банклар томонидан гаровга қўйилган акциялар ва облигациялар асосида бериладиган ссудалар; тижорат ва инвестиция банкларидаги жамғарма операцияларининг бир тури. Қимматбаҳо қоғозлар ссудани таъминлаш шакли бўлиб хизмат қилади, улар қарздорга банкдаги қарзи батамом узилгач қайтариб беради.

ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАР БОЗОРИ (ингл. market of securities) – қимматли қоғозлар олди-сотдиси ва эмиссия амалга ошириладиган ссуда капиталлари бозори. Қимматли қоғозлар бозорда ҳуқуқий ижтимоий ва давлат пул маблағлари йиғилиб ишлаб чиқариш соҳаларига капитал мақсадида қўйилади.

ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАР КУРСИ (ингл. Securities rate) – қимматбаҳо қоғозлар сотиладиган ва сотиб олинадиган баҳо. Капиталлашган даромад бўлиб, кредитга беришда даромад фоизи кўринишидаги пул миқдорига тенглашади.

ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАР СОЛИҒИ (инг л. Securities tax) – 1.Қимматбаҳо қоғозлар (акциялар, облигациялар ва бошқалар) эмиссияси учун солинади. Солиқ ставкаси қоғознинг тури ёки унинг номиналга боғлиқ равишда белгиланади. 2. Биржа келишувларида мулк ҳуқуқи қимматбаҳо

қоғозларга ўтганда солинади. Бундай солиқдан давлат ва маҳаллий заём облигациялари озод қилинади.

ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАР ШАРТЛАРИ (инг. termes of securities) – қимматли қоғозларда кўрсатиб қўйилган шартлар бўлиб, ўз харидорига маълум ҳуқуқларини беради ёки маълум ҳуқуқлардан уни маҳрум этади.

ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАРНИ ЖОЙЛАШТИРИШ УСУЛЛАРИ (инг. Methods of securities distribution) – давлат комиссияси тасдиқлаган хабарнома бўйича қимматбаҳо қоғозларни сотиш.

ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАРИИИГ "ҲАЁТИЙЛИК" ДАВРИДА (инг. security life cycle) – бу қимматли қоғозларни шундай бир даврики, у ўз ичига қимматли қоғозларни муомалага киритишини лойиҳалаш, бирламчи тарқатиш ва қимматли қоғозлар иккиламчи бозоридаги муомала даврини олади.

ҚИММАТБАҲО ҚОҒОЗЛАРНИИГ БИРЖАДАН ТАШҚАРИ БОЗОРИ (инг. uot-stock market of securiries) – фонд биржаларига аъзо бўлган ёки аъзо бўлмаган диллерлар томонидан ташкил этилган қимматбаҳо қоғозлар бозори. Қимматбаҳо қоғозларнинг биржадаи ташқари бозори телефон, телефакс, компьютер тармоқлари орқали амалга оширилади, бирор биржадан қайд эттириш учун тегишли миқдорда акциялари, акционерлари ва даромадлари бўлмагаи компанияларнинг қимматбаҳо қоғозлари билан ишлайди. Диллерлар принципаллар сифатида ҳам, брокерлар сифатида ҳам фаолият кўрсатадилар. Қимматбаҳо қоғозларнинг биржадан таш-қари бозори ҳамма тур облигацияларниг асосий бозори ҳисобланади.

ҚИММАТЛИ ҚОҒОЗЛАР ПОРТФЕЛИ (инг. Securities book) – инвестор қўл остида бўлган барча қимматли қоғозлар. Портфел қуйидаги секциялардан иборат облигациялар, оддий акциялар, префакциялар ва бошқалар. Бу портфел таркиби инвестор мақсадига боғлиқ, яъни консерватив ёки агрессив. Агар портфел шундай ҳолда тузилган бўлса, унда инвестор хавфсизлик, даромадлилик, капиталнинг ўсиб бориши ва ликвидлик умумлашмаларига эга бўлолсагина портфел балансланган ҳисобланади.

