KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK











УДК: 334.722(075)
ББК 65.9(2)09
К46/

Mualliflar guruhi: M. Boltabayev, M. Qosimova, B. G'oyibnazarov, Sh. Ergashxodjayeva, A. Samadov, Sh. Otajonov

Taqrizchilar: **D. Suyunov**— iqtisod fanlari doktori;

M. Yusupov — iqtisod fanlari nomzodi, dotsent

Ushbu o'quv qo'llanmada kichik biznes va tadbirkorlikning mohiyati, iqtisodiyotda tutgan o'rni, tadbirkorlikning turlari va shakllari, xorijiy mamlakatlarda hamda O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlikning rivojlanishi, kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, rejalashtirish, tahlil etish, boshqarish, kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmalari, kichik biznes va tadbikorlik sub'ektlarining moliyaviy faoliyati, kredit bilan ta'minlash shakllari, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini baholash, O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari bayon etilgan.

Shuningdek, jahon iqtisodiyotining globallashuvi natijasida zamonaviy iqtisodiy jarayonlarning innovasion yo'naltirilganligi sharoitida kichik biznes sub'ektlarining innovasion faoliyatini rivojlantirish, mazkur faoliyatni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tizimi samaradorligini oshirish, respublikamizda kichik biznes sub'ektlarining innovasion faoliyati boshqaruv mexanizmini takomillashtirish va uning samaradorligini oshirish masalalari ham o'rin olgan.

Ushbu o'quv qo'llanma iqtisod fanlari doktori, professor N. X. Jumayevning umumiy tahriri ostida tayyorlandi.

ISBN 978-9943-353-58-9

© «NOSHIR» nashriyoti, 2011-y.

KIRISH

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

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

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

Ma’lumki, 2010-yilning 7 dekabr kuni O‘zbekiston Respublikasi Konstitusiyasi qabul qilingan kunning 18 yilligiga bag‘ishlangan tantanali yig‘ilishda O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov «Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo‘lini izchil davom ettirish - taraqqiyotimizning muhim omilidir» mavzuida ma’ruza qildi. 2011-yil mamlakatimizda **«Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili»** deb e’lon qilindi.

JAHON IQTISODIYOTI
VA DIPLOMATIYA INSTITUTI
AXBOROT RESURS MARKAZI

Davlatimiz rahbari tomonidan «Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili» bo'yicha qabul qilingan davlat dasturida quyidagi asosiy ustuvor yo'nalishlarga alohida e'tibor qaratish zarurligi ko'rsatib o'tildi[1].

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

Ikkinchi ustuvor yo'nalish - kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati uchun yanada qulay muhit yaratishdan iborat.

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

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

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

---

[1] *I. A. Karimov*. «Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo'lini izchil davom ettirish — taraqqiyotimizning muhim omilidir». O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilingan kunning 18 yilligiga bag'ishlangan tantanali yig'ilishidagi ma'ruzasidan. // Xalq so'zi, 2010 8 dekabr.

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

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

Oltinchidan, yuqori texnologiyalarni talab etadigan iqtisodiyot tarmoqlarida innovatsion texnologiyalarga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga keng yo‘l ochib berish zarur.

Ushbu soha nafaqat milliy iqtisodiyotning o‘sish sur’atlarini jadallashtirish, balki bugungi kun uchun dolzarb hisoblangan aholini ish bilan ta’minlash va turmush darajasini oshirish masalalarini hal etishda ham etakchi o‘rin tutmoqda.

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

Mazkur o‘quv qo‘llanma O‘zbekiston Respublikasi oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi tomonidan tasdiqlangan «Kichik biznes va tadbirkorlik» fani o‘quv dasturi asosida tayyorlangan.

Unda kichik biznes va tadbirkorlik bo‘yicha xorij iqtisodchi — olimlari tomonidan ilgari surilgan nazariya va maktablarning vujudga kelishi va taraqqiy topishi, kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari, ularning iqtisodiyotda tutgan o‘rni, respublikada kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlari, kichik biznes va tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy asoslari va ularni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash masalalari keng yoritilgan. Shuningdek, ushbu o‘quv qo‘llanmada kichik biznes va tadbirkorlik

faoliyatini tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish, uning moliyaviy holati va kredit bilan ta'minlash shakllari, bank, soliq, moliya muassasalari va audit tizimi bilan aloqalari, ularning soliqqa tortish mexanizmlari va imtiyozlari, tadbirkorlik etikasi va madaniyati, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini baholash usullari, shuningdek, O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari batafsil bayon etilgan.

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

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

I BOB KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING MOHIYATI VA MAZMUNI

1.1. Kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari, ularning mohiyati va mazmuni

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

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

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

Ayniqsa, bu jihatdan «Naqshbandiya» ta'limotining ildizlari chuqur mazmunga ega. «Naqshbandiya«ning «Dil ba yoru, dast ba kor», ya'ni «diling Allohda, qo'ling mehnatda bo'lsin», degan ta'limot asoschisi Xoja Baxouddin Naqshbandiy kimxobga naqsh bog'lashda tadbirkorlik mahoratini namoyish etib, halol mehnat bilan yashash zarurligini ibrat qilib ko'rsatgan[1]. Ayrim manbalar uning mato to'qiydigan do'konlari borligiga ham ishora qiladi[2].

---

[1] Hamidxon Islomov. Ifor hidi ila tug'ilgan. Orif Xoji. Bahoviddin Naqshband. — T., 1993. 3-b.

[2] Abul Muhsin Muhammad Bokir Ibn Muhammad. Bahoviddin Balogardan. T.: «Yozuvchi» nashriyoti, 1993. 14-b.

Ko‘rinib turibdiki, Bahouddin Naqshband mashhur G‘arb iqtisodchi olimi xususan, Vilyam Pettidan 400 yil muqaddam mehnat insonlarning yashash manbai ekanligini chuqur anglagan va amalda o‘z faoliyati doirasida isbot etgan. Ammo Vilyam Pettining «Boylikning otasi mehnat, onasi esa erdir» degan ta’limoti jahon iqtisodiy nazariyasi fanida yangi bosqich sifatida e’tirof etilgani holda, Naqshbandiyaning undan avvalroq hamda chuqur iqtisodiy va ma’naviy mazmunga ega bo‘lgan yuqorida qayd etilgan ta’limoti hozirgacha na G‘arb va na mahalliy iqtisodiy adabiyotlarida munosib o‘rin egallamagan.

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

Buyuk sarkarda Amir Temur mamlakat osoyishtaligini va mo‘l-ko‘lligiga erkin tadbirkorlik faoliyatiga ustuvorlik berilishi orqali erishish mumkinligini chuqur idrok etgan va uning tamoyillari mashhur «Temur tuzuklari» asarida aniq bir tizimga keltirilgan bo‘lib, unga ko‘ra: «... mardlik va shijoat sohibi, azmi qat’iy, tadbirkor va xushyor bir kishi ming - minglab, tadbirsiz, loqayd kishilardan afzaldur»[1], — degan xulosani ilgari surgan.

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

A. Smitning qayd qilishicha, bozor jamiyat sotib olishni xohlagan va kerakli miqdordagi tovarlarni ishlab chiqaradi. Shu bilan birga, A. Smit bozorning qudratli kuch ekanligini, u jamiyatni zarur tovarlar bilan doimo ta’minlashi va bu tizim o‘z-o‘zini muvofiqlashtirishini ko‘rsatib berdi. Uning fikricha, o‘z-o‘ziga

qo'yib berilgan bozor tizimi rivojlanadi va bunday tizimi bor xalqning boyligi ortaveradi.

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

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

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

Har bir omil ishlab chiqarishdan olinayotgan o'ziga xos foydani aks ettiradi: kapitaldan kapitalist qo'shimcha foiz oladi; er renta beradi; kapitalistning ishbilarmonlik faoliyati daromad keltiradi; ishchining mehnati uni maosh bilan ta'minlaydi. Boshqacha qilib, J.B. Klark so'zi bilan aytganda: «Erkin raqobat mehnatga mehnatdan kelgan narsani beradi, kapitalistlarga kapital yaratgan narsa tegadi, tadbirkorlar muvofiqlashtirish faoliyatidan kelgan narsani oladi»[1]. Tadbirkorlik faoliyatini u ana shunday tushungan.

Mashhur amerikalik iqtisodchi Y. Shumpeter (1883-1950) o'zining «Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi»[2] kitobida, tadbirkorni novator (yangilik bunyod qiluvchi odam) deb ta'riflagan. Olim tadbirkorlik faoliyatini kapitalistik iqtisodiyotning rivojlanishida, iqtisodiy o'sishni ta'minlashda katta rol o'ynaydigan yangiliklarni joriy etishdan iborat, deb biladi: «Vazifasi yangi kombinasiyalarni joriy etishdan iborat bo'lgan xo'jalik subyektlarini biz tadbirkor deb ataymiz«. Ushbu muammoga iqtisodiyot sohasida Nobel mukofotiga sazovor bo'lgan (1974) ingliz iqtisodchisi Fridrix Fon

[1] *Ж. Б. Клар* Распределение богатства. — М., 1994. 40-б.
[2] *Й. Шумпетер* Теория экономического развития. — М., 1982. 29-б.

Xayn (1899-1984) boshqacha yondashgan. Uning fikricha, tadbirkorlik faoliyat bo'lmasdan, balki yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish, xatti-harakatlarni ta'minlashdir[1]. Olim tadbirkorlikni faoliyat emas, deb talqin etadi.

Na xorijda, na bizda hali tadbirkorlikning umum tomonidan e'tirof etilgan ta'rifi mavjud emas. Amerikalik olim R. Xizrich, «Tadbirkorlik o'z qiymatiga ega bo'lgan qandaydir yangi narsani yaratish jarayoni, tadbirkor esa buning uchun barcha zarur vaqti va kunini sarflaydigan, barcha moliyaviy, psixologik va ijtimoiy xavf-xatarni o'ziga olib, evaziga mukofot sifatida pul va erishilgan yutug'idan qanoatlanuvchi shaxs»[2], — deb ta'kidlaydi.

Ingliz professori A. Xoskin esa «ishni o'z hisobidan olib boruvchi, biznesni boshqarish bilan shaxsan shug'ullanuvchi va kerakli vositalar bilan ta'minlanish uchun shaxsiy javobgarlikka ega, qarorni mustaqil qabul qiluvchi shaxs yakka tartibdagi tadbirkor bo'ladi»[3], — deb izohlaydi.

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

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

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

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

---

[1] *Ф. Хайн.* Конкуренция как процедура открытия. «Мировая экономика и международные отношения» журнали, 1989. №12, — 36-38-б.

[2] *Р. Хизрич., С. Питерс.* Предпринимательство. — М., 1991. 20-б.

[3] *А. Хоскин.* Курс предпринимательства. — М., 1993. 23-б.

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

Hozirgi zamon nazariy tadqiqotlarida nafaqat tadbirkorlikka ishlarni mustaqil olib borish usuli sifatida, balki firma ichidagi tadbirkorlikka yoki intraprenerlikka e’tibor qaratiladi. «Intraprener» atamasi amaliyotga amerikalik olim G. Pinsho tomonidan kiritilgan

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

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

— tadbirkor har doim bozordagi talab va taklifni e’tiborga olib ish ko‘radi;

— tadbirkor samaradorlikni ta’minlovchi sa’y-harakatlar qilib, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish yo‘llarini qidiradi;

— biznesning pirovard natijalariga javob beradigan shaxslar, o‘z bizneslarini erkin shart-sharoitlarda olib borishiga etarli imkoniyatlar yaratadilar;

— kichik korxonaning pirovard natijalari, ya’ni uning oladigan foyda yoki zarari faqat bozordagi oldi-sotdi jarayonida ma’lum bo‘ladi;

— kichik biznes bilan shug‘ullanuvchi tadbirkor o‘z mablag‘larini harakatga solib, bozorda qanday xavf-xatarga duch kelishi yoki yakuniy natija qanday bo‘lishini aniq bilmaydi.

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

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

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

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

Tadbirkor va iste’molchining o‘zaro munosabatlarida tadbirkor faol subyekt kategoriyasiga kiradi. Iste’molchi esa bunda passiv rol o‘ynaydi. Bu o‘zaro munosabatlarni tahlil qilishda iste’molchi tadbirkorlik jarayonining indikatori rolini bajaradi. Tadbirkor faoliyati predmetini tashkil etuvchi barcha narsa iste’molchining

ijobiy bahosiga ega bo'lgan holdagina amalga oshirilishi mumkin. Bunda iste'molchi tomonidan tovarga baho beriladi va keyin u yoki bu tovarni xarid qilishga tayyorligi aniqlanadi. Tadbirkor o'z faoliyatini rejalashtirish va tashkil etishda iste'molchining kayfiyati, istagi, manfaatlarini hisobga olishi kerak.

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

— iste'molchi manfaatini aniqlash usuli;

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

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

— tovarning yangiligi va uning xaridor manfaatiga mos kelishi;

— tovar yoki xizmatlarning sifati;

— tovar yoki xizmatlarning narxi;

— tovarning universallik darajasi;

— tovarning tashqi ko'rinishi, uning xaridor talabiga mosligi;

— sotuvdan keyingi servis xizmatlaridan foydalanish imkoniyati;

— tovarning qabul qilingan umumiy yoki davlat standartlariga mosligi;

— tovarlar va xizmatlar reklamasining jozibaliligi, xaridor diqqatini o'ziga jalb etishi va hokazo.

Xulosa shundan iboratki, agar ijtimoiy ishlab chiqarish nuqtai nazaridan tadbirkor faol subyekt rolida bo'lsa, unda tadbirkorlik jarayonining o'zi, uning samaradorligi va mazmuni nuqtai

nazaridan iste'molchi faol rol o'ynaydi va tadbirkor bu omilni inkor eta olmaydi.

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

— birinchidan, bozorning tovar va xizmatlar bilan ta'minlanish darajasini tahlil qilish yo'li bilan iqtisodiy xo'jalik tizimida o'z o'rnini topishi;

— ikkinchidan, shaxsiy ishlab chiqarish tuzilmasini yaratishga tayyorlik qobiliyati;

— uchinchidan, marketing tadqiqotlari natijalaridan kelib chiqqan holda, dastlabki tadbirkorlik hisob-kitoblarini amalga oshirishi;

— to'rtinchidan, tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishda rahbarlikni to'g'ri yo'lga quyish qobiliyati;

— beshinchidan, yangi texnik, texnologik g'oyani birinchi bo'lib hayotga tatbiq etish hamda ushbu g'oyadan amalda foydalanish, undan qanday yakuniy natija, mahsulot yoki xizmatlar olish mumkinligini tasavvur eta olishi.

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

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

Ammo kashfiyot va yangilik faqat tovar turining yangi tarkibiy qismini yaratishda emas, balki tovar ishlab chiqarishni yangilash jarayoniga jalb etishni talab qilmaydigan oddiyroq shakllarda ham

namoyon bo'ladi. Masalan, u tovar o'ramining yangilanishi, an'anaviy tovarga yangi xususiyat va sifatlar berish ko'rinishida namoyon bo'lishi mumkin.

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

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

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

Tadbirkorning muvaffaqiyatini belgilovchi keyingi shart agressivlikdir. Bunda gap, birinchidan, tadbirkorga nimadadir birinchilikka ega bo'lish ishonchini beruvchi, ikkinchidan, tadbirkorning aniq maqsadga qaratilgan harakatlarni bajarishida tashabbusni tortib olishga harakat qiluvchi agressivlik haqida ketayapti. Shunday qilib, bu o'rindagi agressivlik amalda g'oyalar, loyiha va tashabbusni tortib olish va uni tez amalga oshirishni bildiradi. Bunday agressivlik atrofdagilarga (hammadan oldin raqiblarga) to'g'ridan-to'g'ri zarar keltirmay-di, u bevosita zarar keltirishi mumkin (agar birov qandaydir tovarni ishlab chiqarishda tashabbusni o'z qo'liga olsa, boshqa kishi bunday tovarni ishlab chiqara olmaydi, demak, tovar ishlab chiqarish bo'yicha tashab-

busni birinchi bo'lib boshlagan tadbirkorning harakati u mo'ljallagan daromadni olishiga imkon bermaydi).

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

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

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

Korxona faoliyatini boshqarishda to'g'ri qaror qabul qilish tadbirkorning eng muhim sifatlaridandir. Boshqacha qilib aytganda, bu tadbirkorning o'z faoliyati, o'z biznesi sohasida javobgarlikni o'z zimmasiga olishidir. Haqiqatan ham tadbirkor, qaror qabul qilib, uni amalga oshirishda nafaqat o'z sheriklari oldida, balki o'zining kelajakdagi qarorining oqibati uchun javobgarlikni ham o'ziga oladi. Binobarin, javobgarlikni o'ziga olish jarayoni, ayni bir vaqtda, xavf-xatarni o'ziga olishni ham bildiradi. Shunday qilib, xavf-xatarni ko'ra bilish va uni bartaraf etish uchun tayyorlik ham tadbirkorga xos muhim sifatdir.

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

— birinchidan, hokimlik qilish, hukmronlik, ta'sir qilishga ehtiyoj;

— ikkinchidan, aniq harakatlarni bajarish orqali erishish ehtimoli bo'lgan g'alabaga iroda, muvaffaqqiyat sari harakat;

— uchinchidan, mustaqil ish faoliyati beruvchi ijodkorlik quvonchi.

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

— o'z salohiyatini amalga oshirishga harakat qilish;

— eng muhim, ijtimoiy va iqtisodiy samara keltiruvchi g'oyalarni amalga oshirish istagi;

— to'rachilik tuzilmalari bilan bog'liklikdan qochish, harakatlar erkinligi va faoliyat yuritish jarayonida mustaqil bo'lish;

— qiziqarli ish bilan mustaqil va erkin shug'ullanish;

— o'zining ijtimoiy maqomi va obro'sini oshirishga intilish hamda o'ziga va o'z yaqinlariga munosib turmush sharoitlarini ta'minlash.

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

— bozor va unda vujudga keladigan vaziyat;

— ishlab chiqarish tuzilmasi.

Ish muhitini tahlil qilishda tadbirkor bu qismlar o'rtasida o'zaro aloqalar o'rnatishning samarali usulini topishi kerak. Ammo, bunga erishish qiyin, chunki birinchidan, ikkala tarkibiy qismning sifati turlicha. Bozor dinamik o'zgaruvchan mexanizmdan iborat. Unga doimo kuzatiladigan talab, taklif, narx, raqobat sharoitlarining o'zgarishi xosdir. Shu bilan bir vaqtda ishlab chiqarish tuzilmasi konservativ, kam o'zgaruvchan. Ishlab chiqarish

KAZI
№ 44240

dasturlari kundalik o'zgarishlarni ko'zda tutmaydi. Ikkinchidan, bozor va ishlab chiqarish fazo va vaqtga bo'lingan. Fazoviy bo'linishga ko'ra, bozordagi o'zgarishlar ishlab chiqarish tuzilmasidagi xuddi shunday o'zgarishlarni keltirib chiqara olmaydi.

Bu holat vaqt bo'yicha bo'linish bilan ham chuqurlashadi, tadbirkor ishlab chiqarish dasturini shakllantiradi va uni bozordagi vaziyat haqidagi axborotlar bilan asoslaydi. Ammo dasturni bajarish ma'lum bir vaqtni talab etadi, shu vaqt ichida bozorda jiddiy o'zgarishlar ro'y berishi mumkin. Buning natijasida ishlab chiqarilgan tovar yoki xizmatlar bozorda kerak bo'lmay qolishi mumkin. Shuning uchun tadbirkor muhim qarorlarni qabul qilish uchun asos bo'lib xizmat qiluvchi marketing tadqiqotlari bozorda vaziyatning rivojlanish bashoratiga asoslanishi kerak.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari

Tadbirkorlikni shakllantirish uchun ijtimoiy, iqtisodiy, huquqiy va boshqa muayyan sharoitlar yaratilishi kerak. Iqtisodiy sharoitlarga quyidagilar kiradi: tovarga bo‘lgan talab va taklif; xaridor sotib olishi uchun tovar turlarining mavjudligi; xaridor sotib olishi uchun zarur pul hajmining mavjudligi; ishchilarning

maoshiga, ya'ni sotib olish imkoniyatiga ta'sir ko'rsatuvchi ishchi o'rinlari, ishchi kuchlarining ortiqchaligi yoki etishmovchiligi.

Pul resurslarining mavjudligi va ulardan foydalanish imkoniyatlari, kiritilgan kapitaldan olinayotgan daromad miqdori va o'z ishbilarmonlik operatsiyalarini moliyalashtirish uchun olinishi mo'ljallangan kredit miqdori iqtisodiy sharoitga ta'sir etadi.

Bu ishlar bilan bozor infratuzilmasini tashkil etgan turli tashkilotlar shug'ullanadi. Tadbirkorlar shunday tashkilotlar bilan aloqa o'rnatib, tijorat operatsiyalarini amalga oshiradi. Moliya xizmatini ko'rsatuvchi banklar, xomashyo, materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, yoqilg'i, energiya, mashina va uskunalar, instrumentlar bilan ta'minlovchilar; tovarni xaridorga etkazuvchi ulgurji va chakana savdogarlar; kasbiy, yuridik, buxgalteriya xizmatlari, vositachilik xizmatini ko'rsatuvchi firma va korxonalar; ishchi kuchini yollashda yordam beruvchi ishga joylash agentliklari; ishchi va mutaxassis xizmatchilarni tayyorlayotgan o'quv yurtlari; reklama, transport, sug'urta agentliklari; aloqa va axborotni uzatish vositalari ushbu tashkilotlar tizimini tashkil etadi.

Tadbirkorlikning shakllanishi ijtimoiy va iqtisodiy sharoit bilan chambarchas bog'liq. Tadbirkorlik shakllanishining iqtisodiy sharoitiga ijtimoiy sharoit yaqin turadi. Ijtimoiy sharoit, avvalo, xaridorlarning didi va modaga javob bera oladigan tovarlarni sotib olishga intilishi bilan belgilanadi. Turli bosqichlarda ushbu talab o'zgarib turishi mumkin. Bunga ijtimoiy-madaniy muhitga bog'liq axloqiy va diniy me'yorlar jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ushbu me'yorlar xaridorlarning turmush tarziga va u orqali tovarlar talabiga bevosita ta'sir etadi. Ijtimoiy sharoit shaxsning ishga munosabatiga o'z ta'sirini o'tkazadi, bu esa, o'z navbatida, biznes taklif etayotgan maoshning miqdoriga, mehnat sharoitiga bo'lgan munosabatiga ta'sir etadi.

Tadbirkorlik faoliyatining shakllanishida ishbilarmon xodimlarni tayyorlash, qayta tayyorlash, malakasini oshirish masalalarini hal etish muhim ahamiyatga ega. Buning uchun tadbirkorlik faoliyatini yuritishning zamonaviy uslublarini o'rganishni tashkil etish, xodimlarni o'qitish va qayta o'qitish, ularni rivojlangan

mamlakatlarga malaka oshirish uchun yuborish, ishbilarmonlarni o'qitish uchun o'qituvchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash ishlarini tashkil etish, tadbirkorlik sektori uchun xodimlarni tanlash bo'yicha maslahat markazlarini ochish kerak.

Har bir tadbirkorlik faoliyati tegishli huquqiy muhitda kechadi. Shuning uchun kerakli huquqiy sharoit yaratish katta ahamiyatga ega. Bu birinchi navbatda tadbirkorlik faoliyatini tartibga keltiruvchi farmonlar va tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay sharoit yaratib beruvchi qonunlarning mavjudligi, ya'ni korxonalarni ro'yxatdan o'tkazish jarayonining qisqa va oddiy bo'lishi; tadbirkorlikni davlat byurokratizmidan himoya qilish; soliq qonunchiligini takomillashtirish; O'zbekiston va chet el ishbilarmonlarining hamkorlik faoliyatini rivojlantirishdan iboratdir. Shu bilan birga bunga kichik tadbirkorlik ishlariga ko'maklashish hududiy markazlarini tashkillashtirish, statistika shakli va hisob-kitobini soddalashtirish kiradi. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy kafolati masalasi bilan bog'liq masalalarni hal etish ham muhim ahamiyat kasb etadi.

AQShning tadbirkorlik sohasida ko'p yillar mobaynida qo'llab kelayotgan qonunlar tizimi bunga misol bo'la oladi. Ulardan bir nechasiga e'tibor beraylik (1.2.1-jadval)[1].