ҚИММАТЛИ ҚОҒОЗЛАРНИ БАҲОЛАШ (инг. securiries valuation) – 1) номинал қиймат – қимматли қоғоз бланкасида

белгиланган қиймат. У шартли катталик ҳисобланади, чунки қимматли қоғозлар бирламчи бозорида ҳам улар ўз номинал қийматларида сотилмаслиги мумкин. Лекин бухгалтерия ҳисобида улар қўлланилади. Шундай қилиб, барча акциялар умумий номинал қийматлари йиғиндиси корхона низом капиталини ифодалайди. 2) Эмиссион қиймат – бирламчи тарқатувда қимматли қоғознинг сотув баҳоси (номинал қийматга мос келмаслиги мумкин. 3) Курс (бозор) қиймати – қимматли қоғозларнинг иккиламчи бозорда белгиланган баҳоси натижаси сифатида, маълум вақт интервалида талаб ва таклифлар йиғиндиси орасидаги тенгликни ифодаловчи баҳо. 4) Акция ва облигацияларнинг тугатиш қиймати – тугатилаётган корхонанинг ҳақиқий баҳолар бўйича сотилаётган мулкий қиймати бўлиб, бу ҳар бир акция (облигация)нинг тўланиш қиймати. 5) Қайта сотиб олиш қиймати – чиқариб олинилган акция (облигация)ларда кўрсатилган қиймат, яъни корхона ўз акцияларни тўлаб қўйишда белгиланадиган сумма. 6) Акциянинг баланс қиймати – акционерлик жамияти мулки сифатида ташкилот молиявий ҳисоботи ҳужжатлари асосида аниқланадиган, чиқарилган акциялар сонига бўлинадиган ўз манбалари ҳисобига пайдо бўладиган қиймат. 7) Ҳисоб қиймати – шундай қийматки, унга кўра қимматли қоғозлар маълум вақтда корхона балансида бўлиб ҳисобланади.

ҚИСҚА МУДДАТЛИ ВЕКСЕЛЬ (инг. short-term bill) – талаб қилиб олгунча ёки жуда қисқа муддат ичида тўлови амалга ошириладиган вексель.

ҚОЛДИҚ (инг. balance) – маълум вақт оралиғидаги кирим-чиқим орасидаги фарқ. Асосан бухгалтерияда қўлланилади.

ҚОНУНИЙ МАЖБУРИЯТ (инг. legal duty) – бу мажбуриятни бажарувчи маълум ҳуқуқий муносабатлар қатнашчисининг қонун билан белгилаб қўйилган ахлоқий мажбурияти.

ҚОПЛАМАЙДИГАН СОТУВ (инг. Sale without covering) – сотувчида мавжуд бўлмаган ва нарх тушишини кутиб амалга ошириладиган қимматли қоғозлар сотуви юзасидан битим. Масалан, сиз брокерга 100 та АВС акцияларини муддатида қопланмайдиган қилиб сотиш топшириғини берасиз. Сизнинг брокерингиз 100 та акцияни харидорга етказиб бериш учун акцияларингизни қарзга олади. Қарзга олинган акциялар қийматига баравар сумма кредиторга брокер томонидан жой

лаштирилади. Охирида сиз муддатида қопланмайдиган қилиб сотган акцияларингизни керакли миқлордаги акцияларни сотиб олиб бериш йўли билан қоплашингизга тўғри келади. Агар сиз АВС 100 та акциясини ўзингиз қопланмайдиган йўл билан сотган акциянгиздан қимматроққа олсангиз, сиз ютқазасиз ёки аксинча, сиз ўзингиз сотган нархдан арзонроққа олиб қоплаб берадиган бўлсангиз унда сиз ўзингиз сотган ва олган баҳоингиз ўртасида кезиб чиқадиган фарқ суммасига даромад сифатида эга бўласиз, бу фарқдан ҳалл комиссион йиғим ва солиқ ҳам тўлашингиз керак бўлади. Фонд биржалари қоидалари ва федерал қонун актлари биржада қопланмайдиган сотувни тартибга солиш ҳамда чеклаб қўйишни амалга оширади.

ҚОПЛАШ (инглз. covering) – 1) баҳо хавфидан суғурталаш. 2) аввал сотилган маҳсулотни қайтариб сотиб олиш; 3) фьючерс битими бўйича кўрилиш мумкин бўлган зарарга қарши пул ёки қимматли қоғоз ҳолатидаги кафолатли гаров.