Davlatning ishbilarmonlik faoliyatini tartibga solish kerakligini asoslab berar ekan, F. Kotler ushbu qonunlar paydo bo'lishining uch asosiy sababini ko'rsatib berdi:

— firmalarni bir-biridan himoya qilish zarurligi. «Tadbirkorlar bir ovozdan raqobatni maqtaydilar, lekin ularning manfaati raqobat bilan to'qnash kelganda uni bartaraf etishga harakat qiladilar».

Shundan kelib chiqib, «g'irrom raqobat»ning oldini olish bo'yicha qonunlar paydo bo'ldi: nohaq amaliyotdan iste'molchilarni himoyalash zarurligi.

Shundan kelib chiqib, nazoratsiz qolib, sifatsiz tovar ishlab chiqarayotgan, reklamada yolg'on axborot berayotgan, o'rash va narx yordamida aldayotgan firmalarga qarshi qaratilgan qonunlar joriy etildi.

---

[1] Предпринимательство: Учебник для вузов. / Под ред. проф. В.Я. Горынкеля, проф Г.Б. Поляка, проф. В.А. Швандара. М.: Барки и биржи, ЮНИТИ, 2001. 18-б.

1.2.1-jadval

AQShda tadbirkorlik sohasida uzoq yillar mobaynida amal qilayotgan qonunlar tizimi

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

1.3. Kichik biznes va tadbirkorlik muhiti hamda unga ta'sir etuvchi omillar

Har qanday tadbirkorlik ma'lum bir hududda: mamlakat, viloyat, shahar yoki qishloq miqyosida olib boriladi. Tadbirkorlik faoliyatini samarali olib borish uchun ma'lum bir ishchi muhiti bo'lishi kerak. Bunday muhit ayrim hududlar miqyosida mujassamlanib, o'zida ishbilarmonlikni amalga oshirishni mujassamlantirgan. Umumiy holda tadbirkorlik muhiti asosan quyidagi to'rt omil: huquqiy, siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy omillarning o'zaro bog'liqligi natijasida amalga oshiriladi.

Ular ijobiy yoki rag'batlantirish ko'rinishida ham shakllanishi mumkin. Ushbu holda mamlakat yoki mintaqadagi mavjud shart-sharoitlar tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun mos bo'ladi. Chunki, bunday muhit tadbirkorga amalga oshirayotgan ishlarining natijalari qanday bo'lishini oldindan ko'ra bilishiga keng imkoniyat tug'diradi. Tadbirkorning o'z ishi natijalarini oldindan ko'ra bilishi tavakkallik tushunchasiga teskari holda ifoda etiladi. Agar tadbirkor ma'lum bir muhitda tavakkalchilik asosida faoliyat yuritayotgan bo'lsa, u holda u o'zgaruvchanlik, beqarorlik, tavakkalchilik bilan tavsiflanadi.

Bunday muhit yuqorida keltirilgan ijobiy muhitga to'g'ri kelmaydi. Amalda ko'p hollarda tadbirkorlik muhitining ma'lum bir omili tadbirkorning ish natijalariga asosiy ta'sir ko'rsatadi, deb bo'lmaydi. Chunki tadbirkorni ko'proq tadbirkorlik muhitini belgilovchi omillarning o'zaro bog'liqligi qiziqtiradi.

Yuqorida ta'kidlab o'tilgan omillardan huquqiy omillar asosiy omil hisoblanadi, chunki tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun tadbirkorlik muhitida amalga oshirilishi mumkin bo'lgan o'yinlar qoidasini ko'rsatib beradi. O'yinlar qoidasi tushunchasi ruxsat etilgan va amalga oshirilayotgan ish (harakat)larni o'z ichiga oladi. Ruxsat etilgan ish (harakat)larga nisbatan o'yin qoidalari turli shaklda namoyon bo'ladi. O'yin qoidalari «nima qilish mumkin-u nima qilish mumkin emas» tamoyili asosida ishlab chiqilishi mumkin.

Bu qoidalarda tadbirkorlik faoliyatini olib borish yo'lidagi barcha chegara yoki cheklovlar yaqqol ko'rsatib berilishi kerak. Umuman, huquqiy omil tadbirkorlik faoliyatini yuritish yo'lidagi barcha qonunlar (soliq, er, mehnat munosabatlari) va yo'riqnomalar majmui bo'lib, tadbirkorlik faoliyatini tartibga soladi hamda tadbirkorning iqtisodiy jarayondagi boshqa subyektlar bilan munosabatini mujassamlantiradi.

Huquqiy bazaning to'liq yoki bir me'yorda yuritilmasligi tadbirkorlik faolligi darajasiga katta salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasida amaliyotda tatbiq etilayotgan iqtisodiy islohotlarning asosini tashkil etayotgan bir butun huquqiy baza mavjuddir.

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

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

Har bir mamlakatda tadbirkorlikning rivojlanishiga undagi siyosiy tizimning barqarorligi katta ta'sir ko'rsatadi. Agar siyosiy tizim barqaror bo'lmasa, tadbirkorlar katta investisiyalarni jalb etmasdan yuqori darajadagi foyda olish maqsadida kichik muddatga mo'ljallangan turli operatsiyalarni amalga oshirishga harakat qiladilar. Siyosiy ahvolning barqarorligi tadbirkorga o'z faoliyatini strategik jihatdan loyihalashtirish, ya'ni uzoq muddatga mo'ljallangan ishlarni amalga oshirish imkonini beradi.

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

— jamiyatda mafkuraning holati;

— milliy urf-odatlar;

— millatning madaniy va maishiy odatlari;

— atrofdagi kishilarning tadbirkor va tadbirkorlik faoliyatiga munosabati;

— davlatning tadbirkor va tadbirkorlik faoliyatiga munosabati.

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

Tadbirkorlikni davlat tomonidan ma'lum bir shart-sharoitlar yaratilgandagina amalga oshirish mumkin. Uning tarkib topishi avvalambor jamiyatdagi ma'lum bir vaziyatning vujudga kelishi bilan bog'liq bo'lib, undagi siyosiy va iqtisodiy vaziyat tadbirkorlik faoliyatini tarkib toptirishga yo'naltirilgan bo'ladi. Shuning uchun ham O'zbekiston Respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash bo'yicha Prezidentimiz I.A. Karimov tashabbusi bilan zarur qonunlar, qarorlar, farmonlar va shu kabi huquqiy-me'yoriy hujjatlar qabul qilingan bo'lib, ular hayotga tatbiq etilmoqda. Shu bilan birga tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirish maqsadida ikkita fond: tadbirkorlikni rivojlantirish, kichik biznesni rivojlantirishga ko'maklashish fondlari tashkil etilgan.

Tadbirkorlik faoliyatining kelajagi tadbirkorlik muhiti bilan belgilanadi, u esa jamiyatdagi ijtimoiy-i qtisodiy vaziyatni aks ettiradi. Ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatga iqtisodiy mustaqillik, tadbirkorlar sinfi, iqtisodiy aloqalarda bozorning ustuvorligi, tadbirkorlik kapitalini mujassamlantirish sharoitining mavjudligi va zarur resurslardan foydalanish kiradi.

Tadbirkorlikning ijtimoiy mustaqillik darajasi bozorda vujudga kelayotgan mustaqil korxona va tashkilotlar soni bilan tavsiflanadi. Tadbirkorlik muhitini shakllantirish boshqariladigan jarayondir. Lekin boshqarish usullari ma'muriy yoki direktiv ko'rinishda bo'lishi mumkin emas. Ularning asosiy tadbirkorlik faoliyati subyektlariga ta'sir etiladigan choralardan emas, balki shunday subyektlarning tarkib topishi yo'lida qulay shart-sharoitlarni yaratishdan iborat bo'lishi kerak.

Tadbirkorlik muhitini tarkib toptirish ko'p jihatli jarayon bo'lib, u o'z ichiga quyidagilarni qamrab oladi:

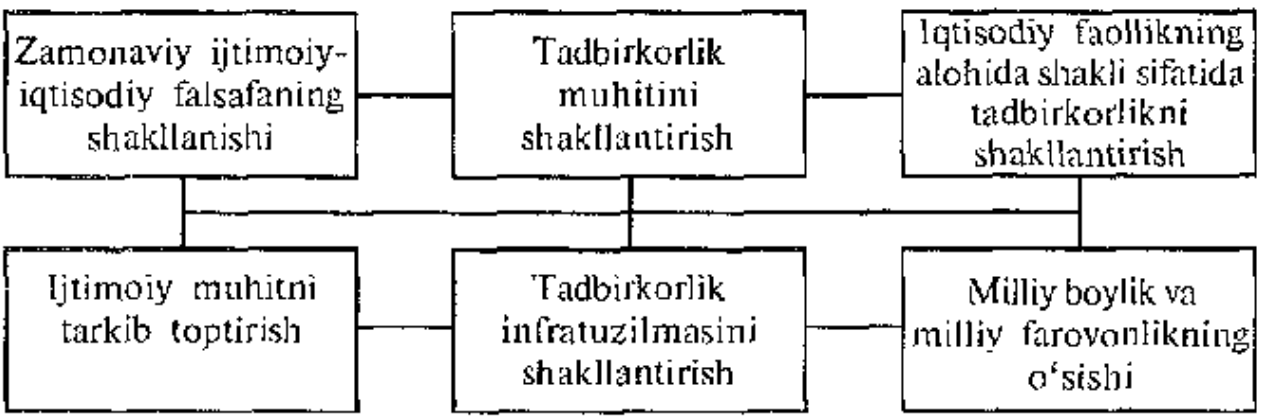
— ijtimoiy, iqtisodiy va ijtimoiy-iqtisodiy falsafa hamda jamiyat a'zolari psixologiyasining ular bilan bog'liq bo'lgan o'zgarishi;

— tadbirkorlikni rag'batlantiruvchi milliy dastur qabul qilinishi.

Tadbirkorlikni rivojlantirishning asosiy maqsadi mamlakat iqtisodiy o'sishining qo'shimcha manbai sifatida ijtimoiy muammolarni bartaraf etishda katta rol o'ynaydi, bandlik muammolarini hal etish, milliy boylikni o'stirish va millatning farovonligi uchun xizmat qiladi. (1.3.1-rasm.)

Hozirgi sharoitlarda tadbirkorlik muhitini tarkib toptirish nafaqat milliy, balki xalqaro muammolardan hisoblanadi. Mavjud mamlakatlararo guruhlarda, masalan, Evropa Ittifoqi miqyosida yagona tadbirkorlik muhiti vujudga kelmoqda. Bu tadbirkorlik faoliyatini yuritish Evropa jamiyatiga kiruvchi barcha mamlakatlarda bir-biriga o'xshab ketadi.

Biznesni samarali yuritish unga tashqi muhitdan aralashishni yoqtirmaydi. Biznesni yuritishda tashqaridan ozgina aralashuv



1.3.1-rasm. **Tadbirkorlik muhitining shakllanishi.**

bo‘lsa, uning emirilishiga olib kelmasa ham tadbirkorlik tarkiblarining faoliyat yuritishiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi. Shuning uchun ham davlat iqtisodiyot uchun zarur barcha shart-sharoitlarni yaratishi va tadbirkorlar uchun ko‘proq erkinlik berishi kerak. Shunga asoslangan holda ish olib borayotgan O‘zbekiston jahon iqtisodiyoti da munosib o‘rnini topmoqda.

Shularni nazarda tutgan holda, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimov shunday deb ta’kidlaydi: «Erkin tadbirkorlik uchun iqtisodiy va huquqiy shart-sharoit yaratish zarur. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni keng rivojlantirish uchun hamma yo‘lni ochib berish kerak. Ularning xomashyo resurslaridan foydalanishlariga keng yo‘l ochib berish, ular ishlab chiqarayotgan mahsulot mamlakatning o‘zida ham, uning tashqarisida ham sotiladigan bozorni kafolatlovchi tizimni barpo etish darkor»[1].

Yuqoridagilarni hisobga olib, tadbirkorlik muhitini yaratish bilan bog‘liq omillar guruhlarga ajratilgan va shu asosda uning shakllanish va rivojlanish mexanizmi ning tashkiliy-iqtisodiy modeli yaratilgan. Tadbirkorlik muhitiga ta’sir etuvchi omillarni quyidagi guruhlarga bo‘lish mumkin:

— aniq bir mahsulotga iste’molchilarning to‘lov qobiliyati. Bunda bozordagi mavjud hakiqiy talab bilan kutilayotgan talab farqlanadi.

Agar, mahsulot (tovar) xususiyatlari bilan avvalgilaridan ajralib tursa, unga talab marketing usullari bilan aniqlanadi;

— tavakkalchilik va bozordagi xatarlarni o‘z zimmasiga olib, mulk javobgarligi asosida ish yurita oladigan tadbirkorlar. Ular o‘z mulki, bilim va sarmoyasidan samarali foydalana oluvchi yuqori malakali va ma’lum bozor vaziyatlariga moslasha olish qobiliyatiga ega bo‘lishlari kerak;

— sarmoyaga ega investorlar. Bunga jismoniy shaxslar yoki erkin sarmoyaga ega korxonalar, tashkilotlar hamda tadbirkorlar ham kiradi. Ular bir qancha toifani tashkil etadi: banklar, jamg‘ar-

[1] *I. A. Karimov.* O‘zbekiston XXI asrga intilmoqda. O‘zbekiston. — T.: 1999. — 12-bet.

malar, sug'urta kompaniyalari, davlat tashkilotlari, xorijiy investorlar va boshqalar;

— tadbirkorlik faoliyatini bir me'yorda olib borish imkonini beruvchi infratuzilmalar. Ular qatoriga moliya-kredit, audit, marketing, konsalting, axborot, sug'urta va shu kabi xizmatlar ko'rsatuvchi tashkilotlar kiradi;

— qaror qabul qilish tizimi. Bu tizim tarkibiga, avvalo, biznesning ishonchliligi va samarali bo'lishini baholash imkonini beruvchi mezonlar, usullar to'plami kiradi. Tadbirkor bu tizim orqali o'z ishi natijasini tekshirish imkoniga ega bo'lishi kerak.

Shu omillarning tizimli va o'zaro harakat qonuniyatlari tadbirkorlikni faollashtiradi va u xo'jalik mexanizmi orqali amalga oshiriladi. Natijada, ayrim hudud va tarmoqlarda yangi korxonalar, ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish va boshqa tadbirkorlik obyektlari vujudga keladi. Bunday faoliyatlar tadbirkorning bilimi, sarmoyalar, bozor talabi, davlat va boshqa tashkilotlarning o'zaro manfaatli harakati tufayli faollashadi va bozorga moslashadi.

Ishbilarmonlik muhitini tahlil qilish jarayonida tadbirkor har bir millatning an'analari, urf-odatlari, qanday oziq-ovqatlarni iste'mol qilishi va qanday buyumlarni kiyishini inobatga olishi maqsadga muvofiqdir. Bundan tashqari xalqning to'lov qobiliyatini bilish ham katta ahamiyat kasb etadi. Ushbu omil iste'mol tovarlari ishlab chiqarishni tashkil etishda katta rol o'ynaydi. Tadbirkor shu omilni har tomonlama tahlil qilishda o'z mamlakatidagi bozor vaziyatini hamda ushbu mahsulotni kelajakda eksport qilish mumkin bo'lgan qo'shni mamlakatlar bozorini ham ko'rib chiqishi kerak.

Har bir tadbirkor atrof- muhitga qo'shilib ketishi uchun ishni uning tahlilidan boshlashi lozim. Tadbirkorlik muhitini tahlil qilishda tadbirkor ma'lum bir chegarada kasbiy faoliyat yuritish uchun qanday iqtisodiy manfaatni amalga oshirishi mumkinligini belgilab olishi kerak. Iqtisodiy manfaatni amalga oshirish, avvalambor tadbirkorning o'z ishini tashkil qilish darajasiga bog'liq bo'ladi. O'z ishini tashkil qilish esa tadbirkorning ma'lum ishbilarmonlik muhitiga mustaqil kirishi bilan belgilanadi.

Tadbirkor ma'lum tadbirkorlik muhitiga kirishar ekan, diqqat-e'tiborini faqat o'z g'oyalarini amalga oshirishga emas, balki qanday qilib investorlarning mablag'larini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etishga ham qaratishi kerak. Tadbirkorning o'z ishini tashkil qilishidagi asosiy vazifa, avvalo, o'z g'oyalarini ma'lum bir muhitga tatbiq etish uchun zarur birlamchi kapitalni barpo etishdan iboratdir.

Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish uchun ishlab chiqarish jarayonining mavjudligi talab qilinadi. Tadbirkor ishbilarmonlik g'oya va maqsadlariga to'g'ri keladigan hamda jalb etilgan kapitalning hajmidan kelib chiqqan holda yangi ishlab chiqarish tarkibini shakllantiradi. Agar tadbirkor o'z g'oyasining tashabbuskori va investori sifatida ishtirok etayotgan bo'lsa, faoliyatining tashkiliy-huquqiy shaklini, korxona uchun qo'shayotgan o'z hissasini oldindan belgilab olishi kerak. Shunday qilib, tadbirkorning o'z ishini tashkil qilish tamoyili jamiyat uchun yangi ishlab chiqarish tarkibini shakllantirish va unda o'zining qay darajada ishtirok etishini belgilab olishdan iboratdir.

O'z ishini to'g'ri tashkil qilish tadbirkorlikning asosiy omillaridan hisoblanadi. Shuning uchun ham tadbirkor bu fenomenni hosil qiluvchi barcha qismlarni har tomonlama e'tiborga olishi kerak. Tadbirkor faoliyatining bu jihatlarini o'rganishda uning faoliyati jarayonini kuzatish alohida ahamiyat kasb etadi. Bunda tadbirkorning asosiy harakatlari ketma-ketligi quyidagicha bo'lishi mumkin:

— birinchidan, biznes g'oyasini ishlab chiqish;

— ikkinchidan, ishbilarmonlik muhitini chuqur o'rganib chiqish;

— uchinchidan, tadbirkorning iqtisodiy manfaati bilan biznes g'oyasining o'zaro to'g'ri kelishi, tadbirkorlik g'oyasi bilan tadbirkorlik muhitining o'zaro muvofiqligi;

— to'rtinchidan, g'oyani amalga oshirish uchun zarur kapital hajmini belgilab olish;

— beshinchidan, biznes g'oyani amalga oshirish uchun zarur korxona yoki tashkilotni tarkib toptirish.

Har bir tadbirkorlik faoliyatining asosini ma'lum bir g'oya tashkil etadi. Bu g'oyalar oddiyligi bilan ajralib turadi: kimdir

tovarni yangicha jildlash g'oyasini beradi, bozorda mavjud tovarga yangiliklar kiritadi va shu asosida unga talab darajasini oshirishga harakat qiladi va hokazo.

Ishbilarmonlik g'oyasi ko'pincha o'z professional faoliyatida mustaqillikka erishish va qo'shimcha foyda olish ishtiyoqida bo'lgan kishilarda paydo bo'ladi. Buning uchun kishi iqtisodiy jarayonlarni har tomonlama tahlil qilib, undagi mavjud etishmovchiliklarni aniqlab, unga o'z faoliyatini yo'naltirishi lozim.

Agar tadbirkorda o'z biznesini tashkil qilish yuzasidan biror-bir g'oya mavjud bo'lsa, u holda u ishbilarmonlik muhitini o'z g'oyasi va iqtisodiy manfaati bilan mutanosiblik darajasini tahlil qilishi kerak. Avvalo, tadbirkor ma'lum muhitda aniq g'oyani amalga oshirish shaklini belgilab olishi kerak. Bunday shakllarning turi juda xilma-xildir. Tadbirkorlik vazifalari yakka holda va guruh bo'lib amalga oshirilishi mumkin. Qanday shakllarni tanlash g'oyaga hamda tadbirkorlik muhitiga bog'liqdir.

Tadbirkorlik muhiti va g'oyasini har tomonlama tahlil qilish shu g'oyani amalga oshirish uchun zarur kapital miqdorini belgilab olishga yordam beradi. Bunda tadbirkor bank yoki biznes-fonddan kredit olishi uchun biznes-reja yoki texnik-iqtisodiy asosni (TIA) ishlab chiqishiga to'g'ri keladi.

Biznes-rejada tadbirkor ishbilarmonlik g'oyasiga tayangan holda tovar yoki xizmatlar ishlab chiqarish uchun zarur shart-sharoitlarni amalga oshirishning barcha xarajatlari qancha qiymatni tashkil etishini aks ettiradi. Ushbu holda gap birlamchi kapital hajmini belgilash, tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish uchun jalb qilinishi lozim bo'lgan moliyaviy resurslarni aniqlash haqida ketmoqda.

Tadbirkorlik g'oyasini ma'lum bir muhitda amalga oshirish mumkinligi aniqlanib, ishni tashkil etish bo'yicha zarur moliyaviy mablag'larni olish manbai tanlangandan keyin tadbirkor o'z faoliyatini uch yo'nalishga qaratmog'i lozim. Ya'ni:

Birinchi yo'nalish ishlab chiqarish jarayonlari va tadbirkorlik tarkiblarini boshqarish. Tadbirkorlik faoliyatining ushbu yo'nalishi menejment tamoyillarining turi sifatida mustaqil rivojlanadi. Tadbirkor menejmentning asosiy tamoyillarini yaxshi o'zlashtirgan bo'lishi va zamonaviy menejer bo'lmog'i lozim.

Ishlab chiqarishni boshqarish tadbirkorning boshqa yo'nalishlaridan ajratilgan holda olib borilishi mumkin emas: u ishlab chiqarishni faqat iste'molchilar uchun tashkil etadi. Shuning uchun ham tadbirkor faoliyatining **ikkinchi yo'nalishi** bozorni har tomonlama o'rganishdir. Bozorda bo'layotgan jarayonlarni tahlil qilmay, tadbirkorlik faoliyatini samarali olib borish mushkul.

Sheriklar bilan bo'ladigan aloqalarni yaxshi yo'lga qo'yish tadbirkorlik faoliyatining **uchinchi yo'nalishidir**. Bunda tadbirkorlikni yanada rivojlantirish yo'lida sheriklik munosabatlarini yangi bosqichga ko'tarish va eski munosabatlardan voz kechish maqsadga muvofiqdir.

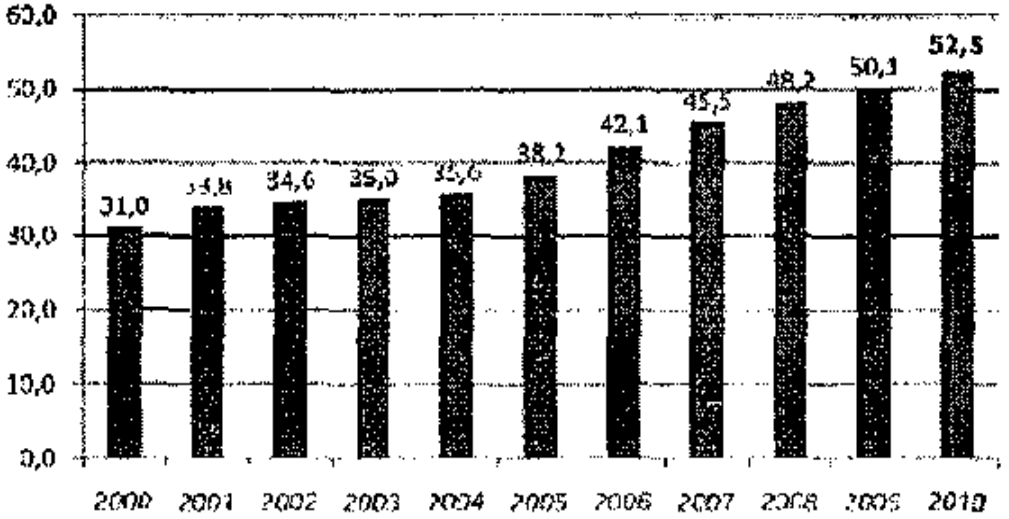
Yuqorida zikr etilgan ilmiy asoslar, tamoyillar O'zbekistonda tadbirkorlik, uning kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish bilan bog'liq jarayonlarni tizimli tahlil qilish, basho-ratlash hamda qaror qabul qilishga asos bo'ladi.

1.4. Kichik biznes va tadbirkorlikning iqtisodiyotda tutgan o'rni

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

Amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida kichik biznes subyektlari yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 2010-yilda 52,5 foizga erishildi. Holbuki, 2000-yilda bu ko'rsatkich 31 foizni tashkil etgan edi. Bunday natija birinchi navbatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik davlat tomonidan doimiy qo'llab-quvvatlanayotgani samarasidir (1.4.1-rasm).

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining kengayishi iqtisodiyotning boshqa soha va tarmoqlari ishlab chiqarish hajmidagi salmog'ining oshishi orqali ham namoyon bo'ldi. Xususan, mazkur



1.4.1-rasm. **Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning YaIMdagi ulushi, foizda.**

sohaning sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishdagi ulushi 2009 yildagi 16,9 foizdan 2010 yilda 19,6 foizga, qishloq xo'jaligida tegishli ravishda 97,8 dan 97,9 foizga, asosiy kapitalga investisiyalar hajmida 23,1 dan 30,8 foizga, pullik xizmat ko'rsatish hajmida 48,5 foizdan 49,7 foizga oshdi, eksport hajmida 14,6 dan 13,6 foizga kamaydi (1.4.1-jadval).

1.4.1-jadval

O'zbekistonda kichik biznesning iqtisodiyot asosiy tarmoqlarida ishlab chiqarilgan mahsulot (ish, xizmat)lar hajmidagi ulushi, foizda

Ko'rsatkichlar	2008-yil	2009-yil	2010-yil
Sanoat	13,9	16,9	19,4
Qishloq xo'jaligi	97,8	97,9	97,9
Qurilish	48,3	41,6	52,3
Savdo	48,1	46,5	50,5
Asosiy kapitalgainvestisiya	23,1	23,7	30,8
Pullik xizmat	48,5	48,7	49,7
Eksport	12,4	14,6	13,6
Import	35,7	42,5	36,6

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining viloyatlar kesimida soha va tarmoqlar ishlab chiqarish hajmidagi salmog'ini tahlil qilish natijalari shuni ko'rsatmoqdaki, mazkur sohaning viloyatlar kesimida notekis rivoj topayotganini ko'rishimiz mumkin (1.4.2-jadval).

1.4.2-jadval

2010-yilda hududlar kesimida iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha kichik tadbirkorlik (biznes)ning ulushi
(umumiy hajmga nisbatan foiz hisobida)

	Yalpi ichki mahsulot	Sanoat mahsuloti	Qurilish ishlari	Chakana savdo aylanmasi	Aholiga pullik xizmat ko'rsatish
O'zbekiston Respublikasi	52,5	19,6	52,3	50,5	47,7
Qoraqalpog'iston Respublikasi	63,6	23,0	64,8	45,1	44,2
viloyatlar:					
Andijon	54,7	8,4	94,0	50,9	61,5
Buxoro	64,1	17,9	53,4	48,2	65,5
Jizzax	77,3	34,8	92,6	51,9	46,8
Qashqadaryo	55,0	24,8	65,8	44,3	77,9
Navoiy	34,4	3,4	52,3	49,0	53,7
Namangan	76,0	33,9	85,5	50,5	63,9
Samarqand	73,6	38,6	86,2	62,3	61,3
Surxondaryo	71,7	16,4	79,0	41,2	63,0
Sirdaryo	77,4	34,2	80,6	59,8	53,8
Toshkent	54,7	17,3	61,0	43,2	52,4
Farg'ona	59,5	12,5	78,4	48,5	59,4
Xorazm	71,8	30,0	83,3	49,3	64,7
Toshkent sh.	49,9	39,0	45,8	55,2	32,3

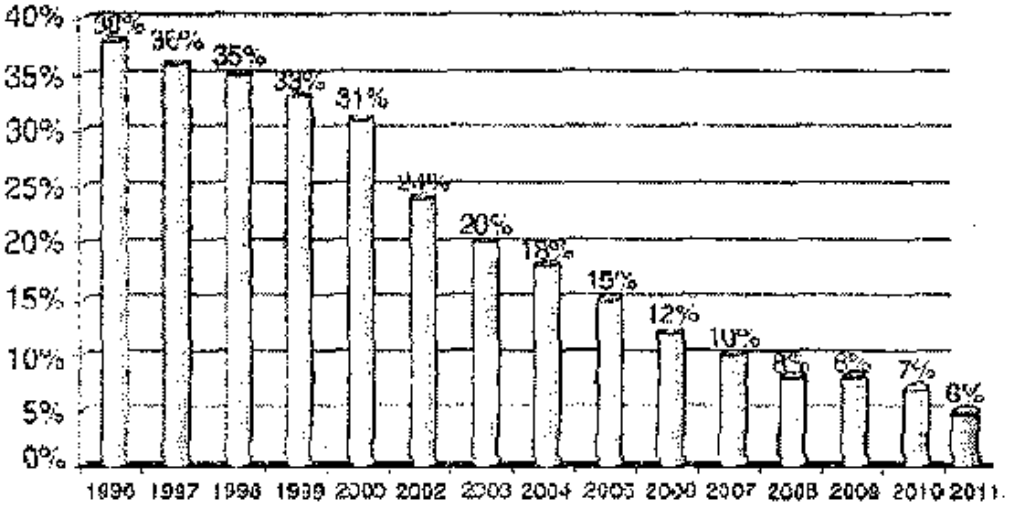
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmida xususiy sektorning ulushi ham ortib bormoqda (1.4.3-jadval).

1.4.3-jadval

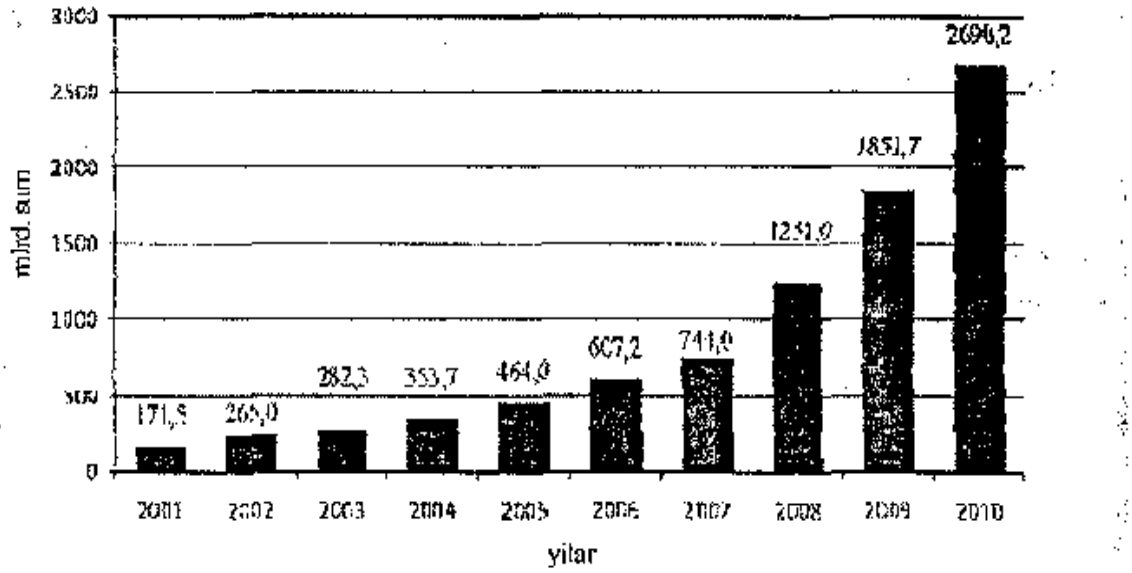
2010-yilda kichik tadbirkorlik subyektlari mahsuloti (ishlar, xizmatlar) hajmidagi xususiy tadbirkorlikning (fuqarolar mulki) ulushi

	Kichik tadbirkorlik subyektlari mahsuloti (ish, xizmat) hajmi, mrd.so'm	Kichik tadbirkorlik subyektlari mahsuloti (ish, xizmat) hajmida xususiy sektor ulushi, % hisobida
Sanoat	6568,8	33,2
Qishloq xo'jaligi	15478,7	100,0
Qurilish	4278,5	71,6
Chakanasavdo	10820,9	73,8
Pullikxizmatlar	3776,3	91,7
Yuk tashish, mln.tn	424,9	79,0
Yo'lovchi tashish, mln.kishi	4683,5	92,9
Eksport, mln.AQSh doll.	1774,3	5,2
Import, mln.AQSh doll.	3223,7	16,8

Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning bu qadar jadal rivojlanishida, avvalo mazkur soha uchun belgilanayotgan soliq imtiyozlari etarli darajadagi rag'batlantiruvchi rol o'ynayotganligi hisoblanadi (1.4.2-rasm).



1.4.2-rasm. **Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun belgilangan soliq stavkalari.**



1.4.3-rasm. **Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash uchun ajratilgan kreditlar miqdori.**

Jumladan, bu borada 2011-yilda kichik sanoat korxonalari uchun yagona soliq to'lovi 7 dan 6 foizga pasaytirildi, yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun esa qayd etilgan soliq miqdori o'rtacha 1,3 barobar kamaytirildi.

Yuqoridagi ma'lumotlardan ko'rinadiki, 1996-2010-yillar mobaynida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik uchun belgilangan soliq stavkalari 38 dan 7 foizgacha, ya'ni 5,4 marta qisqargan.

Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini moliyaviy jihatdan qo'llab-quvvatlash tadbirlari kuchaytirildi. Xususan, 2009-yil davomida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariga 1 trln. 850 mlrd. so'mdan ortiq kreditlar ajratildi (1.4.3-rasm).

Bugungi kunda mamlakatimiz kichik biznes sohasiga o'ndan ortiq turdagi 8 mingga yaqin infratuzilma muassasalari xizmat ko'rsatib, faoliyat uchun zarur shart-sharoitlarni yaratib bermoqda. Buning natijasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining mamlakatimizda yangi ish o'rinlarini tashkil etish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatidagi natijalari salmoqli bo'lib bormoqda (1.4.4-jadval).

Jadvaldan ko'rinadiki, mamlakatimizda 2009-yilda yaratilgan jami 940,5 mingdan ortiq yangi ish o'rinlarining 391,8 mingtasi

1.4.4-jadval

Kichik biznes subyektlariga xizmat ko‘rsatuvchi infratuzilmalar soni (2010-yil 1 yanvar holatiga)

Infratuzilma obyekti nomi	Soni
Tijorat banklari filiallari	1042
Minibanklar	2318
Axborot-maslahat markazlari	262
Konsalting markazlari	327
Auditor firmalari	113
O‘quv markazlari	917
Baholash kompaniyalari	138
Tovar xomashyo birjasining savdo maydonchalari	204
Mikrokredit tashkilotlari	32
Kredit uyushmalari	103
Biznes-inkubatorlar	34
Sug‘urtatashkilotlari	32
Brokerlik idoralari	1424

(41,7 foizi) kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasiga to‘g‘ri kelmoqda. Bu o‘tgan yildagiga nisbatan 4,7 foizga ko‘proq demakdir. Jami yangi ish o‘rinlarining deyarli 21 foizi turli shakllardagi uy mehnatini yo‘lga qo‘yish, 7,5 foizi yangi obyektlarni ishga tushirish, mavjud ishlab chiqarishlarni qayta qurish va kengaytirish, deyarli 30 foizi ish joylarini ko‘paytirishning qo‘shimcha chora-tadbirlarini amalga oshirish hisobiga tashkil etilgan. Natijada kichik tadbirkorlikda band bo‘lganlarning jami iqtisodiyotdagi band bo‘lganlarga nisbatan ulushi 2008-yilda 73,1 foizni tashkil etgan bo‘lsa, 2009-yilga kelib, 74,2 foizga etdi.

2011-yil 1 yanvariga ro‘yxatga olingan kichik korxona va mikrofirmalar soni (fermer ho‘jaliklarisiz) 231717 tani tashkil etmoqda. 2010-yilning o‘zida 35050 ta kichik korxona va mikrofirmalar tashkil etilgan bo‘lsa, shu yili turli sabablarga ko‘ra 23187 ta kichik korxona va mikrofirmalar tugatilgan (1.4.5-jadval).

1.4.5-jadval

Kichik korxonalar va mikrofirmalar soni
(fermer xo'jaliklarisiz)

	2011-yil 1 yan-variga ro'yxatga olingan	2010-yil yanvar-dekabrida	
		Tashkil topdi	Tugatildi
O'zbekiston Respublikasi	**231717**	**35050**	**23187**
Qoraqalpog'iston Respublikasi	10172	2047	1518
viloyatlar:			
Andijon	19281	2517	1430
Buxoro	14008	2264	3338
Jizzax	6728	1405	598
Qashqadaryo	44439	4147	3143
Navoiy	6179	899	756
Namangan	13225	2112	832
Samarqand	14865	2076	1634
Surxondaryo	11457	1776	1897
Sirdaryo	6074	1309	530
Toshkent	18210	2943	1011
Farg'ona	19162	2899	1477
Xorazm	11781	1823	840
Toshkent sh.	36136	6833	4183

Amalga oshirilgan tahlil natijalari shuni ko'rsatmoqdaki, jahon moliyaviy-i qtisodiy inqirozi sharoitida mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini jadal rivojlantirish, iqtisodiy o'sishni ta'minlash, yangi ish o'rinlarini tashkil etish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatida amal qilmoqda.

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

O‘zbekistonda ijtimoiy yo‘naltirilgan bozor iqtisodiyotini barpo etishning asosiy maqsadlaridan biri mamlakatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik shakllarini ustuvor rivojlantirishdan iborat. Bu maqsadni amalga oshirish uchun iqtisodiy islohotlar o‘tkazilmoqda, uning rolini oshirish uchun yirik institusional asoslar yaratilmoqda. Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va uni kafolatlovchi huquqiy-me’yoriy hujjatlar, tadbirkorlarga ko‘maklashuvchi nodavlat tashkilotlar, korxonalar shular jumlasiga kiradi. O‘zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari majmuini tashkil etish muvaffaqiyatli bormoqda.

Kichik biznes faoliyati bilan shug‘ullanuvchi korxonalar davlatga bog‘liq bo‘lmagan holda, ya’ni katta kapital mablag‘larsiz o‘zlari ish joylarini joriy etishlari, hozirgi davrda bizda vaqtinchalik mavjud tovarlar tanqisligini kamaytirishlari va, hattoki, bu tanqislikni butunlay yo‘qotishlari mumkin. Kichik korxonalar texnologiya yangiliklarini joriy etishda ham g‘oyat katta ahamiyatga ega.

Respublikamizda kichik korxonalar soni va ular ishlab chiqargan mahsulotlar hajmi yildan-yilga oshib bormoqda. Kichik korxonalar O‘zbekiston Respublikasining «Korxonalar to‘g‘risida», «Mulk to‘g‘risida», «Erkin tadbirkorlik faoliyati kafolatlari to‘g‘risida»gi kabi qonunlari, Prezident farmonlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari va boshqa me’yoriy hujjatlar asosida tashkil etilmoqda.

Kichik korxonalar fan-texnika taraqqiyoti sharoitida sanoatning etakchi sohalarini yangi texnologiyalarga o‘tishda tobora o‘z o‘rnini topib bormoqda. Ular yangi fikrlar va ishlab chiqarishni takomillashtirish, yangi axborot texnologiyalarini joriy etish bilan ish jarayonini ta’minlovchi tizimning asosiy bog‘lovchilik sifatini namoyon etmoqda.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasining mamlakatimizni modernizatsiya qilish va yangilashning ishonchli tayanchi

bo‘lgan mulkdorlar sinfini, ya’ni o‘rta sinfni shakllantirishdagi ulkan ahamiyatini hech narsa bilan qiyoslab bo‘lmaydi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo‘ljallangan eng muhim ustuvor yo‘nalishlarga bag‘ishlangan O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisida 2011-yilda kichik biznesning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 54 foizga etkazish vazifasi qo‘yildi[1].

2011-yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlari sifatida quyidagilar belgilab olindi:

Birinchidan, mamlakatimizning barcha mintaqalarida biznesni rivojlantirish uchun yanada qulay ishchan muhit yaratish, tadbirkorlik, kichik va xususiy biznesga yanada keng erkinlik berish, byurokratik to‘siq va g‘ovlarni bartaraf etish bo‘yicha zarur chora-tadbirlarni amalga oshirish lozim.

Shu munosabat bilan tadbirkorlik faoliyati muhitining qanday holatda ekani, buning uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish va bu faoliyatning amaldagi rivojlanish sur’atlari barcha darajadagi hokimliklar faoliyatini baholashning asosiy mezoniga aylanishi darkor.

Bosh prokuratura kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy-xo‘jalik faoliyatiga har qanday noqonuniy aralashuvni iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish bo‘yicha davlat siyosatiga qarshi qaratilgan harakat sifatida ko‘rib chiqish va huquqbuzarlarga nisbatan qonunchilikka muvofiq javobgarlik normalarini qo‘llashni amalga oshirishi lozim.

Ikkinchidan, Vazirlar Mahkamasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatini tartibga soladigan qonun hujjatlarini tanqidiy tahlil qilish vazifasini amalga oshirishi zarur.

---

[1] *I. A. Karimov.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo‘ljallangan eng muhim ustuvor yo‘nalishlarga bag‘ishlangan O‘zekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma’ruzasi. // Xalq so‘zi, 2011-yil 22 yanvar.

Eskirgan, sun'iy ravishda o'ylab chiqarilgan va ko'pincha hech kimga keragi bo'lmagan cheklov va taqiqlarni bartaraf etish, davlat va nazorat organlarining kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining moliya-xo'jalik faoliyatiga aralashuvini yanada keskin kamaytirish darkor.

Uchinchidan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning kreditlar, xomashyo resurslari, shuningdek, davlat xaridlari tizimidan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish zarur.

2011-yilda Moliya vazirligi va Iqtisodiyot vazirligi tomonidan maxsus kvotalar ajratish orqali kichik biznesning davlat xaridlari tizimidan foydalanishini kengaytirish borasida alohida mexanizmni ishlab chiqish va amalda qo'llash, kichik biznes korxonalari tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarni xarid qilish, ko'rsatilayotgan ish va xizmatlarga doir davlat buyurtmalarini joylashtirish bo'yicha ochiq elektron tizimni bosqichma-bosqich joriy etish ko'zda tutilmoqda.

Markaziy bank tijorat banklari bilan birgalikda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariga kreditlar ajratish, birinchi navbatda, investisiya maqsadlari uchun uzoq muddatli kreditlar ajratish mexanizmlarini yanada takomillashtirish va ularning hajmini oshirish, boshlang'ich kapitalni shakllantirish, mikrokreditlar berish ko'lamini kengaytirish borasidagi ishlarni davom ettirishi lozim. 2011-yilda tijorat banklari tomonidan iqtisodiyotning ushbu sektoriga ajratiladigan kreditlar hajmini kamida 1,3 barobar ko'paytirish darkor.

O'zbekiston banklar assosiasiyasi tijorat banklari bilan hamkorlikda Investisiya loyihalari bo'yicha loyiha hujjatlari tayyorlashni moliyalashtirish jamg'armasini tashkil qilishi zarur. Bu esa kichik biznes subyektlarining biznes rejalarini tayyorlash sarf-xarajatlarini kamaytirish, ularning sifatini oshirish va kreditlar berish muddatlarini qisqartirish imkonini yaratadi.

To'rtinchidan, biz kichik biznesning eksport salohiyatini rivojlantirish uchun zarur tashkiliy, huquqiy, moliyaviy mexanizm va sharoitlarni tug'dirib berishimiz kerak.

Kichik korxonalar uchun tashqi savdo operatsiyalarini rasmiylashtirishdagi ortiqcha ichki proseduralarni bartaraf etish,

kichik biznes sohasi mahsulotlarini eksport qilish borasida qo'shimcha preferensiyalar berish zarur.

Ma'lumki, har qanday kichik korxona ham o'z mahsulotlari bilan tashqi bozorga mustaqil ravishda chiqa olmaydi. Chunki buning uchun katta sarf-xarajatlar kerak bo'ladi, xorijiy mamlakatlar bozorining holati va qonunchiligining o'ziga xos xususiyatlari haqida etarlicha axborot va bilimlarga ega bo'lish talab etiladi.

Tashqi iqtisodiy aloqalar, investisiyalar va savdo vazirligi «O'zstandart» agentligi va Savdo-sanoat palatasi bilan birgalikda kichik biznes korxonalariga tashqi bozorlarda o'z mahsulotlarini sotishga ko'maklashadigan, marketing o'tkazish, sertifikat va ruxsatnomalar olishni ta'minlaydigan mexanizmni yaratish uchun barcha zarur ishlarni amalga oshirishi darkor.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlaganidek: «Aholi bandligini ta'minlash va yangi ish o'rinlarini tashkil qilish muammosini hal etish 2011-yil va yaqin istiqbolda mamlakatimizni muvaffaqiyatli va barqaror rivojlantirishning alohida ustuvor yo'nalishi va hech mubolag'asiz eng muhim shartidir» .

2011-yilga mo'ljallab qabul qilingan va mamlakatimiz Parlamenti tomonidan ma'qullangan Respublika dasturida 950 mingdan ortiq yangi ish o'rnini asosan qishloq joylarda yaratish ko'zda tutilgan.

Bu ish joylarining 600 mingdan ziyodini yoki 60,2 foizini kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida yaratish mo'ljallanmoqda. 73 mingdan ortiq ish o'rni transport va muhandislik-kommunikasiya infratuzilmasini jadal rivojlantirish loyihalarini amalga oshirish natijasida tashkil etiladi. Kasanachilikni, avvalo, mehnat shartnomalari bo'yicha korxonalar bilan kooperatsiya asosidagi kasanachilikni, shuningdek, oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish bandlikni ta'minlashning muhim yo'nalishi bo'lib qoladi va bu qariyb 220 ming kishini (23,2 %) ish bilan ta'minlash imkonini beradi.

Fikrimizcha, hozirgi paytda ushbu soha nafaqat iqtisodiyotning o'sish sur'atlarini jadallashtirishda, balki, mamlakatimiz uchun nihoyatda muhim bo'lgan bandlik va aholi daromadlarini oshirish

masalalarini hal etishda ham etakchi o'rin tutmoqda. Bunga asosan huquqiy bazani mustahkamlash, iqtisodiyotning mazkur sektori uchun barqaror qulaylik, imtiyoz va kreditlar tizimini shakllantirish masalalariga jiddiy e'tibor berilayotgani tufayli erishilmoqda.

Respublikamiz iqtisodiyotida ahamiyati tobora oshib borayotgan kichik biznes subyektlari xo'jalik yuritishning shaxsiy manfaatdorlik, tashabbuskorlik va mulkiy javobgarlik tamoyillariga tayanib, mulkchilikning turli shakllari teng huquqlilik va sog'lom raqobat asosida rivojlanib borishiga asoslanadi. O'z mulkiga, etishtirgan mahsulotiga sohiblik hissiga, ihtiyoridagi mol-mulk, moliyaviy va moddiy resurslarni mustaqil tasarruf etishiga ko'ra, bozor iqtisodiyoti tamoyillariga to'la mos tushadi. Uning mamlakatda bandlik muammosini hal etish, mo'l-ko'lchilikni ta'minlash hamda iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishdagi imkoniyatlari esa juda katta. Shularni inobatga olib, O'zbekistonda bu sohaning rivojlanishiga alohida e'tibor berilmoqda. Fikrimizcha, bunda kichik tadbirkorlikning quyidagi o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqilmoqda:

— bozordagi talabga tez moslasha borib, sifatli mahsulot ishlab chiqarish qobiliyati;

— nisbatan qisqa muddatlarda aholi ehtiyoji uchun zarur bo'lgan tovar va xizmatlarga bo'lgan talabni qondira olishi;

— dastlabki sarmoyasi nisbatan kichikroq hajmda ekanligi;

— tez orada yangi ishchi o'rinlari barpo etish hamda bandlik muammosini hal etishga ko'maklashish imkoniyati;

— tegishli vazifalarni amalga oshirishda biznes egasi (tadbirkor)ning bevosita ishtiroki.

Keyingi yillarda mamlakatimizda kichik tadbirkorlikni rivojlantirish borasida bir qator ishlar amalga oshirildi: ulgurji va chakana savdo tizimi isloh qilindi; kichik tadbirkorlik korxonalariga infratuzilma bo'linmalari tomonidan xizmat ko'rsatishning samarali tizimi yaratilmoqda; kichik tadbirkorlik subyektlarining qonuniy huquqlari va manfaatlarini muhofaza qilish hamda tadbirkorlik erkinligini kafolatlash tizimi shakllanmoqda; tadbirkorlarni Davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishning engillashtirilgan va xabardor

qilish tartibi joriy etildi; birja savdolari orqali tadbirkorlarning moddiy-texnik resurslarni erkin sotib olishiga qulay shart-sharoit yaratildi; mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarning mahsulotlarini majburiy standartlashtirish va sertifikatlash jarayoni soddalashtirildi; soliq yukini pasaytirish va soddalashtirish choralari ko'rildi; statistika va soliq hisobotining qisqartirilgan shakli kiritildi; kichik tadbirkorlik subyektlarining tashqi iqtisodiy faoliyati erkinlashtirildi; ish boshlovchi tadbirkorlar uchun dastlabki sarmoyani shakllantirish va boshqa shakllardagi yangi moliyaviy qo'llab-quvvatlash tizimi joriy etildi va boshqalar.

Bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari mamlakatimiz iqtisodiyotining barcha jabhalarida, mashinasozlik mahsulotlari ishlab chiqarishda, xalq iste'moli mollarini, qishloq xo'jaligi va oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarishda hamda boshqa sohalarda faoliyat yuritmoqda. Kichik korxonalar ishlab chiqargan mahsulotlar davlat korxonalarida ishlab chiqarilgan mahsulotlardan sifati jihatidan qolishmasligi, hatto, ayrim hollarda ulardan yuqori turishi bilan ajralib turadi. Respublikamizdagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatining 60-70 foizi bevosita ishlab chiqarish bilan uzviy bog'liq, ular fermerlar, dehqonlar, sanoatchilar va qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlovchilar va hokazolardir.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28 iyulda qabul qilingan «Talim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida» gi PF-4232- son Farmoni «Barkamol avlod yili» Davlat dasturi doirasida belgilangan tadbirlarni, yani kasb-hunar kollejlari, akademik liseylar va oliy talim muassasalari bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga keng jalb etishni, o'z navbatida ularni ish bilan taminlagan kichik biznes subektlarini rag'batlantirishni ko'zda tutadi.

Mazkur Farmonga ko'ra kichik tadbirkorlik subektlari uchun imtiyoz va qulayliklardan foydalanish ko'lami kengaydi. Yani mikrofirmalar va kichik korxonalar kasb-hunar kollejlari, akademik liseylar va oliy talim muassasalari bitiruvchilarini tadbirkorlik

faoliyatiga keng jalb etishni, o‘z navbatida ularni ish bilan taminlagan taqdirda, qonunchilikda belgilangan imtiyoz va engilliklarni saqlab qolgan holda, o‘z xodimlari sonini belgilangan chegaraviy miqdordan 20 foizga oshirish imkoniyatiga ega bo‘ldilar.

Raqamlarga murojaat qiladigan bo‘lsak, 2010-yilning 1 iyul holatiga respublika bo‘yicha 425,5 mingta kichik biznes subektlari faoliyat yuritmoqda. Farmon bilan kiritilgan tartib asosida kelgusida mikrofirma va kichik korxonalar hamda ularda mehnat faoliyatini amalga oshiruvchi xodimlar soni o‘sib, o‘z navbatida, soliq imtiyozlaridan foydalanuvchilarning ham oshishiga olib keladi. Prezidentimiz tomonidan qabul qilingan Farmonning ijtimoiy va iqtisodiy ahamiyatiga etibor qaratadigan bo‘lsak, eng asosiysi, talim muassasalari, yani, kasb-hunar kollejlari, akademik liseylar va oliy talim muassasalari bitiruvchilarini bevosita o‘z tanlagan kasblari bo‘yicha ish o‘rinlari bilan taminlash hisobiga yoshlarni ish bilan bandligi va aholining bandlik darajasi taminlanadi.

Ikkinchidan, talim muassasalari tomonidan kadrlarni maqsadli tayyorlash tizimi takomillashadi, ularni tadbirkorlik subektlari bilan shartnomaviy munosabatlari mustahkamlanib, amaliy tajribaga ega bo‘lgan kadrlarni tayyorlash salohiyati kengayadi.

Uchinchidan, mikrofirmalar va kichik korxonalar bilim hamda malakga ega bo‘lgan yosh kadrlar bilan taminlanib, qo‘shimcha ish o‘rinlari tashkil etiladi. Natijada mahsulot ishlab chiqarish va hizmatlar ko‘rsatish hajmlari oshadi, kichik biznesni mamlakat yalpi ichki mahsuloti hajmidagi ulushi ortadi.

Shuningdek, mazkur farmon bilan mikrofirma va kichik korxonalar uchun yaratilgan imkoniyatlar tufayli ularning mahsulot (ish, xizmat) sotishdan tushgan tushumlari oshishi hisobiga soliqqa tortiladigan baza yanada kengayadi. Bu esa, o‘z navbatida davlat byudjeti va davlat maqsadli jamg‘armalariga tushadigan soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlar hajmi ko‘payishiga olib keladi.

Kichik korxonalar yirik kompaniyalarga nisbatan ular bozor sharoitiga tez moslashadi hamda ishlab chiqargan mahsulotlarini bozorda muvaffaqiyatli o‘tishini ta’minlashda bir qancha ustunliklarga ega. Chunki kichik korxonalar o‘z faoliyatini tor ishlab

chiqarish dasturlari, ilg'or texnologiya, kam turkumli ilm-fan talab qiladigan mahsulotlar ishlab chiqarishga tezda moslaydi hamda bozor asoslarini tez o'zlashtirib boradi.

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

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

Kichik biznes korxonalari faoliyatining tahlili ular qishloq xo'jaligi sohasida, ayniqsa jadal rivojlanayotganligini ko'rsatadi. 2009-yilda ular soni 100 mingdan oshib ketdi. Qishloq xo'jaligidagi ishlab chiqaruvchilarning asosiy hissasini fermer xo'jaliklari tashkil etadi, ularning soni 2000-yilga nisbatan 4 barobar oshdi. Bugungi kunda mamlakatimiz fermerlik xo'jaliklarida 1 milliondan ziyod kishi band bo'lib, 2010-yilgi paxta xomashyosining 99,4 foizi, g'allaning 81,5 foizdan ortig'i fermer xo'jaliklari tomonidan etishtirildi.

Respublikamizda kichik biznes korxonalari sonining izchillik bilan ortishi, iqtisodiyotning barcha sektorlarida, jumladan, transport, aloqa, sog'liqni saqlash va boshqa xizmat ko'rsatish tarmoqlarida ham kuzatilmoqda.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tashqi iqtisodiy faoliyat sohasi ham asta-sekin rivojlanmoqda. Uning umumiy eksport hajmidagi ulushi 2010-yilda 13,6 foizni tashkil etdi. Kichik biznes korxonalarining asosiy eksporti qishloq xo'jaligi, to'qimachilik, ishlov beruvchi, elektrotexnika ishlab chiqarish mahsulotlari hamda xalq amaliy san'ati buyumlaridir.

Yuqoridagi tahlillar shuni ko'rsatadiki, so'nggi yillarda O'zbekiston Respublikasida xususiy tadbirkorlik, kichik biznes faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalar iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida tashkil etilmoqda. Shu bilan kichik korxonalarning iqtisodiyotdagi o'rni va ahamiyati ortib bormoqda. Xususiy tadbirkorlik

va kichik biznesning milliy iqtisodiyotni rivojlantirishdagi ahamiyati quyidagilar bilan tavsiflanadi:

— xususiy tadbirkorlik bozor iqtisodiyoti sharoitida zarur tezkorlikni ta'minlab, ishlab chiqarishdagi chuqur ixtisoslashuv va tarmoqlashgan kooperatsiyani yaratadi, bularsiz yuksak samaradorlikni ta'minlab bo'lmaydi;

— bozor uchun zarur raqobatchilik muhitini yaratadi hamda o'zgarib turadigan bozor talabiga moslab tezda ishlab chiqarish turini o'zgartirib olish qobiliyatiga ega ekanligi bilan ajralib turadi;

— iste'molchilik sohasida yuzaga keladigan bo'shliqni tezda to'ldirishga qodir bo'lib, eng zamonaviy mashina uskunalari va texnologiyadan foydalanib sarflangan sarmoyaning o'rnini juda tez qoplay oladi.

Kichik biznes va xususiy tabdirkorlikning xususiyatlari (muomala kapitalining kichikligi, uning tez aylanuvchanligi, ishlab chiqarish vositalarini tezda almashtirish imkoniyatlari va b.) uning bir qancha afzalliklarga ega bo'lishi imkoniyatlarini yaratadi:

— izlanish, yangi mahsulotlarni maromiga etkazish va o'zlashtirish, ularni talabning tez o'zgarib turishi xatarini hisobga olgan holda kichik uyushmalarda ishlab chiqarish;

— tezkor texnik servisning ishonchliligi va iste'molchilar bilan mustahkam aloqalar o'rnatish;

— ishlab chiqarishni moslashuvchan tarzda tashkil etish va mahsulot sotishni bozor talablari hamda bozor vaziyatlari o'zgarishlariga muvofiq olib borish;

— ortiqcha ish kuchini o'ziga singdirish;

— boshqarishning oddiyligi, katta ma'muriy apparatning yo'qligi, qurilish va loyiha quvvatlarini o'zlashtirishda qisqa muddat, kapital sarflarining tez o'zini oqlashi, kapital aylanmasida yuqori tezlik;

— xomashyo va mehnat resurslari, ishlab chiqarish chiqindilaridan to'liqroq va samaraliroq foydalanish.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik hamda u bilan bog'liq barcha narsalar zamonaviy ijtimoiy ishlab chiqarish tashkiliy tuzilmasini muhim va tarkibiy qismini tashkil etadi. Shuning uchun

ham davlatimiz iqtisodiyotini rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka muhim o'rin ajratilib, ularga davlat tomonidan madad berilmoqda.

Xususiy tadbirkorlik va kichik biznes fan-texnika rivojini jadallashtirish, sanoatning ilg'or tarmoqlarida yangi texnologiyalarga o'tish sharoitida o'z o'rnini topib bormoqda. Bunday tadbirkorlik yangi axborot texnologiyalari, yangi g'oyalar va ishlab chiqarishni modernizatsiyalash bilan ishlashni ta'minlovchi butun tizimning ajralmas qismini tashkil etadi. Bundan tashqari, kichik korxonalar tavakkalchilik xavfi yuqori bo'lgan sharoitlarda ishlab chiqarishning ma'qul shakllaridan hisoblanadi.

Kichik korxonalar texnologiya yangiliklarini joriy etishda ham g'oyat katta ahamiyatga ega. Yangi texnologik g'oyalarni yirik korxonalarga nisbatan tezroq qabul qiladigan kichik biznesda xatar kamroq va katta turkumdagi ishlab chiqarishga nisbatan ishni tezroq yo'lga qo'yish mumkin. Bu esa bizning sharoitda fan-texnika taraqqiyotini rivojlantirishga yordam berishi mumkin.

Iqtisodiyotning umumiy taraqqiyotini ta'minlash, tovar va xizmatlar etishmovchiligini bartaraf etishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik katta o'rin tutadi. Mehnat resurslari tez o'sayotgan va ishlab chiqarish joylashuvidagi o'ziga xoslik sharoitlarida O'zbekistonda kichik korxonalar tizimini vujudga keltirish quyidagi imkoniyatlarni yaratadi:

— erkin mehnat resurslari, yangi xo'jalik munosabatlarining joriy etilishi, yangi mulkchilik shakllarining paydo bo'lishi natijasida ishlab chiqarishda bo'shatiladigan shaxslarning ijtimoiy ishlab chiqarishga ko'proq jalb etish, mulkchilikning yangi shakllari paydo bo'lishi;

— aholining, birinchi navbatda, yoshlarning moddiy, ma'naviy va kasb darajasini ko'tarish;

— aholining sust harakatchanligini hisobga olgan holda sanoat ishlab chiqarishini aholi yashaydigan joylarga yaqinlashtirish hamda aholining xalq iste'moli mollariga ehtiyojlarini to'laroq qondirish;

— milliy va badiiy hunarmandchilikni tiklash, shuningdek kichik va o'rta shaharlar, qishloq aholi punktlarini rivojlantirishga yordam

ko'rsatish, umuman, har bir mintaqa uchun g'oyat muhim iqtisodiyot samaradorligini oshirish.

Iqtisodiyotni rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ijobiy ahamiyatini e'tirof etgan holda, uning ahamiyatini ortiqcha baholab yuborish ham to'g'ri emas. Xususiy tadbirkorlik faqat muayyan doiradagina faollik ko'rsata oladi, shu sababli kichik biznes faoliyatini rivojlantirish uchun zarur sharoitni yaratish zarur. Buning uchun bizningcha, moliya jamg'armalarini tashkil etish kerak. Bu jamg'armalar tadbirkorlar tijorat banklarida imtiyozli kreditlar olish uchun kafil bo'lishlari, subsidiyalar, shu jumladan qaytarib berilmaydigan subsidiyalarga (iqtisodiyotning alohida ustuvor sohalaridagi korxonalarni rivojlantirish uchun) manba bo'lib xizmat qilishlari lozim.

O'zbekistonda kichik korxonalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash tizimining takomillashtirilishi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka xizmat ko'rsatadigan banklar, fondlar, investisiyalar va sug'urta tashkilotlari faoliyatlarini rag'batlantirish yo'nalishida olib borilishi lozim. Xorijiy mamlakatlardagi kabi O'zbekiston Respublikasida ham agar korxona ustuvor davlat dasturida (yangi texnikani yaratish, uzoq hududlarni rivojlantirish va boshqalar) qatnashayotgan bo'lsa, imtiyozli qarzlar olishi mumkin. Bunda foizning eng kam me'yori va qarzni uzishda uzoq muddat berilishi qarz berishdagi asosiy shartlar hisoblanadi .

Kichik korxonalar faoliyatiga oldindan ko'rib bo'lmaydigan xilma-xil xatarli vaziyatlar katta ta'sir ko'rsatadi, kon'yunkturaning keskin o'zgarib ketishi, mijozlarning to'lovga qodir bo'lmay qolishi, tabiiy ofatlar ularni tang ahvolga tushirib qo'yadi. Shu sababli rivojlangan mamlakatlarda sug'urtalar tizimi yaxshi yo'lga qo'yilgan. Mamlakatimizda ham sug'urtalar barpo etilishi zarur. Bu tizim kichik korxonalarni rivojlantirishda (ayniqsa, tijorat xatarlari katta bo'lgan sohalarda) qulay sharoitlarni kafolatlashi, shaxsiy yoki qarz olingan kapital bilan tavakkal qilib ish boshlagan tadbirkorlarga ishonch va zarur barqarorlikni yaratishi kerak.

Iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish respublikamizda o'tkazi-

layotgan iqtisodiy islohotlarning asosiy yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Bu esa iqtisodiy raqobatning rivojlanishi, iste'mol bozorini tovar va xizmat turlari bilan to'ldirish, shuningdek xususiy tadbirkorlar ning keng qatlamini yaratishni taqozo etadi. Bularni hisobga olib, bugungi kunda respublikada quyidagi masalalarni hal etish lozim:

— aholining keng tabaqalarini bozor faoliyatiga olib kirish, ulardagi boqimandachilik, iste'molchilik psixologiyasini bartaraf etish, aholida xususiy tadbirkorlik, kichik biznes faoliyati bilan faol shug'ullanish istagini uyg'otish;

— qishloq xo'jaligidagi iqtisodiy munosabatlarni tubdan yangilash, dehqon va fermer xo'jaliklar faoliyatini yanada rivojlantirish hamda ular sonini imkon qadar oshirish, hududlarda kichik korxonalar tashkil etish yo'li bilan vaqtincha ishsiz yurgan kishilarni qo'shimcha ish joylari bilan ta'minlash;

— mintaqada bozor munosabatlari va infratuzilmani jadallashtirish, iqtisodiy raqobatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish;

— respublika aholisining ortib borayotgan talab va ehtiyojlarini to'laroq qondirishga xizmat qiluvchi ijtimoiy va iqtisodiy sharoitlarni barpo etish;

— ko'rsatiladigan xizmatlar turi va miqyosini keskin oshirish, bank, auditorlik, konsalting hamda turli vositachilik faoliyatlarini hozirgi zamon fan va texnikasi yutuqlari asosida yuksak saviyada tashkil etishni ta'minlash;

— korxonalarni boshqarish samaradorligini oshirish, ularning iqtisodiy jihatdan mustaqil bo'lishlarini ta'minlash uchun shart-sharoitlar yaratib berish;

— joylarda ishlab chiqariladigan mahsulotlar turlari va hajmini bozor talablariga ko'ra osonlik bilan moslashtira oladigan iste'mol bozorini tovar bilan to'ldirib, eksport uchun mol chiqara oladigan kichik korxonalarni joriy etish.

Ma'lumki, respublikada mehnatga layoqatli aholining 65,3 foizi qishloqlarda yashaydi. Bu qishloq joylarda tadbirkorlikning rivoji uchun juda katta imkoniyatlar mavjudligini ko'rsatadi. Shu bilan

bir qatorda, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishida band bo'lgan ortiqcha ishchi kuchlarini xizmat ko'rsatish, qayta ishlash va shu kabi yo'nalishlarga qayta taqsimlash kerak. Qishloqda tadbirkorlik, uning kichik biznes shakllarini rivojlantirish bilan bog'liq turli boshqaruv pog'onalarida tashkiliy-iqtisodiy masalalarni hal etish ustuvor masalalar qatoriga kiradi.

Bu maqsadlarni amalga oshirish uchun mamlakatimiz miqyosida quyidagi masalalarni hal etish lozim:

— bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlash uchun raqobatbardosh kadrlar tayyorlash va ularning malakasini oshirish;

— hududlarda haqiqiy tadbirkorlik muhitini yaratish;

— kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini moliyaviy qo'llab-quvvatlash;

— kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini huquqiy bazasini mustahkamlash;

— kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini texnologik jihozlar bilan ta'minlashni qo'llab-quvvatlash;

— islohotlar natijalarini reklama va axborot xizmati vositalari orqali keng ommaga etkazish.

Tadbirkorlik faoliyati rivojlanishida soliq va savdo sohalaridagi davlat siyosati muhim rol o'ynaydi. Tadqiqotlarning ko'rsatishicha shu sohadagi cheklovlar kichik biznes rivojidagi ko'pgina muammolarning yuzaga kelishiga sabab bo'ladi. So'rov o'tkazilgan tadbirkorlarning 75 foizi moliya-kredit tizimini takomillashtirish, 52,5 foiz soliq va 69 foizi moddiy-texnika resurslari bilan savdo qilishni yaxshilash lozimligi to'g'risida fikr bildirganlar. Shuning uchun islohotlarning hozirgi bosqichida bu sohalarda tadbirkorlikka to'siq bo'layotgan omillarni tahlil qilish va ularni bozor talablari doirasida baholash muhim ahamiyatga ega.

Qisqa xulosalar

Tadbirkorlik deganda yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan mahsulot ishlab chiqarish (xizmatlar ko'rsatish) yo'li bilan tavakkal qilib, o'z mulkiy javobgarligi asosida amalga oshiriladigan tashabbuskorlik faoliyati tushuniladi.

Tadbirkorlikning shakllanishi va rivojlanishi uchun iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy va huquqiy shart-sharoitlar yaratilgan bo'lishi lozim.

Tadbirkorlik ijtimoiy munosabatlar namoyon bo'lishining shakllaridan biri sifatida faqat jamiyatning salohiyatini oshirishga ko'maklashib qolmay, balki har qanday insonning qobiliyati va mahoratini namoyon etish uchun qulay zamin yaratadi, milliy boyliklarning ko'paytirish va jahon integrasiyalashuvi jarayonida milliy ruhni saqlab qolishga yordam beradi. Shuning uchun tadbirkorlikni rivojlantirish va uning huquqiy bazasini mustahkamlashga davlat tomonidan katta e'tibor berilmoqda.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Tadbirkorlikning kelib chiqish tarixi va mohiyati to'g'risida gapirib bering.
2. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining rivojlanishi to'g'risida nimalar deya olasiz?
3. Kichik biznesni rivojlantirishning qanday afzalliklari mavjud?
4. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy asosini ta'minlovchi qanday qonunlarni bilasiz? Izohlang.
5. Tadbirkorlik muhitiga qanday omillar ta'sir etadi?
6. Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsad va vazifalari nimalardan iborat?
7. Mulkchilik shakllariga ko'ra korxonalarning necha turi mavjud?
8. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish yo'nalishlarini ko'rsatib bering.
9. Davlatning kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish borasida qanday siyosati amalga oshiriladi?

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011-yil 22 yanvar.

2. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir / I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2010. 80 b.

3. *Karimov I. A.* Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari / I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2009. 56 b.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28 iyuldagi «Talim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar«to'g'risidagi Farmoni. / Xalq so'zi. 2010-yil, 29 iyul.

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori. «Barkamol avlod yili» Davlat dasturi to'g'risida. 2010-yil 27 yanvar.

6. O'zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

7. *Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. O'quv qo'llanma. — T.: TDIU, 2010. - 267-b.

8. *G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik-mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185-b.

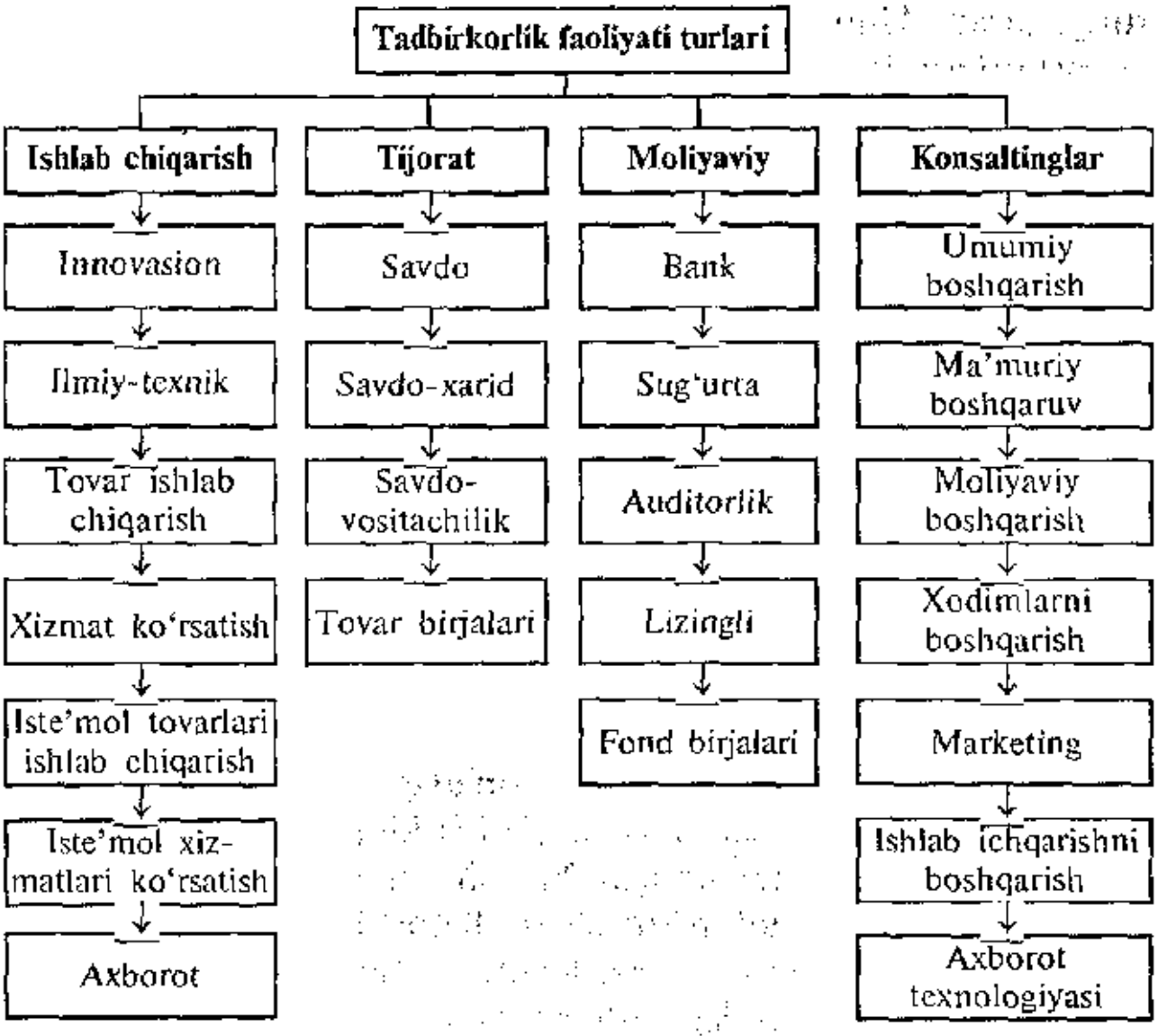
9. *Лапуста М. Г.* Малое предпринимателство: Учебник. — М.: INFRA-M, 2008.