ҚОРА БОЗОР (инглз. building value) – янги қурилишга кетган харажатларнинг пул шаклидаги ифодаси ҳамда мавжуд ишлаб чиқарувчи ва маҳсулот ишлаб чиқармайдиган асосий фондларни кенгайтириш, таъмирлаш ва техник қайта қуроллантириш, реконструкция қилиш учун сарфланадиган харажатларни пул шаклидаги ифодаси.

ҚЎЙИЛМА БЎЙИЧА ИШОНЧНОМА (инглз. warrant on deposit) – пул қўювчининг бошқа шахсга жамғарма банкига қўйилган қўйилманиинг ҳаммасини ёки бир қисмини олиш ҳуқуқини берадиган хати. Унинг бир марта ёки кўп марта олиш ҳуқуқини берадиган турлари бор бўлиб, 3 йилгача муддат билан берилиши мумкин.

ҚЎШИЛГАН ҚИЙМАТ (инглз. Added value) – маҳсулот ишлаб чиқариш учун фирма томонидан сотиб олинган материаллар нархини чиқариб ташлаган ҳолда, шу ишлаб чиқарилган маҳсулотни реализация қилиш қиймати. Қўшилган қиймат олинган фойдага тенг бўлиб, ўз ичига иш ҳақи, ижара ҳақи, фоиз ва даромадни олади. Амортизация бунинг ичига кирмайди.

ҚЎШИМЧА ҚИЙМАТГА СОЛИНАДИГАН СОЛИҚ (инглз. Value-added tax) – маҳсулот ва хизматларга солинадиган нисбий солиқ. Солиқ учун ишлаб чиқаришнинг ва товар реализациясининг ҳар бир босқичига бериладиган қўшимча қиймат асос саналади. Қўшимча қийматга иш ҳақи, аморти-

асосида суғурта муддат ичида шахснинг иш қобилияти йўқолса, бахтсиз ҳодисадан ўлса тўланади.

ҲИМОЯ ПОШЛИНАСИ (инг. protective duties) – олиб кириладигаи тайёр маҳсулотга солинадиган катта божхона тўловлари.

ҲИСОБ (инг. account) – 1) савдо муносабатларида ҳисоб (фактура) деб шундай товар ҳужжатига айтиладики, у сотувчи томонидан харидор номига ёзилади ва товар ёки хизмат кўрсатилганлиги ҳамда унинг баҳоси ёзиб қўйилади. 2) Бухгалтерия ҳисобида ёзувлар мажмуи "ҳисоб"деб аталади ва у конкрет йўиалиши бўйича пул маблағлари ҳаракатини кузатиб боради.

ҲИСОБ (САНОҚ) ПАЛАТАСИ (иигл. Clering hause, settlement hause) – Франция, Белгия, Германия, Италия ва бошқа мамлакатларда давлат молиявий назоратини амалга оширувчи олий орган.

ҲИСОБ-КИТОБ (ТЎЛОБ ТАЛАБИ) (инг. paument reguist) – ўзида счёт фактурани ҳам тўлов талабини ҳам бирлаштирувчи ҳисоб

ҲИСОБ ОПЕРАЦИЯЛАРИ (инг. Discount operations) – банкларнинг веселларни ҳисоб-китоб ва бошқа қарз мажбурият турлари бўйича олиб борадиган операцнялари: пул маблағларини аванслаш усулларидан бири.

ҲИСОБ СТАВКАСИ (иигл. Discount rate) – фоиз ставкаси бўлиб, унга кўра АҚШ федерал резерв тизими тижорат банкларига кредит беради. Ҳисоб ставкасининг ортиши банк томонидан берилаётган ссуда ва шу банкларга қўйилган депозитлар бўйича фоизларни ҳам унга мос равишда ортишига олиб келади. Кейинги шарт эса хорижий иивесторларнинг ўз доллар активларини АҚШ да қўшимча рағбатлантиради ва долларларнинг валюта бозорида кўп талаб этилишига олиб келади. Долларларнинг кўп миқдорда сотиб олиниши унинг курсини бошқа валюталарга нисбатан ортиб кетишига сабаб бўлади.

ҲИСОБДАН ЧИҚАРИШ (иигл. write off) – булар бир активни зарарларга таққослаш, баланс активини маълум суммага камайтириш.

ҲИСОБ-КИТОБ КУНИ (инг. settlement day) – биржада тузилган битимлар бўйича (тўлов ва етказиб бериш) ҳисоб-китоб якунланган кун.