II BOB KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI VA SHAKLLARI

2.1. Tadbirkorlik faoliyatining turlari

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

Qayd etilgan ushbu tadbirkorlik faoliyatining har bir turi kichik turlarga bo'linadi. Mavjud tadbirkorlik faoliyati turlarini quyidagicha ifoda etish mumkin (2.1.1-rasm).



2.1.1-rasm. **Tadbirkorlik faoliyati turlarining tarkibi.**

Ishlab chiqarish tadbirkorligi. Ishlab chiqarish tadbirkorligini tadbirkorlik faoliyatining asosiy turi desak xato bo'lmaydi. Zero, bunday tadbirkorlik faoliyati tufayli mahsulot, tovarlar ishlab chiqariladi, xizmat ko'rsatiladi, ma'lum ma'naviy qadriyatlar yuzaga keladi.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o'tishning dastlabki yillarida tijorat tadbirkorligi yaxshi rivojlandi. Tadbirkorlik faoliyatining bu turi tovar va xizmatlarni sotib olish hamda sotish jarayonlarini amalga oshirish bilan ta'riflanadi, chunki bu sohada qisqa vaqtda daromad olish mumkin. Agar ishlab chiqarish korxona samaradorligining 10-12 % ini tashkil etsa, tijorat faoliyati esa bu ko'rsatkichni yana 20-30 % ga oshiradi.

Moliyaviy tadbirkorlik tadbirkorlik sohasining alohida olingan turiga kiradi. Uning faoliyat sohasi qiymatlarning almashinishi va almashtirilishidan iborat. Moliyaviy faoliyat ishlab chiqarish, tijorat sohasini ham qamrab olishi mumkin. Shuningdek, moliyaviy tadbirkorlik mustaqil bank va sug'urta muassasalari shaklida ham faoliyat yuritadi.

Moliyaviy bitim tadbirkorlik faoliyatining ilgarigi turlariga nisbatan kamroq samara beradi. Bu ko'rsatkich 5-10 %ni tashkil etadi. Keyingi vaqtda O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining konsalting (maslahat) turi rivojlanmoqda. Bu tadbirkorlik turi ko'p yo'nalishlardan iborat bo'lib, kelajakda yaxshi rivojlanib ketishiga jahon iqtisodiyoti taraqqiyoti guvohlik beradi.

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

Innovasion, ilmiy-texnik faoliyat, tovarlarni bevosita ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish va shu sohadagi axborot bilan ishlash faoliyati ishlab chiqarish tadbirkorligiga kiradi. Ishlab chiqarish bilan shug'ullanmoqchi bo'lgan har bir ishbilarmon tadbirkorlik faoliyatining qaysi turi bilan shug'ullanishi, qanday mahsulot ishlab chiqarishi, qanday xizmat ko'rsatishini oldindan belgilab olishi lozim. Shu ish amalga oshgandan keyin tadbirkor marketing bilan shug'ullanadi. U tovarga talabni bilish maqsadida tovarning

potensial iste'molchilari, xaridorlari, ulgurji va chakana savdo bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar bilan aloqa qiladi.

Muzokaralar ishbilarmon va bo'lajak xaridorlar o'rtasida shartnoma tuzilishi bilan yakunlanadi. Tuzilgan shartnoma tadbirkorlikdagi tavakkalchilikning oldini olish imkonini beradi.

Shu ishlar amalga oshmasa, tadbirkor faqat og'zaki va'dalar asosida ishlab chiqarish faoliyatini boshlaydi. Barqaror bozor sharoitida rivojlangan mamlakatlarda og'zaki kelishuvlar ishonchli kafolat bo'lib, zarur hollarda shartnoma, bitim shaklida rasmiylashtiriladi. Biroq mamlakatimizda bozor iqtisodiyoti endi shakllanayotgan davrda og'zaki bitimlarning kafolati past va tavakkalchilik kuchlidir.

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

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

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

Korxona hududi atrofidagi devorlar, ko'priklar, neft quduqlari, ko'mir koni qatlamlari va shunga o'xshash boshqa qurilmalar inshoot jumlasiga kiradi. Uzatuvchi moslamalarga quvvatli kabellar, elektr uzatkich liniyalari, turli uzatkich quvurlari, neft va gaz uzatkich quvurlari kiradi. Quvvatli mashinalarga turli dvigatellar, turbinalar, bug' qozonlari va boshqalar kiradi. Ishchi mashina va uskunalar asosiy ishlab chiqarish fondlarining muhim qismi hisoblanadi. Ularga yordamchi sexlarning barcha texnologik moslamalari, mashina va uskunalari kiradi. Asosiy fondlarning bu qismi shartli ravishda aktiv qismi deb hisoblanadi, chunki shu mashina va uskunalarda mahsulotlarning asosiy qismi tayyorlanadi.

Transport vositalari tarkibiga avtomobil, temir yo'l, havo yo'llari va boshqa transportlarning barcha turlari kiradi.

Aylanma ishlab chiqarish fondlarini (mehnat predmetlari) xomashyo, asosiy va yordamchi materiallar, yonilg'i va energetik resurslar, idish va idish moslamalar, chidamsiz va qisqa muddatda ishlatiladigan asboblar va ishlab chiqarish moslamalari, ta'mirlash uchun zarur ehtiyot va butlash qismlari tashkil etadi. Sotib olinadigan butlash moslamalar, yarim tayyor mahsulotlar, tugallanmagan ishlab chiqarish, o'zi tayyorlagan yarim tayyor mahsulot, kelajakdagi xarajatlar ham aylanma ishlab chiqarish fondlarini tashkil etadi.

Qayta ishlov berilmagan sanoat mahsulotlari (ruda, neft, ko'mir, gaz va boshqalar), qishloq xo'jaligi mahsulotlari (paxta, jun, teri va boshqalar) xomashyoni tashkil etadi. Materiallar esa ma'lum qayta ishlash jarayonidan o'tib tayyor mahsulot ishlab chiqarishga mo'ljallangan mehnat mahsulotidir. Asosiy materiallar bo'lajak tayyor mahsulot (temir, yog'och, mato)ning asosini tashkil etadi, yordamchi materiallar (bo'yoq, tugma va boshqalar) asosiy materiallar uchun ishlatiladi yoki (moylash materiallari) ishlab chiqarish jarayoniga yordamlashadi.

Asbob-uskunalar narxi va ishlatish muddatiga qarab aylanma fondlarga kiritiladi. Asbob-uskunalarning xizmat muddati bir yildan oz bo'lsa, u aylanma fondlarga taalluqlidir. Yarim tayyor mahsulotlar sotib olingan yoki o'zida tayyorlangan turlariga bo'linadi. Yarim tayyor mahsulotlar iste'molga tayyor bo'lmagan bo'lib, uni boshqa sex firma yoki korxonada tayyor holatga keltirish lozim. Tugallanmagan ishlab chiqarish tugallanmagan mahsulot bo'lib, yarim tayyor mahsulotdan farqli ravishda o'z ishchi joyida turadi. Uni me'yoridagi ishlov berish uchun korxonaning boshqa bo'linmasiga berilmay, shu sexning o'zida qiyomiga etkaziladi.

Kelajakdagi xarajatlarga alohida to'xtalish lozim. Bu xarajatlar yangi mahsulotlarni tayyorlashdagi xarajatlar bo'lib, keyinchalik ishlab chiqarish xarajatlari jumlasiga kiritiladi. Ishchi kuchini tadbirkor e'lon, mehnat birjasi, ishga joylash agentligi, tanishbilishlar orqali topadi. Ishga olishda nomzodning ma'lumoti, mutaxassisligi, ish tajribasi, shaxsiy xususiyatlari hisobga olinadi.

So‘ngra tadbirkor moddiy, moliyaviy, mehnat resurslari, tayyorlanadigan mahsulotlarni sotish bozori haqida axborot to‘playdi.

Moliyaviy mablag‘ga bo‘lgan talab va uning hisobi. Tadbirkorlik bitimini tuzish moliyaviy xarajatlar bilan bog‘liq. Ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyati uchun zarur pul miqdorini (Pp) quyidagi formula asosida hisoblash mumkin:

$$Pp = Pi + Pm + Pv + Pa + Px$$

bu yerda: *Pi* — yollanma ishchilarga maosh to‘lash uchun zarur pul mablag‘lari; *Pm* — sotib olinadigan material, xomashyo, yarim tayyor mahsulot, butlash qismlar, yonilg‘i, energiya uchun to‘lovlar; *Pv* — mehnat vositalari (asosiy ishlab chiqarish fondlari) bino, inshoot, uzatish moslamalari, mashina, hisoblash texnikasi, asbob-uskunalar, transport vositalarini sotib olishga ketgan mablag‘lar; *Pa* — axborot uchun sarflangan mablag‘lar; *Px* — boshqa tashkilotlar xizmatiga (qurilish ishlari, transport xizmatlari va boshqalarga) ketgan to‘lovlar.

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

Mablag‘ larni imtiyozli asosda davlat tuzilmalari ajratishi mumkin. Buning uchun O‘zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishga yordam berish maqsadida maxsus jamg‘armalar tuzilib, kredit berishga imtiyozlar yaratilgan. Ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyatida bilvosita ishtirokchi bo‘lib, unda moliya va soliq organlari ishtirok etadi. Ular tadbirkorlik faoliyati hisobidan mahalliy byudjetga majburiy to‘lovlar, ajratmalar va jarimalar o‘tkazish bilan shug‘ullanadilar.

Ishlab chiqarish faoliyati natijasi. Mahsulotni sotish, biror-bir ishni bajarish, xaridorga, iste’molchiga xizmat ko‘rsatish va

ma'lum hajmda foyda olish tadbirkor ishlab chiqarish faoliyatining natijasidir.

Tadbirkor foydasi yalpi va sof foydaga bo'linadi. Ishlab chiqarish va sotishga ketgan xarajatlardan keyin qolgan tushum yalpi foyda deyiladi. Yalpi foydadan soliqlar to'lanadi. Yalpi foyda hisobidan soliqlar, jarima va boshqa to'lovlar to'langandan keyin qolgan pul sof foyda hisoblanadi. Tadbirkorning umumiy moliyaviy bahosini rentabellik ko'rsatkichi belgilaydi. U sof foydaning jami xarajatlarga nisbati shaklida aniqlanadi.

Venchur biznesi. Gap innovatsion tadbirkorlik haqida ketganda, venchur biznesi haqida tasavvur hosil qilish katta ahamiyatga ega.

Venchur biznesi keyingi vaqtda ancha rivojlandi. U tavakkal biznesi turiga kiradi. Biznesning bu turi yangi texnologiyalarning joriy etilishi bilan bog'liq. Venchur biznesi yuqori texnologiya sohasida olib boriladigan ilmiy tadqiqotlar natijalarini tijoratlashtirish bilan bog'langan. Bu sohalarda samara olinishi kafolatlanmagan. Ya'ni ma'lum tavakkalchilik mavjud. Yangi va eng yangi texnologiyalarni joriy etish bilan shug'ullanuvchi fan-texnika firmalari venchur firmalar deyiladi. Ularning daromadi kafolatlanmagan bo'lib, faoliyati tavakkal kapital bilan bog'liq.

Shuni ta'kidlash kerakki, kichik korxonalar innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishda katta rol o'ynaydi. Venchur biznesi egiluvchanligi bilan innovatsion ishbilarmonlikning boshqa shakllariga nisbatan qator ustuvorlikka ega. Venchur biznesi tavakkalni o'zaro bo'lish tamoyiliga asoslanadi. Bu esa mablag'i bo'lmagan g'oya mualliflariga o'z g'oyalarini amalga oshirishga imkon tug'diradi .

Venchur biznesi dastlab AQShda yuzaga kelib, keyinchalik keng rivojlanib ketdi. Har bir kichik innovatsion biznesning moddiy va moliyaviy imkoniyati fan-texnika bazasi jihatdan cheklangan bo'lib, davlat ko'magiga muhtojdir. AQShda kichik innovatsion biznesga davlat tomonidan yordam ko'rsatish dasturi ishlab chiqilgan. Dasturga asosan kichik biznes bevosita federal byudjetidan moliyalashtiriladi, vazirlik va muassasalar doimiy ravishda ular bilan shartnoma tuzadilar..AQShda venchur biznesida tuzilgan kompaniyalarning aksiyalari imtiyozli narxlarda innovatsion

firmalarga sotilib, olingan mablag'lardan g'oyalarni joriy etish uchun foydalaniladi.

O'zbekistonda ham venchur biznesi rivojlanishiga barcha imkoniyatlar yaratilgan. Birinchi navbatda, bu qimmatbah o qog'ozlar bozori mavjudligidir. Keyinchalik, intellektual mulk bozoriga xorijiy firmalar kirib keldi. O'zbekiston ishbilarmonlari ham o'z navbatida Venchur biznesiga katta qiziqish bilan qaramoqdalar.

Bular Venchur biznesi mamlakatimizda endi rivojlanayotganligi -dan dalolat berib, kelajakda innovatsion biznes rivojlanib ketishiga turtki bo'ladi.

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

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

Tovar birjalarida tovar egalari bilan oddiy savdo qilishdan tashqari f'yuchers bitimlari ham tuziladi. Bu bitim bo'yicha sharnomada ko'rsatilgan tovar uchun to'lovni ma'lum vaqtdan keyin amalga oshirish mumkin.

Tovar birjalari quyidagi asosiy vazifalarni bajaradi:

- savdo bitimlarini tuzishga vositachilik xizmati ko'rsatadi;
- tovar savdosini tartibga soladi, savdo jarayonlarini boshqaradi va savdo mojarolarini hal etadi;

• narxlar to‘g‘risida, shuningdek ishlab chiqarish va narxlarga ta’sir qiluvchi turli omillar haqida axborotlar yig‘adi va e’lon qiladi.

Tovar birjalari aylanmasining aksariyat qismi bor tovarlar (kassa bitimlari) bilan emas, balki kelajakdagi tovar yoki tovar etkazib berish bitimi asosida (vaqtli bitim) amalga oshiriladi. Tovar birjalari ochiq yoki yopiq shaklda bo‘ladi. Yopiq birjalardagi savdoda faqat brokerlar sotuvchi va xaridor o‘rtasidagi vositachilar ishtirok etadi. Ochiq birjalarda esa xohlagan kishi ishtirok etishi mumkin.

Respublika tovar-xomashyo birjasi 1994 yili ochiq hissadorlik jamiyati shaklida tashkil etildi. U sanoat, qishloq xo‘jaligi, oziq-ovqat tovarlari va xomashyo mahsulotlarini erkin ulgurji savdosini uyushtiradi. Birja savdolarida brokerlar orqali xarid qilingan mahsulotlar respublikadan tashqariga lisenziyasiz va bojxona to‘lovisiz chiqariladi. Tovar-xomashyo birjasining bo‘linmalari barcha viloyatlarda va Qoraqalpo g‘iston Respublikasida tashkil etilgan.

Tovar-xomashyo birjasi xorijiy davlatlar (Angliya, Polsha, Turkiya) hamda MDH mamlakatlari (Rossiya, Tojikiston, Turkmaniston)ning tovar xomashyo birjalari, Kiyev, Belarus universal birjalari bilan birjalararo aloqalarni yo‘lga qo‘ygan.

«O‘zulgurjibirjasavdo» respublika tovar resurslari bozorini shakllantirishda zarur infratuzilmani yaratish maqsadida 1994-yili O‘zbekiston shartnomalar va savdo bo‘yicha davlat aksiyadorlik uyushmasi negizida tashkil etilgan. Ilgari xalq xo‘jaligi ta’minotini respublika moddiy-texnika ta’minoti idorasi boshqargan. O‘zbekistonda o‘tkazilayotgan chuqur iqtisodiy islohotlar moddiy - texnika ta’minoti tizimini ham tubdan o‘zgartirdi.

«O‘zulgurjibirjasavdo» xo‘jalik mexanizmini rejaviy moddiy - texnika ta’minoti tizimidan erkin xo‘jalik aloqalariga o‘tishi, davlat ehtiyojlari uchun mahsulot etkazib berish, ishlab chiqaruvchilar bilan shartnomalar tuzish yo‘li orqali amalga oshirishni ta’minlaydi. Moddiy-texnika ta’minoti va sotish bozor usullari bo‘yicha oldi-sotdi, ulgurji savdo, yarmarka, birja va kimoshdi savdolari yo‘li bilan amalga oshiriladi.

Ta’minotchi va iste’molchilar o‘rtasida bevosita o‘zaro manfaatli aloqalar moddiy-texnika ta’minoti ning etakchi shakli bo‘lib qoldi.

«O'zulgurjibirjasavdo « uyushmasi respublikada ishlab chiqarish vositalari bozorini vujudga keltirish, tovar resurslarini oldi-sotdisini uyushtirish, korxonalar, muassasalar va tadbirkorlarga xizmat ko'rsatishni kengaytirish hamda rivojlantirishga ko'maklashadi.

Uyushma tarkibida 13 ta respublika aksiyadorlik ulgurji vositachilik firmasi, «Sanoatanjomkartonsavdo» aksiyadorlik ishlab chiqarish savdo birlashmasi, respublika viloyatlari va Qoraqalpo g'istondagi 14 ta hududiy tijorat-vositachilik aksiyadorlik kompaniyalari, aksiyadorlik transport ekspedisiya agentligi, aksiyadorlik tovar xomashyo birjasi, «Trastbank « aksiyadorlik birja banki, doimiy ishlaydigan yarmarka va kimoshdi bozorlari direksiyasi mavjud.

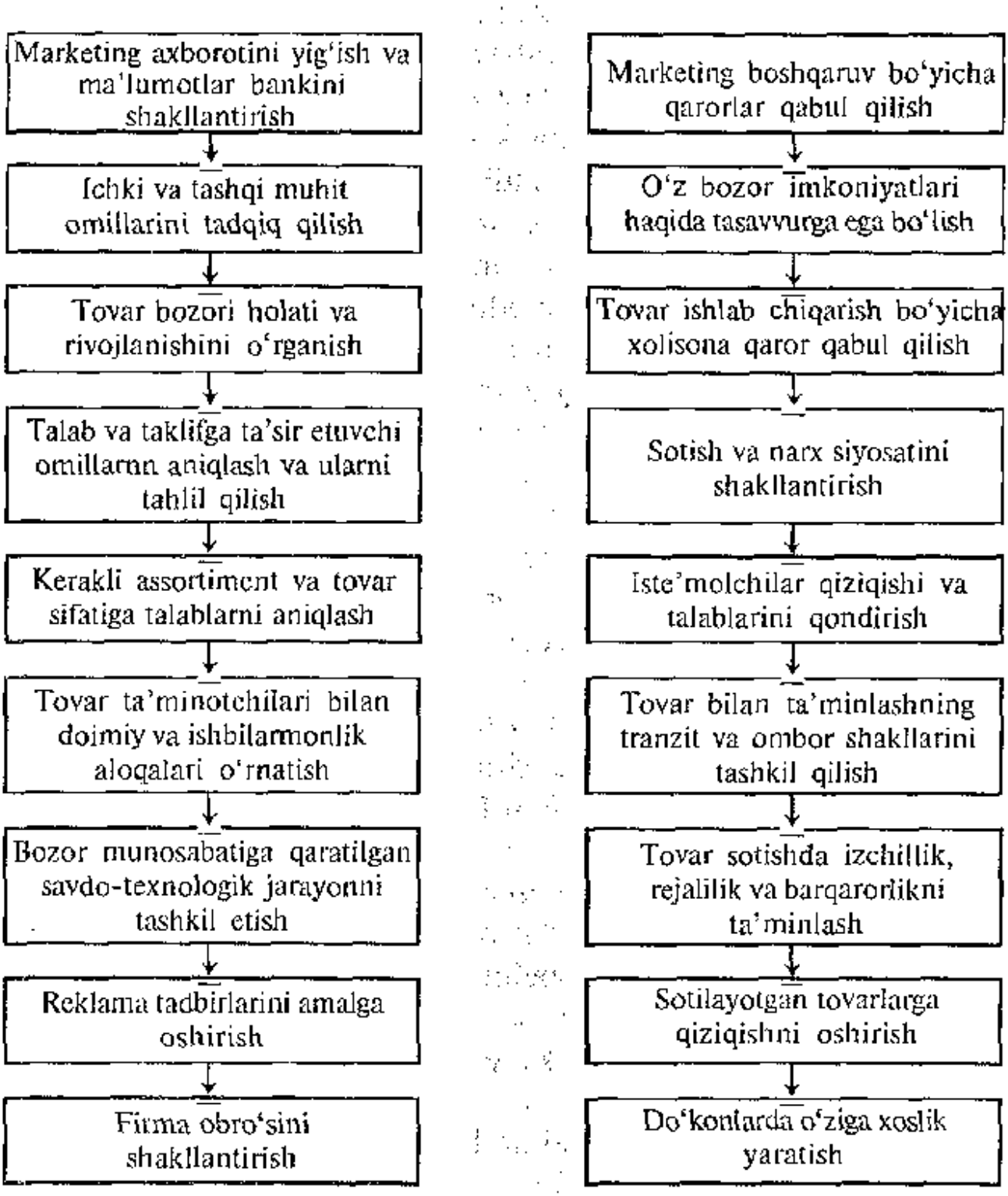
Tovar olib-sotish va xizmat ko'rsatish bo'yicha operatsiyalar. Tijorat tadbirkorligining asosiy mazmunini tovar olib-sotish va xizmatlar ko'rsatish tashkil etadi. Tijorat tadbirkorlik faoliyati umumiy shaklda ishlab chiqarish tadbirkorligi faoliyatiga o'xshab ketadi. Tijorat tadbirkorligida iste'molchiga *moddiy resurslar o'rniga* tayyor tovarlar sotiladi. Tijorat tadbirkorligida mahsulot ishlab chiqarish o'rnini tayyor tovar egallaydi. Tijorat bitimi tuzishdan oldin bozor tahlilini o'tkazish zarur.

Umumiy ko'rinishda marketing-tijorat korxonalari va firmalari xo'jalik faoliyatining barcha tomonlarini boshqarish va tashkil etish tizimidir. Marketing yordamida savdo korxonasining hayotiy faoliyati amalga oshiriladi, ya'ni bozor o'rganiladi, tovar iste'molchiga etkaziladi, moliyaviy ta'minot va foyda olish yo'lga qo'yiladi. Shu erda savdo korxonasiga o'zaro bog'liq ikki talab qo'yiladi, ya'ni iste'molchilarning o'zgaruvchan harakatini o'rganish va raqobat sharoitida faoliyat ko'rsatish.

Savdo sohasida marketingni amalga oshirishning eng muhim sharti uni rejalashtirishdir. Marketing rejasi natura va qiymat ifodasidagi sotish hajmini belgilaydi. Tovarlar talabga qarab farqlanadi. Birinchi guruhga bozorni hali egallamagan tovarlar kiradi, ikkinchi guruhni esa keng talabga ega an'anaviy tovarlar tashkil etadi.

Marketing tuzilmasi tezkor boshqarish ishlari bilan birga bozorni o'rganish, rejalashtirish, maqsadlarni amalga oshirish, bashorat qilish va ularni nazorat qilishni o'z ichiga oladi.

Savdo firmasidagi marketing faoliyatining model-dasturini quyidagicha tasvirlash mumkin (2.1.2-rasm). Agar bozorning dastlabki tahlili va bashorati tijorat bitimini tuzish foydasiga hal bo'layotgan bo'lsa, tijoratchi shu bitim aks etilgan biznes-rejani va bo'lajak xarajat va kutilayotgan natijalarni ishlab chiqishi lozim.



2.1.2-rasm. **Savdo firmasida marketing faoliyatining model-dasturi.**

Har bir tijorat bitimi umumiy holatda quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

— savdo-vositachi xizmatlarni bajarish uchun ishchilarni yollash (tovarni sotib olish, tashish, sotish, reklama ishini olib borish, kerakli xizmatlarni rasmiylashtirish);

— tovarni caqlash va sotish uchun kerak bo‘lgan omborxona, baza, savdo do‘konlarini sotib olish yoki ijaraga olish;

— tovarni keyinchalik sotish uchun sotib olish;

— amalga oshiriladigan ishni moliyalashtirish uchun pul mablag‘larini kreditga olish va keyinchalik kredit va uning foizini qaytarish;

— vositachilik faoliyati ko‘rsatayotgan boshqa tashkilot yoki shaxslarning xizmatlaridan foydalanish va ularga pul to‘lash;

— bitimda ko‘rsatilgan ishni rejalashtirish, rasmiylashtirish va tartiblashtirish uchun zarur bo‘lgan axborotni to‘plash yoki sotib olish;

— tovarni xaridorga sotish;

— bitimni rasmiylashtirish, barcha soliq va to‘lovlarni to‘lash.