зация, кредит фоизи, даромад электр эиергия, транспорт, реклама сарфлари ва бошқалар киради. Баҳога эса корхона эгасиниг маҳсулотни истеъмолчига етказишнинг барча босқичлари учун киритган қўшимча қийматига солинган солиқнинг умумий суммаси киради.

ҚЎШИМЧА БЮДЖЕТ (инглз. Additional budget) – жорий йил учун бюджет тасдиқлангандан сўнг қилинган харажатларга тузилади.

ҚЎШИМЧА ИНДЕКСАЦИЯ (инглз. deposit indexation) – турли аҳоли гуруҳларн иоминал қўйилмаларининг пул даражасинпнг ўзгаришга боғлиқ равишда мунтазам ўзгариши.

F

ҒАЗНА ВЕКСЕЛИ (инглз. treasury bill) – ҳукумат томонидан пул бозорида доимий равишда муомалага киритиладиган ва бўш ўринни эгаллайдиган қисқа муддатли қимматбаҳо қоғоз (одатда 3-6 ойлик қилиб чиқарнлади). Ғазиа вексели сотуви номннал қийматда дисконт билан амалга оширилади. Буидай қоғозларнинг эркин пул бозорларидаги олди-сотдиси пул-кредит сиёсатиининг асоснни ташкил этади.

ҒАЗНА БИЛЕТИ (иигл. Treasuey notes) – давлат (ғазна) билети, давлат томонидан чиқарилган қоғоз пуллар.

ҒАЗНА ЭМИССИЯСИ (инғл. Treasury emission) – бюджет танқислигини қоплаш мақсадида давлат молия органлари томонидан ғазна билети, давлат қимматбаҳо қоғозларини чиқариш.

ҒАЗНА ЭМИССИЯСИ (инглз. Treasury emission) – давлат ғазнахона ва бошқа давлат молиявий органлари томонидан амалга оширилувчи қоғоз пуллар муомаласиднр. Баикнотнинг олтинга алмаштиришнни йўқ қилиш ғазна эмиссиясини оддий банкнот эмиссиясидан фарқ қилмайди.

ҒАЗНАЧИ (иигл. Trea syrer) – эркин воситаларни бошқариш, қимматбаҳо қоғозлар бозори ва бошқаларнинг ёрдамида ҳаракат қилувчи йирик компания ходими.

Ҳ

ҲАЁТНИ АРАЛАШ СУҒУРТАЛАШ (инглз. mixed life insurance) – шахсий суғурталаш тури бўлиб, унда шартнома

ҲИСОБ-КИТОБ ПАЛАТАСИ (инглиз. clearing house, settlement house) – 1.Фонд ва товар биржаларидаги биржа битимлари ҳисоб-китобларини амалга оширувчи ва улар устидан назорат қилувчи орган. Бундай палата ҳар бир битимдаги томонлардан бири бўлиб қолади, депозит ҳажмини белгилайди, депозит ва маржа тўловларини қабул қилади, баҳодаги фарқни тўлайди, ҳисоб-китоблар, шу жумладан биржа шартномалари бўйича товар етказиб беришдаги ҳисоб-китобларнинг қоидаларини аниқлайди. Ҳисоб-китоб палатаси биржанинг бир қисми ёки алоҳида корпорация тарзида ташкил этилиши мумкин. Палатанинг ҳар бир аъзоси биржанинг ҳам аъзоси бўлиши керак. Ҳар бир битим сотувчи ва харидор ўртасида эмас, балки улар билан палата ўртасида ҳар кунлик ҳисоб-китоб баҳосида тузилади. Шартномалаги ҳар бир сотувчи ва харидор депозит ҳиссасини, керак бўлса маржа тўлаш мажбуриятини олади. Палата кирими қайд этиш йиғими ва депозит ҳамда маржа бўйича фоизлар сифатида қабул қилинади. 2.Ўз аъзолари ўртасидаги ўзаро ҳисоб-китобни амалга ошириш билан шуғулланувчи ташкилот.

ҲИСОБ-КИТОБ ЧЕКИ (инглиз. cheque in settlement) – чекнинг бир тури бўлиб, бунда диагонал бўйича чизиқ ўтказилган бўлади. Бу чизиқ пастки чап бурчагидан юқоридаги ўнг бурчакка томон ўтказилади.