Tijorat bitimining barcha muhim tadbirlari muddat jihatidan o‘zaro bog‘liqdir. Bitim yakunida biznes-reja va harakatlarning yiriklashtirilgan muvofiqlashtiruvchi rejasi ishlab chiqiladi. Agar bitim yirik bo‘lib, ko‘p muddatga cho‘zilsa, ishni bajarish uchun reja jadvalini tuzish tavsiya etiladi.

Moliyaviy tadbirkorlik. Tijorat banklari va fond birjalari moliyaviy tadbirkorlik uchun faoliyat ko‘rsatuvchi maqom bo‘lib xizmat qiladi. Ushbu bozor institutlarining mohiyati nimada?

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

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

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

1996-yil 25 aprelda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasining «Banklar va bank faoliyati to'g'risida «gi qonunida tijorat banklari faoliyatining barcha huquqiy asoslari aniq belgilab berilgan. 1996 yilning birinchi choragida tijorat banklari vakillik hisob raqamlarini Markaziy bank hisob-kitoblar markaziga o'tkazish to'liq tugallandi va kliring markazlari tugatildi. Bu hudud ichidagi banklar o'rtasida operatsiyalarning sanoqli soatlarda o'tkazilishiga imkon beradi.

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

Fond birjasi. Moliyaviy tadbirkorlikning elementlaridan yana biri fond birjasidir. Kapitalning ko'payishi, aktivlarning haqiqiy narxini aniqlashga qaratilgan qimmatbah o qog'ozlar bozoriga fond birjasi deyiladi. Fond birjasining faoliyat tamoyili talab va taklifni tezkor tartiblashtirishdan iboratdir. Fond birjalarida qimmatbaho qog'ozlarning kopirovkasi o'tkaziladi. Bunga muvofiq birjaning kopirovka bo'limi mutaxassislari birja orqali o'tayotgan barcha qimmatbah o qog'ozlarning xarid kursi va sotuv kurslarini muntazam ravishda baholab boradilar. Joriy kurslar esa doimo chiroqli tabloda yozib boriladi, maxsus byulletenda chop etiladi.

Joriy kurslarga binoan shu vaqt shu birjada ma'lum aksiyalarni sotish yoki sotib olish narxlari aniqlanadi. Bu narxlar maxsus formula yordamida chiqarilsa, ular birja faolligining indeksini aniqlash uchun asos bo'ladi. Birja faolligi iqtisodiyotda sodir bo'layotgan ahvolni o'ziga xos ravishda aks ettiradi.

Shu bilan birga, davlat monopolistik kapitalizm sharoitida qimmatbah o qog'ozlar savdosida birja roli ancha pasaydi. Buning asosiy sababi kuchli kredit-moliya institutlarining yuzaga kelganligidir. Ular qimmatbah o qog'ozlar savdosini birjalarsiz olib boradilar. Qimmatbaho qog'ozlar savdosida birjalar roli tushib ketganiga sabab, davlat obligasiyalarining qimmatbaho qog'ozlar umumiy hajmidagi salmog'i oshganligidadir.

Hozirgi vaqtda O'zbekistonda ham fond birjalari o'z faoliyatini amalga oshirib kelmoqda. **«Toshkent» respublika fond birjasi** erkin sotuvga chiqarilgan aksiyalar savdosi bilan shug'ullanuvchi yopiq aksiyadorlik jamiyati, 1994-yil aprelda «Toshkent» respublika universal tovar-fond birjasi tarkibidagi fond bo'limi asosida tashkil etildi.

Birja qimmatli qog'ozlarning bir maromda muomalada bo'lishini ta'minlaydi, ularning bozor bahosini belgilaydi va ularga doir ma'lumotlarni tarqatadi. Birjaning 81 brokerlik idorasi bo'lib, ularda jami 240 broker ishlaydi.

Respublikaning qimmatli qog'ozlar bozorini shakllantirish borasida hukumat tomonidan bir qancha tadbirlar amalga oshirildi. Bunday bozorlar respublikada ilgaridan ma'lum bo'lib, 1920-1930-yillarda veksellar, depozitli sertifikatlar, obligasiyalar muomalada bo'lgan. 1995-yildan esa bunday qimmali qog'ozlar «Toshkent» respublika fond birjasi orqali sotila boshladi.

Respublika fond bozoriga Markaziy bank tomonidan veksellar bilan birga depozit va jamg'arma sertifikatlari chiqarildi. Qimmatli qog'ozlar bozorini kengaytirish maqsadida fond do'konlari tarmog'i vujudga keltirildi. Ularning soni 55 taga etdi.

1995-yilda «Toshkent» fond birjasi Evropa-Osiyo fond birjalari federasiyasi a'zoligiga qabul qilindi.

Maslahat tadbirkorligi. Maslahat xizmatlarining mohiyati va bosqichlari. Ma'lum bir sohada o'z mutaxassisligi bo'yicha yo'l-yo'riq ko'rsatuvchi kishiga maslahatchi deyiladi. Chet ellarda boshqaruv bo'yicha pulli maslahat «konsalting» deb yuritiladi. Iqtisodiyot va boshqaruv bo'yicha Evropa Federasiyasi Maslahatchilar Assosiasiyasining ta'rificha, menejment — konsalting boshqaruv bo'yicha muammo va imkoniyatlarni aniqlash, ularni

baholash berish, tegishli chora-tadbirlar ishlab chiqish va ularni amalga oshirishda xolisona maslahat berish hamda yordam ko'rsatishdir.

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

Germaniyaning mashhur «Porshe» avtomobil firmasi 1991 yilga kelib, tanazzulga uchrash arafasida edi. Korxona rahbarlari ahvolni tuzatish uchun Yaponiyaning «Sin gidzyusu» (bu «Yangi texnologiya «ma'nosini bildiradi) konsalting firmasiga murojaat etishdi. Firma «Touota«ning malakali mutaxassislarini yig'ib, ishga kirishdi. Chet ellik maslahatchilar sharoitni o'rganib chiqib, «Porshe» zavodida konveyer ish usulini joriy edi. Ishlab chiqarishning barcha bo'g'inlarida xarajatlar keskin ravishda kamaytirildi. Konveyer tizimi o'zgartirilmasa-da, mahalliy tajriba va an'analar hisobga olinmadi. Faqat yapon maslahatchilari taklif qilgan tizim ishlay boshladi.

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

yaxshilashga qaratilgan ikki yarim mingdan ortiq yangi takliflar kirita boshladilar.

Konsalting xizmatlari bir martali maslahat ham bo'lishi mumkin. Ular konsalting loyiha shaklida bo'lib, quyidagi asosiy bosqichlarni qamrab oladi:

- muammolarni aniqlash (diagnostika);
- loyihani ishlab chiqish;
- loyihani amalga oshirish.

Loyihaning hajmiga ko'ra, yakuniy bosqich bir necha kundan bir necha oygacha cho'zilishi mumkin. Ba'zida mijozlar bilan ish olib borish ko'p yillar davom etadi.

Maslahat uslublari. Maslahat uslublari turli xil bo'lishi mumkin. Maslahatning uch turi — ekspertli maslahat, jarayondagi maslahat va o'rgatuvchilik maslahatlari keng qo'llaniladi.

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

Jarayondagi maslahatda — loyihani ishlab chiqish bosqichlarida konsalting firma maslahatchilari mijoz bilan faol ish olib borib, yuzaga kelgan muammolarni hamkorlikda tahlil qiladi va zarur takliflar beradi.

O'rgatuvchilik maslahatida — mutaxassislarning asosiy maqsadi g'oyalarning yuzaga kelishi, echimlar qabul qilish uchun asos tayyorlashdir. Shu maqsadda mijozlar uchun ma'ruzalar o'qiladi, seminarlar o'tkaziladi, o'quv qo'llanmalari ishlab chiqiladi. Umuman, mijozlar zarur nazariy va amaliy axborotlar bilan ta'minlanadi. Amalda esa yuqoridagi har bir maslahat turlari sof holda qo'llanilmaydi, ular kombinasiyalashgan shaklda uchraydi.

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

Har bir rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda maslahatchilar fikrisiz iqtisodiyot va boshqaruvga oid jiddiy qarorlar qabul qilinmaydi.

O'zbekistonda ayni vaqtda xususiy konsalting firmalar soni hozircha ancha kam (qiyoslash uchun, Gollandiyada ularning soni 2000 dan oshiqdir).

Xususiy firmalardan tashqari maslahatli xizmatlarni davlat, o'quv, axborot, ilmiy tekshirish muassasalari tijorat asosida bajaradi. Mamlakatimizda hozirgi iqtisodiy sharoitni yaxshi biladigan, yuqori salohiyatga ega, yuqori intellektual, bozor iqtisodiyoti mexanizmini tushunadigan malakali maslahatchilar soni yildan-yilga ko'payib bormoqda. Ular chet el konsalting firmalarining vakillari bilan hamkorlikda milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda katta ish olib bormoqda. Aytish lozimki, chet el konsalting firmalarining xizmati juda qimmat. Masalan, chet el konsalting firmasi xodimining bir kunlik o'rtacha ish haqi 300 dollarni tashkil etadi.

Konsalting xizmatlari turli xil bo'lishi mumkin. Menejment bo'yicha Evropa maslahatchilar ma'lumot ko'rsatkichida 84 turdagi konsalting xizmatlari ko'rsatilgan. Ular quyidagi 8 ta guruhga bo'lingan: umumiy boshqaruv, ma'muriy boshqaruv, moliyaviy boshqaruv, xodimlar boshqaruvi, marketing, ishlab chiqarish, axborot texnologiyasi, maxsus xizmatlar.

Maslahat loyihasini amalga oshirishni tashkil etish. Mijoz firma bilan aloqa o'rnatgandan keyin taklif ishlab chiqishga kirishiladi. Taklif ishlab chiqish loyihani muhokama qilishdan boshlanadi. Bundan oldin mijoz-firma haqida batafsil axborot olishi lozim. Maslahatchi firma nima bilan shug'ullanishi, nimalarni ishlab chiqarishi, ishchilar soni, malakasi, boshqaruv xodimlar soni, ish hajmi, xarajat va daromad miqdori, firmaning moliyaviy ahvoli, shartnomalarning bor-yo'qligi, hamkorlarning ishonchliligini bilishi kerak. Undan keyin shart-sharoit, uning o'zgarish dinamikasi va muammolari aniqlanadi. So'ng bajarilishi zarur ishlarning reja-grafigi tuzilib, tegishli yuridik qog'ozlar rasmiylashtiriladi. Ishning bajarilishiga alohida e'tibor berish lozim. Maslahatchining

obro'si ishning o'z vaqtida yoki muddatdan oldin bajarilishi bilan belgilanadi.

Ishning qanday shaklda tugatilishini ham aniqlab olish zarur, ya'ni ish yoki xizmat muayyan natijaga erishishdan iborat ekanligini belgilash lozim. Bularning barchasi ishning reja grafigida aks ettirilishi kerak. Buyurtmani bajarish jarayonida buyurtmachi firmadagi psixologik muhit o'rganiladi. Ishning bajarilish jarayonida mijozning qiziqishi susayishi mumkin, shu sababli qiziqishni susaytirmaslik uchun chora-tadbirlar ishlab chiqish kerak. Buning uchun qiziqishning eng yuqori pallasida biror-bir kichik tadbirni amalga oshirish kerak.

Bu tadbir mijoz-firma rahbariyatiga qaratilgan muayyan takliflar, maslahatchining taklifini majlisda muhokama qilish, ba'zi takliflarni bajarish haqidagi qarorni tayyorlashdan iborat bo'lishi mumkin. Oxirida loyiha yoki ba'zi takliflarni amalga oshirish haqida yozma hisobot rasmiylashtiriladi. Oldindan kelishilgan maslahat turlari bundan mustasno emas.

Konsalting firmaning mijozlarni jalb etish usullari. Maslahat beruvchi bozorning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, bu faoliyat bilan shug'ullanuvchi firmalar o'z tovari, o'z xizmat namunasini ko'rsatish imkoniga ega emas. Shuning uchun ular faoliyatida mijozlarni jalb etish muammosi turadi.

Mijozlarni jalb etish usullari turli-tumandir. Bunga o'z imkoniyatlarini targ'ibot qilish, reklama qilish, vositachilar yordamida mijozlarni jalb etish, firma haqida ijobiy fikr bildirgan oldingi mijozlar takliflaridan foydalanish kiradi.

Eng sodda va eng keng qo'llaniladigan usul reklamadir. Firma o'z imkoniyati, xizmat ko'rsatishning taxminiy narxi, muvaffaqiyatli bajarilgan loyihalar haqida turli xil reklama ma'lumotlari va reklama e'lonlarini tarqatadi. Mijozlarni jalb etishda vositachilar yordamidan keng foydalaniladi. Vositachilar rahbarning ishonchini qozongan firma xodimlari bo'lishi mumkin. G'arb mamlakatlarida bunday vositachilarni topish uchun maxsus uslublar ishlab chiqilgan. Bu maqsadlar uchun alohida mablag'lar ajratiladi.

Albatta, maslahatchi firmaning obro'sini belgilab beruvchi omil o'tmishda muvaffaqiyatli yuritilgan faoliyatdir. Yirik, hatto o'rtamiyona firmalarning ijobiy tavsiyasi eng yaxshi reklamadir.

Umuman firmaga maslahatchilar kerakmi? O'zbekiston iqtisodiyotini ba'zi korxonalar ida tubdan islohotlar olib borilayotgan davrda ko'plab muammolar yuzaga kelmoqda. Shu muammolarni oqilona hal etish uchun maslahatchilar salohiyati oshib borishi aniq. Shu bilan birga moliyaviy imkoniyat cheklanganligi tufayli maslahatchilarni firmaning ba'zi muammolarini hal etish uchun taklif etish maqsadga muvofiqdir. Muammolarni hal etishni korxonaning strategik rivojlanish muammosini yechishdan boshlash kerak, so'ngra marketing, innovatsion imkoniyat va boshqa muammolarni hal etishga o'tish kerak.

2.2. Tadbirkorlik faoliyatining shakllari

O'zbekiston Respublikasida «Tadbirkorlik to'g'risida«gi qonunning 5-moddasiga binoan tadbirkorlikning quyidagi shakllari mavjud:

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

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

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

- shaxsiy tadbirkorlik;
- birgalikdagi tadbirkorlik.

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

o‘zga mulkiy huquq tufayli o‘ziga tegishli mol-mulk negizida mustaqil ravishda amalga oshiriladi «.

Ushbu qonunning 16-moddasiga binoan birgalikdagi tadbirkorlikka quyidagilar kiradi:

• er-xotinning umumiy mol-mulki negizida amalga oshiriladigan oilaviy tadbirkorlik;

• dehqon xo‘jaligining umumiy birgalikdagi mulki negizida amalga oshiriladigan dehqon xo‘jaligi;

• o‘zlariga umumiy ulushi mulk huquqida tegishli bo‘lgan umumiy mulk negizida yakka tartibdagi tadbirkorlikni amalga oshiradigan shirkat xo‘jaligi.

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

O‘zbekist on Respublikasida «Xususiy tadbirkorlik to‘g‘risidagi Nizom«da *xususiy tadbirkorlik faoliyatiga quyidagicha ta’rif berilgan*:

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

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

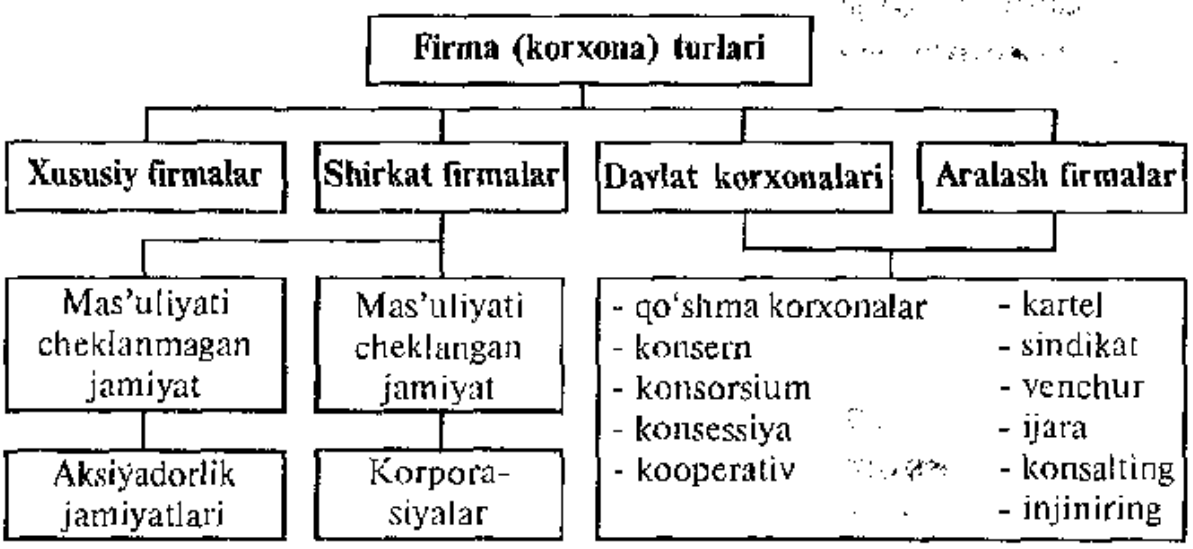
Jamoa tadbirkorligi bir guruh fuqarolarning o‘zlariga ma’qul bo‘lgan mulkchilik shakllarida jamoalarga birlashib, jamoa korxonalarini tashkil etishlari va shu asosda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishlaridir.

Jamoa tadbirkorligi faoliyati firmalar faoliyatida o‘z ifodasini topadi. Firma muayyan turdagi mahsulot ishlab chiqarish va xizmat

ko‘rsatishga ixtisoslashgan, bozordagi talab va taklifga qarab ish tutadigan, iqtisodiy jihatdan erkin va mustaqil korxonadir.

Xususiy firma deganda ayrim shaxs yoki oilaga tegishli, yakka xususiy mulkka asoslanib faoliyat yuritadigan korxona tushuniladi.

Firmalarning turlari juda ko‘p, ularni quyidagicha tasvirlash mumkin (2.2.1-rasm).



2.2.1-rasm. **Firma (korxona) larning turlari.**

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

Shirkat firmalarining ikki turi mavjud:

— mas'uliyati cheklanmagan jamiyatlar;

— mas'uliyati cheklangan jamiyatlar.

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

Shirkat a'zolari o‘rtasida tuzilgan bitim shirkatning huquqiy asosi hisoblanadi. Bu bitim quyidagi bandlarni o‘z ichiga oladi:

— har bir hamkorning vakolati;

— bitimning muddati;

— har bir vakilning umumiy ishga qo'shgan ulushi;

— daromadlar va yuz berishi mumkin bo'lgan zararlarni o'zaro bo'lish yo'l-yo'riqlari;

— uyushma mablag'laridan har bir hamkorning olishi mumkin bo'lgan aniq va belgilangan pul hajmi;

— uyushmada amalga oshirish zarur bo'ladigan moliyaviy ishlar tartibi;

— yangi hamkorni qabul qilish tartibi;

— shirkatni tarqatib yuborish tartibi.

Shirkatga davlat, kooperativ, jamoa va boshqa tashkilotlar, shuningdek xorijiy tashkilotlar va fuqarolar ham qonun yo'l qo'ygan hollarda a'zo bo'lishi mumkin.

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

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

Mas'uliyati cheklangan firmaning bir qator turlari mavjud. Ularning eng keng tarqalgan shakli aksiyadorlik jamiyatlari va korporasiyalardir. Aksiyadorlik jamiyatlarini tuzish va faoliyatini tashkil qilish tartibi O'zbekiston Respublikasining «Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida«gi qonunda ifodalangan. Ushbu qonunning 2-moddasiga muvofiq:

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

Jamiyat jamlangan kapitaliga qarab maxsus qimmatli qog'oz aksiya chiqaradi. Aksiyani sotib olganlar hissadorlarga aylanadi va foydadan o'z hissasi divedendni olib turadilar. Aksiyadorlik jamiyati o'z majburiyatlari bo'yicha o'ziga tegishli butun mol-mulk bilan javobgar hisoblanadi. Aksiyadorlar jamiyati majburiyatlari bo'yicha javobgar emas va uning faoliyati bilan bog'liq zararlar uchun faqat o'zlariga tegishli aksiyalar qiymati doirasida javobgar hisoblanadi.

Aksiyadorlik jamiyati ochiq va yopiq turda bo'lishi mumkin.

Ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati — aksiyadorlari o'zlariga tegishli aksiyalarni boshqa aksiyadorlarning roziligisiz erkin tasarruf eta oladigan jamiyat. U chiqaradigan aksiyalariga ochiq obuna o'tkazish va ularni erkin sotish huquqiga ega. Ta'sischilarning eng kam soni ham cheklanmagan. Ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati (AJ) uchun ustav fondining eng kichik miqdori AJ ro'yxatidan o'tkazilgan sanada qonun hujjatlarida belgilangan eng kam ish haqi summasining ikki yuz barobari miqdoriga teng bo'lishi kerak.

Yopiq turdagi aksiyadorlik jamiyati — aksiyalari nomlangan (egasi yozilgan) va ular faqat AJ ta'sischilari o'rtasida taqsimlangan jamiyatdir. Uning aksiyalari qimmatli qog'ozlar bozorida muomalada bo'lishi jamiyat Nizomiga binoan man etilgan yoki cheklangan bo'ladi. Yopiq turdagi AJ uchun ustav fondining eng kam miqdori AJ ro'yxatdan o'tkazilgan sanada qonun hujjatlarida belgilangan eng kam ish haqi summasining kamida yuz barobari miqdoriga teng bo'lishi kerak.

Ochiq turdagi AJni boshqa turdagi jamiyatlarga aylantirish mumkin emas. Yopiq turdagi AJ esa o'z aksiyalariga ochiq obuna o'tkazish yoki ularni fond bozorida sotish uchun chiqarish yo'li bilan ochiq turdagi AJga aylanishi mumkin. Boshqa turdagi jamoa korxonalari va shirkat xo'jaligi o'z aksiyalarini chiqarish yo'li bilan ikkala turdagi aksiyadorlik jamiyatlarga ham aylantirilishi mumkin.

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

Korporasiya investisiya kapitalining markazlashuvini, ilm-fan taraqqiyotini, mahsulotning raqobatbardosh bo'lishi va uzoq hayotiy davrini ta'minlaydi. Korporasiyalar tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi aksioner jamiyatlarining xohish-ixtiyori bilan paydo bo'ladi. Har bir korxona faoliyatini yuritish uchun o'z holicha turli vazifalarni, ya'ni:

— xomashyo, materiallar, energiya, uskuna qidirib topish, sotib olish va texnologik takomillashtirish;

— mahsulot sifatini oshirish va ishlab chiqariladigan mahsulotni yangilash;

— tayyor mahsulotni sotish bo'yicha qator ishlarni bajarishi lozim bo'ladi.

Bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi bir qancha korxonalar birlashib, barcha uchun umumiy korxonalar faoliyatini ta'minlovchi vazifalarni bajaradigan bir idora, muassasa tuzishni rejalashtirgan. Natijada shunday birlashma yuzaga kelganki, unda korxonalar o'z mulki va iqtisodiy mustaqilligini saqlagan holda umumiy vazifalarni bajarishdan ozod bo'lib, mazkur vazifalarni bajarish uchun umumiy idora-muassasaga haq to'langan.

O'z tarkibidagi aksiyadorlik jamiyatlari nazorat paketlarini egallash bilan korporasiyalar xolding kompaniyalariga aylanadi.

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

Xolding kompaniyalarning mohiyati shundaki, ular biror-bir ishlab chiqarish vazifalarini bajarmaydi. Ularning vazifasi sof boshqaruvchilik, ya'ni ishonchli mulk egasi sifatida ularga o'z aksiyalari yoki aksiyalar nazorat paketini beruvchi kompaniyalarning faoliyatiga umumiy xo'jalik rahbarligini bajarishdan iboratdir. O'zbekiston Respublikasida xolding kompaniyalarning huquqiy maqomi Vazirlar Mahkamasining 1995-yil 12 oktyabrdagi 398-sonli qarori bilan tasdiqlangan Nizom (xoldinglar to'g'risidagi Nizom) asosida belgilanadi. Bu Nizomga muvofiq, aktivlari tarkibiga boshqa korxonalarning aksiyalar nazorat paketi kiruvchi ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati xolding hisoblanadi.