ҲИСОБНИ ТЎХТАТИШ (инглиз. blocking (-ade) accounts (blockation of accounts) – давлат томонидан шу давлат банкларида ҳисоб эгаларини ҳисоб-китоб юритишдан маҳрум қилиш кўринишидаги тадбир. Бу тадбир тўла ёки қисман бўлиши мумкин. Маълум бир иқтисодий ёки сиёсий мақсадларни кўзлаб ўтказилади, масалан, бошқа мамлакатга нисбатан иқтисодий санкция қўлланганда, шу мамлакат ёки унинг фуқаросига тегишли ҳисоблар тўхтатилади; кредит ёки валюта чекланишлари юритилганда, ҳисоб эгаларига нисбатан даъволар бўйича суд органлари қарорларининг бажарилишида, шунингдек, мижозларнинг қарзларни тўлай олмасликлари маълум бўлганда ҳисоб-китоб тўхтатилади. Ишнинг натижасига кўра ёки ҳукумат органлари қарорлари билан бекор қилинади.

ҲИСОБ-ФАКТУРАСИ (инглиз. Invoice) – етказиб берувчи ёки пудратчи томонидан истеъмолчига ёки буюртмачига бериладиган ҳужжат бўлиб, етказиб бериладиган товар ёки кўрсатиладиган хизмат турининг тўла таърифи, унинг баҳоси, юклаб бериш ҳужжатининг номери, ҳисоб ҳамда Марказий

банк қонунлари талаб этувчи реквизитлар, ҳисоб-фактураси ташкилотлар орасида ҳисоб-китоб учун асос бўлиб хизмат қилади.

ҲУҚУҚ (ингл. Law) — ўша компания қўшимча акцияларини сотиб олиш учун акция эгасининг вақтинчалик имтиёзи. Ҳуқуқни сотиш ёки сотиб олиш мумкин, шунинг учун ҳам у қимматли қоғозларнинг бир тури ҳисобланади. Ҳуқуқ нархи обуна ва бозор баҳоси ўртасида иккиланиб туриши мумкин. Кўпинча таклиф қуйидаги тамойилда амалга оширилади "битта айланма акцияга битта ҳуқуқ", бунда комиссион олинмайди. Ҳуқуқ эгаси уни бутунлай ёки қисман реализация қилиши мумкин, акцияни сотиб олиш ва қайта сотиш учун қўшимча ҳуқуқни сотиб олиши мумкин ёки ҳеч нарса қилмасдан реализация муддати ўтганлиги ҳуқуқидан маҳрум бўлиши мумкин.

15. Власова В.Н. "Основы приедприннмательской дейтелности". 1995 год.
16. Ғуломов. С.С. Менежмент. Ўқув қўлланма. ТДАУ, 1998 йил.
17. Ғуломов С.С., Догол Л.Ф., Семенов Б.А. "Предпринимательства и малый бизнес".
18. Львов Ю.А. "Основы экономики и организации бизнеса" СП; ГМП "Формика", 1992 год.
19. Самоукин А.И, Шишов А.Л. "Теория и практика бизнеса" Уч-но практическое пособие. Москва, Русская Деловая Литература. 1997 год.
20. Кашаева З.В. "Экономика и бизнес". Москва, МГТУ им Баумана.
21. Вородина В.И. "Финансы предприниматилей". Учебное пособие. Москва, Банки и биржи. Юинти. 1995 год.
22. Власова В.Н. "Основы предпринимательской деятельности". 1995 год.
23. Романова А.Н. "Маркетинг". Учебник. Москва. Банки и биржи. Юинти 1995 г.
24. Как начать и вести собственный бнзнес. Изд.Дело. Москва 1993 г.

АДАБИЁТЛАР

1. Ўзбекистон Республикасиниг Конституцияси. Тошкент, "Ўзбекистон", 1992 йил.

2. Ўзбекистон Республикасининг "Таълим тўғрисида"ги Қонуни. Тошкент, "Ўзбекистон", 1998 йил.

3. Ўзбекистон Республикасининг "Корхоналар тўғрисида"ги Қонуни. Тошкент, "Адолат" нашриёти, 1992 йил.

4. Каримов. И. А."Ўзбекистон иқтисодий ислоҳатларни чуқурлаштириш йўлида". Тошкент, "Ўзбекистон", 1996 йил.