Xolding birlashgan korxonalar, ya'ni xolding aktivlari tarkibiga kiruvchi, aksiyalar paketini nazorat qiluvchi korxonalar „shu'ba korxonalar" deb ataladi. Ular mustaqil yuridik shaxs hisoblanadi.

Shu'ba korxona, ko'pincha, korxonaning rivojlanib borishi davomida bosh korxona (xolding kompaniyasi) tomonidan tashkil etiladi.

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

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

Konsern ishlab chiqarish diversifikasiyasi, ya'ni korxonalarning faoliyat sohalari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turining kengayishi, yangilanib turishi asosida tarkib topadigan yirik ko'p tarmoqli korporasiya. Konsern tarkibiga sanoat, transport, savdo, bank kabi tarmoqlarga tegishli, ayrim hollarda, dunyoning ko'pgina mamlakatlarida joylashgan o'nlab va yuzlab korxonalar ixtiyoriy asoslarda kiradi.

Konsern tarkibiga kirgan korxona va tashkilotlar orasida o'zaro korporasiyalangan turg'un aloqalar mavjud bo'lib, ular konsern rivoji yo'lida umumiy moliyaviy resurslar va yagona ilmiy-texnik imkoniyatlardan mushtarak foydalanadilar.

Konsorsium aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarning muvaqqat birlashmasidir. Konsorsium a'zolarining huquq va majburiyatlari konsorsium to'g'risidagi bitimda belgilab qo'yiladi. Konsorsium ishtirokchilari qo'yilgan vazifani bajarish uchun badallari hisobidan yagona moliyaviy va moddiy fondlar barpo etadilar, byudjet mablag'lari va davlat bankidan kreditlar oladilar. Vazifa bajarilgach, konsorsium tarqaladi. Konsorsiumlarga boshqaruv bo'yicha qo'mitalar, direktorlar kengashi kabilar boshchilik qiladi. Konsorsiumlar aviasiya, kosmos, kompyuterlar, aloqa kabi yuksak texnologik va katta miqdordagi sarmoyali sohalarda keng tarqalgan.

Konsessiya lotincha so'zdan olingan bo'lib, ruxsat, yon berish ma'nosini anglatadi. Milliy iqtisodiyotni rivojlantirish yoki tiklash, tabiiy boyliklarni o'zlashtirish maqsadida davlat yoki munisipalitetga

qarashli er uchastkalari, qazilma boyliklar, mol-mulk, korxonalar va boshqa xo'jalik obyektlarini muayyan muddatga va shartlar bilan foydalanish uchun chet ellik investorga davlat nomidan beriladigan ruxsatnoma, ular bilan tuziladigan shartnoma yoki kelishuv. Konsessiyachilik faoliyatida vujudga keladigan huquqiy munosabatlar O'zbekiston Respublikasining «Konsessiyalar to'g'risida «gi qonuni bilan tartibga solinadi.

Kooperativ kooperatsiyaning birlamchi bo'g'ini. Kooperatsiya esa:

— mehnatni tashkil etish shakllaridan biri, ko'pchilik xodimlar bir mehnat jarayonida yoki o'zaro bog'liq turli mehnat jarayonlarida hamkorlikda ishtirok etadilar;

— guruh mulkchiligiga asoslangan xo'jalik yuritish shakli;

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

Kooperativ yuridik shaxs huquqiga ega, xo'jalik yurituvchi subyekt. U jamoa mulki huquqidagi mulkka egalik qiladi, undan foydalanadi va tasarruf etadi.

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

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

— buyurtmalarni taqsimlash;

— xomashyo sotib olish;

— ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish uchun tijorat faoliyatini birlashtirib, yagona idora tuzadi.

Ijara korxona mol-mulkni yollash bo'yicha mulk egasi bilan tadbirkor o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarga asoslanadi. Ijara shartnomasiga asosan bir tomon (ijaraga beruvchi) ikkinchi tomonga (ijarachi) ma'lum to'lov evaziga va ma'lum shartga ko'ra mol-mulkini vaqtincha foydalanish uchun beradi.

Bugungi kunda sanoat va boshqa sohalarda ijara korxonalari paydo bo'la boshladi va mulkni davlat tasarrufidan chiqarishning bir ko'rinishi bo'lib, ijara muddati davrida korxona jamoasi shu korxona mulkining egasi bo'lib qoladi.

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

Konsalting firmalarining asosiy vazifalari quyidagilardir:

— tadbirkorlik tashabbuslarini amalga oshirish uchun sheriklar tanlash;

— maslahatchilik tashkilotlarining taraqqiy topishi va xorijiy investisiyalarni jalb etishga ko'maklashish;

— yagona axborot-so' rovnoma fondini yaratish va yagona reklama strategiyasi (yo'nalishi)ni amalga oshirish yo'li bilan ularning a'zolari faoliyatini umummaqsadlar yo'lida jamlash va hokazo.

Konsalting firmalarining kichik biznes sohasida keng tarqalgan maslahat xizmatlari quyidagilardan iborat:

— barcha mulk shakllaridagi korxonalarni ro'yxatga olish uchun ta'sis hujjatlarni tayyorlash bo'yicha maslahatlar berish;

— marketing bo'yicha izlanishlar o'tkazish;

— xususiylashtirish, aksiyadorlashtirish dasturlarini ishlab chiqish;

— tashqi iqtisodiy faoliyat bo'yicha maslahat berish;

— reklama strategiyasini ishlab chiqish, reklama materiallarini tayyorlash va ularni tarqatish;

— huquq, moliya va boshqaruv masalalari bo'yicha maslahatlar berish;

— intellektual mulkni himoya qilish masalasi bo'yicha maslahatlar berish;

— ishchi xizmatchilarni tayyorlash va malakasini oshirish;

— tadbirkorlik va kichik biznesni taraqqiy toptirishga xizmat qiluvchi tadbirlarni o'tkazish;

— firma ish uslubini ishlab chiqish;

— xavfsizlik texnikasi, ishlab chiqarish sanitariyasi, madaniyat, atrof-muhitni himoya qilish masalalari bo'yicha maslahatlar berish;

— investisiyalarni jalb qilish, imtiyozli kredit olish, zaruriy resurs va kapitallarni sotib olish bo'yicha maslahatlar berish va hokazolar.

Injiniring korxonasi — muxandislik-maslahat xizmatlarni tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradi. Bunday korxona (firma):

— ishlab chiqarishni ta'minlash;

— mahsulot sotishni uyushtirish;

— ishlab chiqarish obyektlarini qurib, ishga tushirish yuzasidan maslahat berish bilan shug'ullanadi.

Eksport-injiniring firmalari boshqa mamlakatlarga xizmat ko'rsatadi, chet eldagi ilmiy g'oyalar va texnik ishlanmalarni xorijda joriy etadi, murakkab va ulkan loyihalarni amalga oshiradi. Injiniring bilan birga mashina va uskunalarni eksport qilib, etkazib beradi.

Qisqa xulosalar

O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining ishlab chiqarish, tijorat, moliya va maslahat tadbirkorligi kabi turlari keng rivoj topmoqda. Mamlakatimizda tadbirkorlikning yakka tartibdagi, xususiy, jamoa va aralash shakllari faoliyat yuritadi. Jamoa tadbirkorligi firmalar faoliyatida o'z ifodasini topadi. Firma muayyan turdagi mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishga ixtisoslashgan, bozordagi talab va taklifga ko'ra ish tutadigan, iqtisodiy jihatdan erkin va mustaqil korxonadir. Firmalarning turlari ko'p. Ularni quyidagilarga ajratish mumkin.

- xususiy firmalar;
- shirkat firmalari;
- davlat korxonalari;
- aralash firmalar.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Tadbirkorlikning qanday turlarini bilasiz?
2. Ishlab chiqarish tadbirkorligining mohiyati nimadan iborat?
3. Tijorat tadbirkorligining mohiyatini tushuntirib bering.

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

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010 yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011 yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011 yil 22 yanvar.

2. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir / I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2010. 80 b.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28 iyuldagi «Talim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar«t o'g'risidagi Farmoni. / Xalq so'zi. 2010-yil, 29 iyul.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. «Barkamol avlod yili» Davlat dasturi to'g'risida. 2010-yil 27 yanvar.

5. O'zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

6. *Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. T.: TDIU, 2010. — 267 b.

7. *G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik - mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185 b.

8. *Лапуста М.Г.* Малое предпринимательство: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 685 с.

9. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. 2 е изд., перераб. И доп. — М.: ЮНИТИ ДАНА, 2008. — 367 с.

III BOB KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

3.1. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish bir necha bosqichdan iborat. Ushbu bosqichlarning ketma-ketligi 3.1.1-rasmda aks ettirilgan.

Ta'sischilar tarkibini aniqlash va ta'sis hujjatlarini ishlab chiqish	Korxonani tashkil etish va uning faoliyati haqida ta'sischilar tomonidan shartnoma tuzish	Korxona nizomini tasdiqlash va bayonnomani rasmiylashtirish	Bankda vaqtincha hisob raqamini ochish	Korxonani ro'yxatdan o'tkazish
Davlat reestriga kiritish uchun korxona haqidagi ma'lumotlarni tayyorlash	Korxona ishtirokchilari omonatlarini bankka to'la kiritish	Bankda vaqtincha hisob raqamini ochish	Korxonani tuman soliq inspektsiyasida ro'yxatdan o'tkazish	Dumaloq muhr va burchakli shtamp tayyorlashga ruxsatnoma olish va ularni tayyorlash

3.1.1-rasm. **Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish bosqichi.**

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

o‘tgandan keyin 30 kun ichida Nizom kapitalining 50 foizi kelib tushishi lozim. Keyin korxona ta’sis etilgan joyidagi mahalliy hukumat idoralari tomonidan davlat ro‘yxatidan o‘tadi.

Birja, auditorlik firmalari va chet el sarmoyasiga ega korxonalar esa O‘zbekisto n Respublikasi Adliya vazirligida ro‘yxatdan o‘tadi. Korxonani davlat ro‘yxatidan o‘tkazish uchun ro‘yxatdan o‘tkazuvchi vakolatli organlarga quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

• korxonani ro‘yxatdan o‘tkazish to‘g‘risida ta’sischilarning arizasi;

• notarial idoralari tomonidan tasdiqlangan ikki nusxadagi ta’sis hujjatlari (korxona Nizomi, korxonaning ta’sis shartnomasi);

• korxona manzilini tasdiqlovchi hujjat;

• davlat bojini to‘laganligi to‘g‘risida bankdan berilgan hujjat;

• hokimiyatning vakolatli organlari tomonidan korxonaning nomlanishi to‘g‘risida berilgan guvohnoma;

• muhr va tamg‘aning uch nusxadagi namunasi.

Yangi korxonani tashkil etishda qonun tomonidan belgilangan tartibning buzilishi yoki uning ta’sis hujjatlarining qonun talablariga mos kelmasligi davlat ro‘yxatidan o‘tkazishning rad etilishiga olib keladi.

Korxonani davlat ro‘yxatidan o‘tkazishni rad etish sabablari asoslanmagan bo‘lsa, yoki korxonani ro‘yxatdan o‘tkazish belgilangan muddatlarda amalga oshirilmasa, sudga murojaat etish mumkin.

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

Davlat ro‘yxatidan o‘tkazilgan korxonaga: hokimiyatning korxonani davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi qaroridan

ko‘chirma nusxasi, hokimiyat ro‘yxatidan o‘tkazilgan va tasdiqlangan korxona Nizomi hamda korxonaning ro‘yxatdan o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi davlat orderi topshiriladi.

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

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

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

Ichki ishlar bo‘limi ruxsatni alohida xat ko‘rinishida beradi. Chizmalar esa kerakli yozuvlar bilan ma’qullanadi va muhr bilan tasdiqlanadi. Bankda hisob raqami ochish uchun quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

- korxona rahbarining arizasi;
- hokimiyat tasdiqlagan ta’sis hujjatlari;
- notarius tasdiqlagan imzo namunalari;
- muhr va tamg‘a bilan tasdiqlangan kartochkalar;
- hokimiyatning mahalliy kengashi korxonani davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganligi haqidagi qaroridan ko‘chirma yoki notarius tasdiqlagan ma’lumotnoma;
- soliq organidan ro‘yxatdan o‘tganligi haqidagi ma’lumotnoma.

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

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

Soliq to'lovchining identifikasiya raqami soliq to'lovchilar va yuridik shaxslarga soliq organi tomonidan xo'jalik yurituvchi subyektlarni ro'yxatdan o'tish shaklini to'ldirgan ma'lumotlar asosida beriladi.

Davlat soliq inspeksiyasida tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish bir marta amalga oshiriladi va tadbirkorlik faoliyatini to'xtashi munosabati bilangina bekor qilinadi.

Tadbirkorlik subyektlari o'z identifikasiya raqamini O'zbekisto n Respublikasi Soliq Kodeksiga muvofiq qo'llaniladigan barcha hujjatlarda ko'rsatishi shart.

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

Agar korxona aksiyadorlik jamiyati sifatida shakllanayotgan bo'lsa, uning ta'sischilari aksiyalarni sotib olish uchun unga obuna bo'lishi lozim. Aksiyalarni sotib olish uchun obuna ochiq bo'lganda ta'sischilar kelajakda aksiyalarga obuna bo'lish haqida xabarnoma chiqaradi. Xabarnomada aksiyadorlik jamiyatining predmeti, maqsadi va muddati, ta'sis majlisining vaqti, Nizom jamg'armasining hajmi, aksiyalarning miqdori va turi, ularning qiymati, aksiyalarga yozilish muddati va boshqa ma'lumotlar ko'rsatilgan bo'ladi.

Aksiyaga obuna bo'lganlar ta'sis majlisi bo'lgan kuniga qadar aksiyalar qiymatining 30 %ini kiritishi lozim. Agar aksiyalar ta'sischilar o'rtasida bo'linadigan bo'lsa, badal miqdori 50 %dan kam bo'lmasligi lozim. Aksiyador barcha aksiyalarni aksiyadorlik jamiyati ro'yxatidan o'tkazgandan so'ng bir yildan kechiktirmasdan sotib olishi lozim. So'ngra ta'sis majlisi o'tkaziladi. U quyidagi masalalarni hal etishi kerak:

- aksiyadorlik jamiyatini tuzish;
- aksiyadorlik jamiyati nizomini tasdiqlash;

• aksiyalarga obuna tugagandan so‘ng nizom jamg‘armasi miqdorini aniqlash;

• aksiyadorlik jamiyati boshqaruv organini saylash;

• jamiyatnin g faoliyat yo‘nalishlarini belgilash va boshqalar.

Ta’sis majlisi muvaffaqiyatli o‘tkazilgandan keyin yangi tashkil etilgan aksiyadorlik jamiyati ro‘yxatdan o‘tkaziladi va ro‘yxatdan o‘tkazilgan jamiyat o‘z faoliyatini yuritishga kirishadi.

2009-yilda ham tadbirkorlarning o‘z ishini tashkil etish bilan bog‘liq sarf-xarajatlarini qisqartirish ishlari davom ettirildi. Masalan:

• arxitektura-rejalashtirish topshiriq to‘plamlarini olish qiymati 4 barobar;

• loyiha-smeta hujjatlarini ekspertizadan o‘tkazish 2,5 barobar;

• kadastr hujjatlarini rasmiylashtirish qiymati 2 barobarga pasaytirildi.

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishdagi ruxsat berish jarayonlarining qisqartirilishi va to‘lovlarning optimallashtirilishi bilan bog‘liq tadbirlar natijalarini quyidagi jadval orqali yaqqolroq ko‘rish mumkin (3.1.1-jadval).

Jadvaldan ko‘rinadiki, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishda ruxsat berish jarayonlarini qisqartirish va to‘lovlarni optimallashtirish tadbirlari sezilarli darajada amalga oshirilgan.

Masalan, normativlar loyihalarining ekologik ekspertizasini o‘tkazish bo‘yicha to‘lov miqdori 75 marta, ekologik ekspertiza qiymati 25 marta kamaytirilgan. Buning natijasida har bitta tadbirkorlik subyekti uchun o‘z faoliyatini tashkil etishda umumiy holda 4207 ming so‘m miqdorgacha mablag‘larni tejash imkoniyati paydo bo‘ldi.

2009 davomida inventarizasiya natijasida aniqlangan qariyb 2 mingta bo‘sh bino kichik tadbirkorlik subyektlariga ijaraga berildi. Bunda binolarni ijaraga berish tariflari tadbirkorlik subyektlarining qayerda joylashgani va ularning faoliyat turiga qarab 3 barobardan 10 barobarga qadar kamaytirildi. Shuningdek, o‘tgan davr mobaynida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun quyidagi imtiyoz va qulayliklar yaratildi:

— mahsulotlarning gigiyenik sertifikatining amal qilish muddati ilgarigi 3 yildan endilikda cheklanmagan muddatga o‘tkazildi;

3.1.1-jadval

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishda ruxsat berish jarayonlarining qisqartirilishi va to'lovlarning optimallashtirilishi

Ruxsat berish bilan bog'liq jarayonlar turlari	To'lov miqdori				To'lov miqdorining qisqarishi (foizda)
	Avval amalda bo'lgan		Yangi kiritilgan		
	eng kam ish haqi miqdori bo'yicha	so'mda*	eng kam ish haqi miqdori bo'yicha	so'mda*	
Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan, o'tkazish	5	140200	2	56080	- 60
Bankdahisob raqamini ochish	1	28040	0,5	14020	- 50
Arxitektura-rejalashtirish topshiriqlarini ishlab chiqish	40	1120000	10	280400	- 75
Yer uchastkasini rasmiylashtirish	—	130000	—	58000	- 56
Ekologik ekspertiza	25	701400	1	28040	- 96
Loyiha-smeta hujjatlarini ekspertizaqilish	10	280400	3	84120	- 70
Qurilish davomida nazorat-ijro s'emkalari o'tkazish	5	140200	3	84120	- 40
Normativlar loyihalarining ekologik ekspertizasini o'tkazish	75	2103000	1	28040	- 98,7
Gigiyenik sertifikatlar olish	10	280 400	3	84 120	- 70
Jami to'lovlar qiymati (lisenziyava ruxsatnomalarsiz)	—	5037660	—	830960	- 83,5

* Izoh: eng kam ish haqi miqdori to'lovlarni qisqartirishga oid me'yoriy hujjatlar qabul qilingan davrga tatbiqan olingan.

— fitosanitariya xulosalarini taqdim qilish muddatlari qisqartirildi;

— elektr va issiqlik tarmoqlariga ulanish uchun texnik shartlarni bajarish muddatlari 1 oydan 3 kungacha qisqartirildi;

— binolarni turar joydan noturar joy toifasiga o'tkazish jarayoni soddalashtirildi;

— davlat mulkidagi bo'sh binolar ijara haqlari 10 va undan ko'p barobargacha tushirilishi natijasida ularning 81 foizi (aniqlangan 3650 tadan 2939 tasi) tadbirkorlik subyektlariga ijaraga berildi;

— tashqi reklamani joylashtirish tariflari o'rtacha 20 dan 30 foizgacha pasaytirildi hamda ayrim hududlarning qishloq joylarida haq olish bekor qilindi. Buning natijasida tashqi reklama beruvchi tadbirkorlarning ulushi 34 foizgacha oshdi;

— tashqi reklamani joylashtirish qiymati Toshkent, Farg'ona, Jizzax, Namangan va Navoiy viloyatlarining qishloq joylari uchun 50 foizgacha pasaytirildi;

— elektr energiyasining oldi-sotdi shartnomasida belgilangan hajmga nisbatan kam sarflanishi uchun jarimalar bekor qilindi va ortiqcha sarflash bo'yicha jarimalar 50 foizga qisqartirildi.

3.2. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalariga lisenziya berish tartibi

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

Lisenziya beruvchi organlar 3.2.1-jadvalda keltirilgan.

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

Agar lisenziya berish uchun kerakli qaror qabul qilishda ekspertiza talab qilinsa, bu ekspertizani vazifasi nazorat qilishdan iborat davlat organlari amalga oshiradi. Ekspertiza xulosasi olingandan so'ng, 15 kun mobaynida ariza va zarur hujjatlar

topshirilgach, 60 kundan kechiktirmay, qaror qabul qilinadi. Bunda ekspertiza o'tkazish uchun ketgan xarajatlarni ariza beruvchi to'laydi.

3.2.1-jadval

Kichik biznes subyektlariga lisenziya beruvchi organlar

Lisenziya beruvchi organlar	Faoliyat turi
Vazirlar Mahkamasi	• raketa-kosmik majmui; • aloqa tizimlari; • qimmatbaho metallar; • qimmatbaho toshlar qazib olish; • qimmatbaho toshlar va mettallardan zargarlik buyumlari yasash; • havo taransporti va boshqa faoliyat turlari.
Adliya vazirligi	• yuridik shaxslarning yuridik faoliyat bilan shug'ullanishga, masalan, advokatlik maslahati, notarial idora va boshqalar.
Moliya vazirligi	• qimmatli qog'ozlarni chiqarish; • lotereya o'yinlarini o'tkazish va boshqalar.
Markaziy bank	• valyuta qiymatliklari bilan operasiyalar o'tkazish; • tijorat banklari ochish va boshqalar.
Ichki ishlar vazirligi	• ovchilik va sport o'qotar qurollari va ularga o'q-dorilar ishlab chiqarish, tuzatish va sotish; • sovuq qurollar ishlab chiqarish va sotish; • tarkibida narkotik moddalar bo'lgan ekinlarni ekish, qayta ishlash va sotish; • narkotik moddalar tayyorlash, sotish va boshqalar.
Sog'liqni saqlash vazirligi	• farmakologik preparatlar ishlab chiqarish va sotish; • tibbiy xizmat ko'rsatish; • parfyumeriya va kosmetika buyumlari, maishiy kimyo tovarlarini tayyorlash va boshqalar.
Xalq ta'limi, Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirliklari	• sog'lomlashtirish va bolalar, o'smirlar hamda yoshlar lagerlarini tashkil qilish; • xususiy o'quv muassasalarini ochish va boshqalar.
O'zbekiston pochta va telekommunikasiyalar agentligi	• aloqa xizmati ko'rsatish.

Lisenziya ikki nusxada bo'lib, hujjat berishga javobgar shaxs tomonidan qo'l qo'yilib, berayotgan organning muhri bosilib, bir nusxada ariza beruvchiga topshiriladi.

Lisenziyada quyidagilar ko'rsatilgan bo'ladi:

— lisenziya berayotgan muassasa nomi;

— yuridik shaxsning nomi va manzili yoki tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirayotgan shaxsning ismi-sharifi, turar joyi;

— lisenziya berilayotgan faoliyat turi;

— faoliyatni amalga oshirish qoidalari va shart-sharoitlari;

— lisenziyaning ro'yxat raqami, berilgan vaqti va muddati.

Agar tadbirkor ruxsat etilgan faoliyatni amalga oshirishda lisenziyada belgilangan qonun-qoidalar yoki amaldagi qonunlarni buzsa, shuningdek aholi hayotiga xavf-xatar keltiruvchi faoliyat bilan shug'ullansa, u holda lisenziya bergan muassasa tadbirkorni lisenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilishga haqlidir.

Agar tadbirkorlik faoliyati tugatilsa yoki tadbirkor lisenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilinsa, u holda lisenziya bergan muassasa lisenziyani bekor qiladi.

3.3. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarishning maqsadi va vazifalari

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

Korxonaning boshqaruv tarkibi deganda, boshqaruv maqsadlarini amalga oshiruvchi va vazifalarini bajaruvchi, o'zaro bog'langan turli boshqaruv organlari va bo'g'inlarining majmui tushuniladi.

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

Boshqaruvning maqsadi, vazifasi, obyekti va organlari uning tashkiliy tarkibini belgilab beradi. Tashkiliy tarkiblarni hosil qiladigan boshqaruv organlari boshqaruv bo'g'inlari va boshqaruv bosqichlari shaklida bo'ladi.

Boshqaruv bo'g'ini boshqaruvning ayrim yoki qator vazifalarini bajaruvchi mustaqil bo'limlardir. Bu bo'limlar o'rtasidagi bog'lanish va aloqalar gorizontal xarakterga ega bo'ladi.