5. Каримов. И.А. "Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартларн, тараққиёт кафолатлари". Тошкент, "Ўзбекистон", 1997.

6. Каримов. И.А. "Озод ва обод ватан, фаровон ҳаёт-пировард мақсадимиз" Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиснинг иккинчи чақириқ биринчи сессиясида сўзлаган маъруза. "Халқ сўзи" газетаси, 2000 йил.

7. Каримов. И.А. "Ҳалоллик, фидоийлик фаолиятимизнинг асосий мезони". Тошкент, "Ўзбекистон", 1994.

8. Архипов В.В. "Принципы эффективного менежмента и маркетинга". Москва ИНФРА – Мультиликатор, 1998 год. – 48 с. (Библиотека "Консультант директора").

9. Каримов И. А. Бизиниг бош мақсадимиз жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. Тошкент. "Ўзбекистон". 2005 й.

10. "Бозор ислоҳотларини чуқурлаштириш ва иқтисодиётни янада эркинлаштириш борасидаги устувор йўналишлар амалга оширилишини жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида" Ўзбекистон Республикаси Президентиининг Фармони. 2005 йил, 14 июн.

11. "Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида" Ўзбекистон Республикаси Президентиининг Фармони. 2005 йил, 14 июн.

12. "Микрофирмалар ва кичик корхоналарни ривожлантиришни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида" Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. 2005 йил, 20 июн.

13. Ансофф И. "Стратегическое управление: Сокр. Пер. С. англ". (Научи. Ред. И авт. Предисл. Евенко Л.И.)–Москва, "Экономика".-516 с.

14. Белов А.А. "Методика составлення бизнес плана". Москва. Банки и биржи. Юнити. 1995 год.

МУНДАРИЖА

Кириш 3

I БЎЛИМ КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

1. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг назарий асослари 5
1.1. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ҳақида тушунча, моҳияти ва иқтисодиётни барқарорлаштиришдаги ўрни 5
1.2. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ривожланиш босқичлари. 10
1.3. Ўзбекистонда кичик бизнесни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари 11
2. Кичик бизнес ташкилий-ҳуқуқий шакллари 12
2.1. Кичик бизнес ташкилий-ҳуқуқий шакллари 12
2.2. Кичик бизнесни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш 15
2.3. Кичик бизнесни ривожлантиришнинг ҳуқуқий асослари 18
2.4. Кичик бизнесни бошқариш шакллари 21
3. Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш асослари 25
3.1. Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишнинг зарурияти, моҳияти ва вазифалари 25
3.2. Таъсисчилар ва уларнинг манфаатлари 29
3.3. Таъсис шартномаси 30
3.4. Корхона Низоми ва унинг мазмуни 32
3.5. Кичик корхоналарни рўйхатдан ўтказиш ва фаолият юритиш тартиби 33
3.6. Қўшма корхоналарнинг тугатилиши 34
4. Тадбиркорлик фаолиятини юритиш 36
4.1. Тадбиркорлик фаолиятини нимадан бошламоқ зарур? 36
4.2. Тадбиркорликда ҳамкорлар билан муносабатлар 38
5. Хусусий тадбиркорликни давлат томонидан ҳимоялаш 42
5.1. Рақиблардан ўзиб кетиш ва тижорат сирларини сақлаш 42
5.2. Тижорат сири 44
5.3. Товар белгилари 45
6. Хусусий тадбиркорликда таваккалчилик 47
6.1. Таваккалчилик тадбиркорликнинг муҳим йўналиши 47
6.2. Хусусий тадбиркорликда баъзи бир хўжалик таваккалчилик турларини суғурталаш 50
6.3. Сезгирлик таҳлили 52
6.4. Рақобатбардошликни баҳолаш 53
6.5. Зарарсизлилик таҳлили 58

II БЎЛИМ КИЧИК БИЗНЕСНИ РЕЖАЛАШТИРИШ

7.1. Олдиндан кўра билиш (прогнозлаш) моҳияти 66
7.2. Режалаштиришнинг моҳияти ва унинг зарурлиги 70
7.3. Бизнес режа мақсади, вазифаси ва тузилдаги айрим алоҳидаликлар 74
8. Бизнес режа тузиш технологияси 82
8.1. Ишчи гуруҳни ташкил этиш ва бизнес режа ишлаб чиқиш 82
8.2. Бизнес режани амалга ошириш жараёни ва уни қайта кўриб чиқиш 87
8.3. Бизнес режа тузилиши ва бўлимлари ишлаб чиқишнинг алоҳидалиги .. 88

III БЎЛИМ КИЧИК БИЗНЕСНИ БОШҚАРИШ

9. Кичик бизнесни бошқариш ... 119
9.1. Кичик бизнесни бошқариш ва моҳияти ... 119
9.2. Кичик бизнесни ва хусусий тадбиркорликнинг бошқариш тамойиллари ... 121
9.3. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқариш усуллари ... 125
10. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда меҳнатни ташкил этиш. 130
10.1. Ишга қабул қилиш қоидалари ... 130
10.2. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда бошқарув қарорларини қабул қилиш ... 135
10.3 Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда рағбатлантириш тизими ... 141
10.4. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларда ижодий муҳитни яратиш ... 146
11. Тадбиркор сифат фазилатлари ... 148
11.1. Тадбиркорларнинг асосий сифат фазилатлари ... 148
11.2. Тадбиркорликда музокаралар олиб бориш қоидалари ... 150
11.3. Ишбилармонлик хатлари ... 155
11.4. Кўргазмалар ўтказиш ва матбуот конференцияларини ташкил этиш ... 156
11.5. Тадбиркор иш кунини режалаштириш ... 159
11.6. Нотиқлик санъати ... 163
12. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда холимлар одоби ... 165
12.1. Мулоқотда бўлиш қоидалари ... 165
12.2. Телефонда сўзлашув маданияти ... 169
12.3. Тадбиркор эркак(аёл)лар ташқи қиёфаси ... 172
12.4. Тадбиркор иш жойини ташкил этиш ... 176
13. Кичик бизнесда қабуллар ўтказиш қоидалари ... 178
13.1. Расмий ва норасмий қабуллар ... 178
13.2. Расмий ва норасмий қабуллар ўтказиш тартиби ... 179
13.3. Норасмий қабулларда кийиниш маданияти ... 182
14. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда банкротлик ... 183
14.1. Иқтисодий инқироз сабаблари ... 183
14.2 Банкротликдан олиб чиқиш стратегия ва тактикаси ... 184
14.3. Кичик бизнес субъектларини банкротликдан олиб чиқишнинг асосий йўллари ... 186
14.4. Бизнесда пул топиш қоидалари ... 189

IV БЎЛИМ ТАДБИРКОРЛАРГА МАСЛАҲАТЛАР, КЎРСАТМАЛАР, ЙЎЛЛАНМАЛАР 191

V БЎЛИМ КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИК ЮЗАСИДАН АСОСИЙ-ИҚТИСОДИЙ АТАМАЛАР 219

Адабиётлар ... 440

АБДУРАУФ АБДУЛЛАЕВ, АБДУЛАЗИЗ СОТВОЛДИЕВ, АШУР ҚОДИРОВ, МУҲАММАДЮСУФ ТЕШАБОЕВ, ҚИЁМИДДИН МУФТАЙДИЙОВ, ҲАБНВУЛЛО АЙВЕШЕВ, ШУКУРЖОИ МАМАТҚУЛОВ, ШУҲРАТ ҒОФУРОВ, ИКРОМЖОН ЎРИИБОЕВ, ҚИЁМИДДИН РУСТАМОВ, САЪДУЛЛО АБДУЛЛАЕВ

КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИК:
ТАШКИЛ ЭТИШ, РЕЖАЛАШТИРИШ, БОШҚАРИШ

Тошкент — "Fan va texnologiya" — 2005

Муҳаррир	*М. Тожибоева*
Техник муҳаррир	*А. Мойдинов*
Мусаҳҳиҳа	*М. Ҳайитова*

Босишга рухсат этилди 02.08.2005 й. Қоғоз бичими 60x84 1/16.
Босма табоғи 27,75. Нашриёт ҳисоб табоғи 26,3. Буюртма №105.
Адади 10000. Нархи шартнома асосида.
Шартнома №03-05.,
"Fan va texnologiya" нашриёти, 700003
Тошкент. Олмазор кўч., 171-уй.

Fan va texnologiyalar markazining bosmaxonasida чоп этилди.
Тошкент ш., Олмазор кўч., 171-уй.