Boshqaruv bosqichi iyerarxiyaning muayyan darajasida amal qiladigan bo'g'indir. Masalan:

Boshqaruv bosqichlari bir boshqaruv bo'g'inining ikkinchisiga, odatda, quyi bo'g'inning yuqori bo'g'iniga izchillik bilan bo'ysunishini ko'rsatadi. Bu vertikal bo'yicha bo'linishdir.

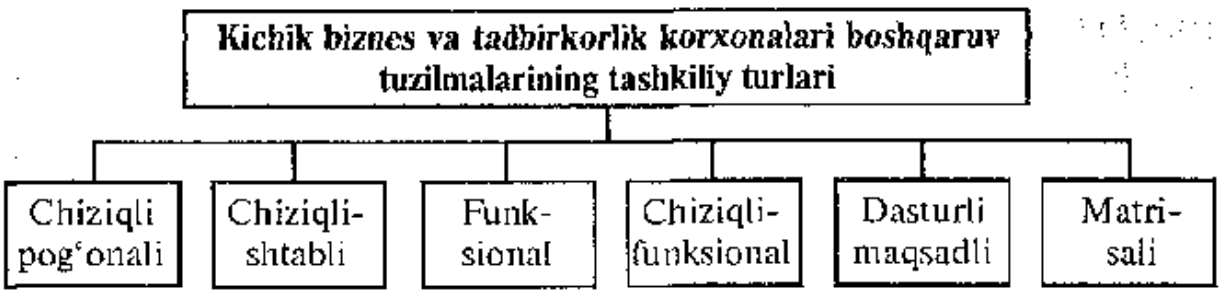
Barcha bo'g'in hamda bosqichlarning tarkibi, ularning o'zaro bo'ysunish tartibi, har bir boshqaruv organi va bo'g'inining huquq hamda burchlari, ular o'rtasidagi munosabatlar **boshqaruv tizimini** tashkil etadi.

Boshqaruv tizimini turli jabhalarga bo'lish mumkin: butun tarmoqni boshqarish; har bir tarmoq tasarrufidagi korxonalarni boshqarish; korxonalar ichidagi bo'limlarni boshqarish va h.k.

3.4. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmalari

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalari boshqaruvi tashkiliy tuzilmalarining quyidagi turlari mavjud (3.4.1-rasm).

Har bir tarkibda rasmiy va norasmiy aloqalar mavjud. Rasmiy aloqalar, avvalo, vertikal aloqalardir. Ular rahbarlik va bo'ysunishning turiga ko'ra, bir-biridan farq qiladi.



3.4.1-rasm. **Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmasi**

Agar rahbarlik to'laqonli bo'lib, quyi organ quyi faoliyatga doir barcha masalalarga daxldor bo'lsa, u holda bu xildagi aloqa chizi qli rasmiy aloqa deb ataladi.

Agar rahbarlik cheklangan bo'lib, quyi organ faoliyatiga doir masalalarga daxldor bo'lsa, u holda bu xildagi aloqa funksional rasmiy aloqa deb ataladi.

Organlar o'rtasida vertikal aloqadan tashqari gorizontal aloqalar ham mavjud bo'lib, ular muvofiqlashtirish, uyg'unlashtirish va hamkorlik qilish tarzidagi aloqalardir.

Boshqaruv tarkibida rasmiy aloqalar asosiy o'rinni egallaydi. Lekin norasmiy aloqalar ham muhim ahamiyatga ega. Ba'zan ular tashkilotning ishini yo'lga qo'yishda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Norasmiy aloqalar turlicha bo'lishi mumkin. Bular jumlasiga korxonadagi qarindoshlik aloqalari, unda tarkib topgan umumiy manfaatlar, masalan, kasblar, qiziqishlar, sport bilan shug'ullanish yoki do'stona munosabatlar kiradi.

Norasmiy aloqalarga ham e'tibor berish kerak. Chunki:

— *norasmiy aloqalar rasmiy tarkibning* barcha bo'g'inlari bilan bog'langan bo'ladi;

— qator munosabatlar ishdan tashqarida paydo bo'ladi va korxonaning barcha ishiga ta'sir ko'rsatadi;

— norasmiy tizim ko'pgina ko'rsatkichlari bo'yicha korxona faoliyatining samarali tashkil qilinishiga imkon beradi.

Ammo norasmiy aloqalarning salbiy jihatlari ham yo'q emas. Ehtiyotkorlik, sezgirlik yo'q bo'lgan joyda guruhbozlik, mahalliychilik, qarindosh-uru g'chilik va shunga o'xshash ko'rinishlar paydo bo'lishi mumkin.

Chiziqli (pog'onali) tuzilma. Chiziqli (pog'onali) tarkib boshqaruv *tarkibining eng sodda turi hisoblanadi. Bunda boshqaruvning* hamma vazifalari korxona rahbari qo'lida to'planib, barcha quyi rahbarlar va ishlab chiqarish yacheykalari unga bo'ysunadi. Har bir rahbar o'ziga ishonib topshirilgan bo'linma faoliyatini yakkaboshchilik asosida boshqaradi va zarur qarorlarni mustaqil ravishda qabul qiladi.

Bo'ysunuvchi xodimlar faqat bevosita rahbarlarining farmoyishlarini bajaradilar. Yuqori turuvchi rahbar xodimlarga bevosita

boshlig'ini «chetlab» murojaat qilmasligi kerak. Masalan, korxona direktori sex boshlig'ini chetlab masterga buyruq bermasligi kerak.

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

Chiziqli tarkibning ijobiy tomonlari:

— o'zaro zid, chalkash topshiriqlar berilish hollarini kamaytiradi:

— yakkaboshchilik va shaxsiy javobgarlik mustahkamlanadi;

— bu tarkib oddiy, puxta va tejamlidir;

— bosqichlar soni kam bo'ladi;

— boshqariluvchi obyekt ishiga kam kishi aralashadi;

— vazifalar tez hal etiladi;

— butun tizim samarali ishlaydi;

— xodimlar faqat o'z rahbariga hisobot beradilar.

Chiziqli tarkibning salbiy tomonlari:

— bunday tarkib oddiy masalalarni hal etishga mo'ljallanganligi sababli uning borasida kompleks masalalarini hal etish ancha qiyin kechadi;

— bunday sharoitda rahbarlar ko'proq tezkor ishlar bilan band bo'lib, strategik muammolarni e'tibordan chetda qoldiradilar;

— bunday boshqaruv sharoitida buyruqbozlik va rasmiyatchilikning paydo bo'lish xavfi kuchli bo'ladi, bunga sabab, tarkibning har bir bo'g'inida rahbar o'z lavozimi bo'yicha farmoyish berish huquqiga ega bo'lishidir.

Boshqaruvning chiziqli tarkibi uncha murakkab bo'lmagan ishlab chiqarish sharoitida ijrochilarning vazifalari oddiy, buyruq va axborotlar hajmi kam bo'lganda o'zini oqlashi mumkin. Ishlab chiqarish tobora murakkablashib, ish ko'lamining kengayib borishi boshqaruv vazifalarini tabaqalashtirishni talab etadi, chiziqli tarkibning o'rniga chiziqli-shtabli tarkibning vujudga kelishini taqozo etadi.

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

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

Chiziqli rahbarlar korxonaning bosh maqsadiga erishish yo'lidagi birlamchi vazifalarning bajarilishiga mas'ul bo'lsalar, shtabdagilar esa birlamchi vazifalarga tobe ikkilamchi vazifalarning bajarilishiga javobgardirlar. Ular maslahat berish vazifasini bajaradilar. Chiziqli rahbarlarning asosiy vazifasi taklif etilgan ijobiy va salbiy maslahatlardan maqsadga muvofiqlarini aniqlash va uni qabul qilishdan iboratdir.

Bu tarkibning afzalligi shundan iboratki, chiziqli rahbarlar o'z diqqatlarini ilmiy tadqiqot ishlariga emas, balki, asosan, korxonaning joriy faoliyatiga qaratadilar. Kamchiligi boshqaruv tizimida ortiqcha bo'g'inlarning paydo bo'lishi, natijada boshqaruv tezkorligining susayishi, boshqaruv xarajatlarining o'sishiga olib kelishidir.

Funksional tuzilma. Funksional tuzilma tarkibi rahbarlar va tarkib bo'g'inlarining boshqaruv faoliyatini ixtisoslashtirishga qaratilgan. Bunda har bir boshqaruv bo'g'iniga muayyan vazifalar biriktirib quyiladi.

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

Funksional bo'linmalar bevosita barcha quyi tarkib bo'linmalarining faoliyatini boshqaradi. Funksional boshqarish u yoki bu vazifa vakolatiga taalluqli tor doiradagi masalalar bo'yicha quyi bosqichning organ va bo'linmalari faoliyatiga rahbarlikni ta'minlaydi. Masalan, korxonaning reja bo'limi sexlarning reja byurolariga rahbarlik qiladi.

Bunda ham funksional bo'limlar rahbarlarining vertikal bo'yicha iyerarxiyasi va bo'ysunishi mavjud. Ammo chiziqli tarkibdan farqli o'laroq, bunday bo'ysunish ma'muriy emas, balki sof uslubiy maslahatli bo'ysunishdir. Masalan, korxona reja bo'limining boshlig'i sex reja byurosi boshlig'iga, hatto aynan shu vazifaga doir masala bo'yicha ham buyruq berish huquqiga ega emas. Biror ma'muriy buyruqni korxona direktori sex boshlig'iga berishi mumkin, sex boshlig'i esa sex reja byurosi boshlig'iga shunday buyruq bera oladi.

Funksional tarkib ham ijobiy va salbiy tomonlarga ega.

Funksional tarkibning ijobiy tomonlari:

— bu tarkibda boshqaruv faoliyati chuqur ixtisoslashadi. Bu esa boshqaruv samaradorligining kasb mahorati darajasining o'sishini ta'minlaydi. Masalan, marketing bo'yicha mutaxassis shu sohani boshqa yuqori organlar rahbarlaridan yaxshi biladi va bu ishni yuqori saviyada bajaradi;

— funksional sohada muvofiqlashtirish ishini yaxshilashga erishiladi. Xodimlar bunga tez ko'nikma hosil qiladilar;

— moddiy xarajatlarni kamaytiradi, boshqarishdagi takrorlanishlarga chek qo'yadi va hokazo.

Funksional tarkibning salbiy tomonlari: funksional organlar o'ziga topshirilgan vazifalarni sifatli bajarishdan manfaatdor bo'lib, «begona» vazifalar uchun ham, butun korxonaning umumiy faoliyati uchun ham javob bermaydi. Bunda har bir rahbar o'z vazifasi bo'yicha farmoyish berish uchun barcha huquqlarga ega. Binobarin, bu narsa yakkaboshchilik tamoyillarining buzilishi, ijrochilarning mas'uliyati kamayib, intizomning bo'shashishiga olib keladi. Chunki har bir ijrochi bir boshliqqa emas, ayni vaqtda, bir necha boshliqqa bo'ysunadi, ko'pincha ulardan bir-biriga zid ko'rsatmalar oladi.

Chiziqli-funksional tarkibda asosiy boshqaruv — chiziqli boshqaruv hisoblanadi. Hamma boshqaruv bosqichlari va uchastkalarni mustaqil boshqarishda chiziqli rahbarlar tayinlanadi. Ularga ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatini yakkaboshchilik tamoyillariga ko'ra boshqarish huquqi berilgan bo'lib, ular olinadigan natijalar uchun to'liq javobgardirlar.

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

Mazkur tarkibning kamchiliklari:

— chiziqli va funksional xodimlar o'rtasida kelishmovchiliklar paydo bo'ladi;

— tadbirkorga funksional xodimlar faoliyatini muvofiqlashtirish qiyinroq kechadi.

Dasturli-maqsadli tuzilma. Hozirgi zamon korxonalari faoliyatidagi ko‘pgina muammolarni hal etish gorizontal bo‘yicha kelishib olish va muvofiqlashtirishni talab etadi. Masalan, korxona yangi xil mahsulot ishlab chiqarishga ko‘chadigan bo‘lsa:

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

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

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

Loyiha bo‘yicha boshqaruv qisqa muddatda yangi texnika va texnologiyani joriy etish zarurati tug‘ilgan hollarda qo‘llaniladi. Bunda vaqtinchalik maxsus xizmat bo‘limi tuzilib, unga resurslar beriladi. Bu bo‘lim loyiha tuzadi va uning joriy etilishini nazorat qiladi.

Loyiha bo‘yicha boshqaruv muntazam rahbarlikni aniqlashtiradi, kichik bo‘laklarga ajratadi yoki to‘ldiradi. U loyihani bajarish uchun korxonaning barcha funksional xizmatlari va bo‘linmalari faoliyatini muvofiqlashtiruvchi organ hisoblanadi. Bu organga tegishli huquqlar beriladi. U vazifalarning bajarilishi uchun to‘la javobgar bo‘ladi.

Bunday boshqaruv ko‘p nomenklaturali ishlab chiqarishda qo‘llaniladi. Loyiha rahbari maxsus vakolatga ega bo‘lib, texnologik

ishlarni zvenolar bilan ishchilar o‘rtasida taqsimlaydi, uning bajarilishini o‘z loyihasi doirasida nazorat qilib boradi. Chiziqli rahbarning shu ishlarga oid buyruqlari loyiha rahbari bilan kelishiladi. Bunda bajaruvchi kishi ikki va undan ortiq rahbarga ega bo‘lib, ularga bo‘ysunadi.

Mahsulotga ko‘ra boshqaruv tarkibining afzalligi axborotlarning kelish yo‘llari va oqimining qisqarishi, yakkaboshchilik tamoyiliga to‘la rioya qilinishi, boshqaruvning yuqori bosqichlarini kichik joriy vazifalardan xalos etishda namoyon bo‘ladi. Bunday tarkib bozorda talabning o‘zgarishiga tezkor munosabat bildirishga qodirdir.

Matrisali tuzilma. Matrisali tarkib bo‘yicha boshqaruv ancha murakkab bo‘lib, u mahsuloti nisbatan qisqa «umr» ko‘radigan va tez-tez o‘zgarib turadigan korxonalar tomonidan qo‘llaniladi. Bu tarkib korxonada gorizontal aloqalarni yo‘lga qo‘yish va ularni zamonaviy kompyuterlar yordamida murakkab buyurtmalarini bajaruvchi turli korxonalar faoliyati bilan bog‘lash, texnika sohasida yuqori malakali xizmat ko‘rsatish va ekspertizani ta’minlashga qaratilgan. Ushbu tarkibni «tur» ko‘rinishida tasavvur etish mumkin. U ikki turdagi tarkibning kombinasiyasini ifodalaydi.

Boshqaruvning matrisali tarkibining mohiyati shundaki, unda har bir xodim, ayni bir vaqtning o‘zida, loyiha bo‘yicha boshqarish, shuningdek funksional organida xizmatda bo‘ladi hamda ikki yoqlama bo‘ysunadi. Bu tarkibning o‘ziga yarasha afzalliklari bor. Bular quyidagilardir:

— boshqaruv jarayonidagi (gorizontal) aloqalarning uzunligini keskin qisqartiradi va tartibga soladi;

— qarorlar qabul qilishni tezlashtiradi va ularning mazmuni hamda natijalari uchun mas’uliyatni oshiradi;

— korxonaning ichki va tashqi sharoitlariga ta’sir etuvchi omillarning o‘zgarishiga tezda ko‘nikma hosil qiladi va shunga muvofiq ravishda amal qiladi;

— chiziqli bo‘ysunish vositasida bo‘lim ichida byurokratiyaga bo‘lgan moyillikni bir qadar so‘ndiradi va hokazo.

Shu bilan bir qatorda, matrisali tarkibning ham ayrim kamchiliklari bor. Bular tarkibning murakkabligi va boshqaruv organlarining real vakolatiga ega emasligidir.

Boshqaruvning tashkiliy tarkiblari to‘g‘risida yakuniy xulosalarga kelar ekanmiz, boshqaruvning qarab chiqilgan tashkiliy tarkiblaridan birortasini ham rasmiy tarkib deb bo‘lmaydi. Shu bois har bir korxona (firma) o‘z oldidagi maqsad va iqtisodiy muhitining o‘ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib, uning talablarini yuqori darajada qondiradigan tashkiliy tarkib turini tanlashi kerak.

3.5. Kichik biznes va tadbirkorlikda rahbarning boshqaruv uslubi

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

Kichik biznes va tadbirkorlikda rahbarlikning quyidagi boshqaruv uslublaridan foydalaniladi:

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

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

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

Qisqa xulosalar

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

Kichik biznes korxonalari boshqaruv tarkibining chiziqli-po g‘onali, chiziqli-shtabli, funksional, chiziqli-funksional, dasturli-ma qsadli, matrisali turlari mavjud.

Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarishda jahon amaliyotidan olingan va eng samarali usul bo‘lib, ikki pog‘onali usul, ya’ni rahbar-bajaruvchi usuli hisoblanadi. Bu usulning samarasi uning oddiyligi hamda rahbar va bajaruvchi o‘rtasidagi munosabatlarning to‘g‘ridan-t o‘g‘ri bog‘langanligidadir.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Boshqaruvning tashkiliy tuzilma nima?
2. Boshqaruv bo‘g‘ini va bosqichlari to‘g‘risida so‘zlang.
3. Korxonada samarali boshqaruv deganda nimani tushunasiz?
4. Chiziqli (pog‘onali) tuzilmaning mohiyati nimada?
5. Chiziqli-shtabli tuzilma nima?
6. Funksional tuzilmaning o‘ziga xos xususiyati nimada?
7. Dasturli-ma qsadli tuzilmaning mohiyati nimada?
8. Matrisali tuzilma nima?
9. Boshqaruv tuzilmalarining o‘zaro farqi nimada?
10. Rahbarning boshqaruv uslubi deganda nimani tushunasiz?
11. Kichik biznes va tadbirkorlikda rahbarlikning qanday boshqaruv uslublaridan foydalaniladi ?

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo‘ljallangan eng muhim ustuvor yo‘nalishlarga bag‘ishlangan O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma’ruzasi. // Xalq so‘zi, 2011-yil 22 yanvar.

2. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir /I.A.Karimov. Toshkent: «O‘zbekiston», 2010. 80 b.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 14 iyundagi PF-3619-sonli «Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanadi takomillashtirish chora tadbirlari to‘g‘risida«gi Farmoni.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 20 iyundagi PF-3620-sonli «Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirish borasidagi qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida«gi Farmoni.

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 24 iyundagi PF-3622-sonli «Tadbirkorlik subyektlarining xo‘jalik sohasidagi huquq-buzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to‘g‘risida«gi Farmoni.

6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 15 iyundagi PQ-100-sonli «Tadbirkorlik subyektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to‘g‘risida» gi qarori.

7.O‘zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

8. *Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. O‘quv qo‘llanma. — T.: TDIU, 2010. — 267 b.

9. *G‘oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.J., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik - mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185 b.

IV BOB KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'EKTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

4.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati

Marketing kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida qaror qabul qilish va uni ishlab chiqishda kichik biznes va tadbirkorlikning samarali vositasi hamda asosi hisoblanadi, kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarish tizimida, uni tashkil etishda, rejalashtirish va nazorat qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. «Ay-si-ay» konserni boshqaruvi raisi Djon harvi Djons kichik biznes va tadbirkorlikda marketingni o'rnining tavsiflab shunday deydi: «Marketing kichik biznes va tadbirkorlikning tayanch omilidir. Bu nafaqat yoqilg'i, balki kema komandasidir»[1].

Marketing elementlari XVII asrning o'rtalarida paydo bo'la boshladi. Bu davrgacha tovarlarni natural ayirboshlashning turli shakllari kelib chiqdi, keyinchalik marketing faoliyatining birinchi elementlari, ya'ni reklama, narx, sotish kabilarning rivojlanishi kuzatildi.

Marketing tushunchasi bozor sohasining har qanday faoliyati bilan bog'liqdir, marketing so'zining tarjimasi va kelib chiqishi (inglizcha «market» — «bozor» so'zidan bo'lib faol, faoliyat, harakat ma'nolarini anglatadi).

Marketing nafaqat falsafa, fikrlash tarzi va iqtisodiy tafakkur yo'nalishinigina emas balki ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot bo'yicha amaliyot faoliyati ham anglatadi.

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

[1] *Г. Л. Багиев и др.* Маркетинг. Учебник. — СПб.: Питер, 2008. — С83.

Bu tushunchalar marketing tushunchasi, mohiyatini aniqlashga imkon beradi.

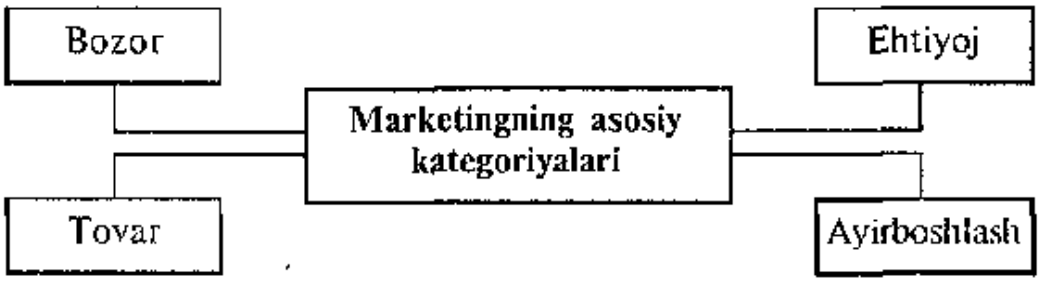
Quyida marketingning asosiy kategoriyalari berilgan (4.1.1-rasm).

Muhtojlik kishining biror-bir narsaning etishmasligini his etishidir.

Ehtiyoj — individ shaxsning madaniy darajasiga asosan muayyan bir natsaga muhtojligidir.

Talab xarid quvvatiga ega ehtiyoj.

Talab mavjud potensial hamda xohish-talabga bo'linadi.



4.1.1-rasm. **Marketingning asosiy kategoriyalari.**

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

Marketingning mohiyati iste'molchilar talabiga mos tovarni ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish hamda unga talab, ishlab chiqarish imkoniyatlarini mo'ljallashdan iborat. Bunda faol marketingdan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu xususda mamlakatimiz Prezidenti I. Karimov ta'kidlaganidek «...Keyingi vaqtda jahon bozorida narxi keskin tushib ketgan xomashyo resurslarini eksport qilish amaliyotida imkon qadar tezroq qutilish, tayyor raqobatbardosh mahsulotlar eksportini faol oshirish va bu mahsulotlar etkazib beriladigan mamlakatlar geografiyasini yanada kengaytirishimiz kerak. Bu borada yangi bozorlar, yangi transport yo'laklarini topish, bir so'z bilan aytganda, faol marketingga asoslangan tashqi iqtisodiy siyosat yuritish zarur»[1].

[1] *I.A. Karomiv.* Asosiy vazifamiz — vatanimiz taraqqiyoti va halqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir. Toshkent: O'zbekiston, 2010. — 64-b.

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

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

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

Marketing quyidagilarni o'rgatadi:

- bozorni o'rganish;
- uni taqsimlash;
- tovarlarni joylashtirish;
- marketing siyosatini olib borish;
- tovar siyosati;
- narx siyosati;
- taqsimot siyosati;
- siljitish (yo'naltirish) siyosati;
- yuksalish, qo'shimcha xizmatlar (Plus) - (bunga marka, sotishdan keyingi xizmat, kafolat va texnik yordam, etkazib berish, assortiment, shaxsiy iste'mol va boshqalarni kiritish mumkin).

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

Marketing tamoyillari marketing asosi va uning mohiyatini ochib beruvchi holat, talabdir. Marketingning mohiyati tovar

ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish albatta iste'molchiga, talab ishlab chiqarish imkoniyatlarini doimo bozor talabiga mo'ljallashdan iborat. Marketing mohiyatidan quyidagi asosiy tamoyillar kelib chiqadi. Marketingning asosiy tamoyillari:

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

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

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

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

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

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

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

4.2. Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentasiyasining mohiyati va ahamiyati

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

Bozorda xaridorlarning ma'lum bir tovarga talablari xilma-xildir, har bir xaridorning o'z didi bor. Xaridorning talabi, xohishi, ehtiyoji, turmush tarzi, tovar sotib olishdagi xulq-atvori haqidagi ma'lumotlar samarali marketing tadbirlari ishlab chiqish va amalga oshirish imkoniyatlarini vujudga keltiradi. Ya'ni bozor segmentasiyasi xaridorlarning talabiga muvofiq tovarning taklif etilishi va tovarga talabning qat'iyligini ta'minlaydi.

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

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

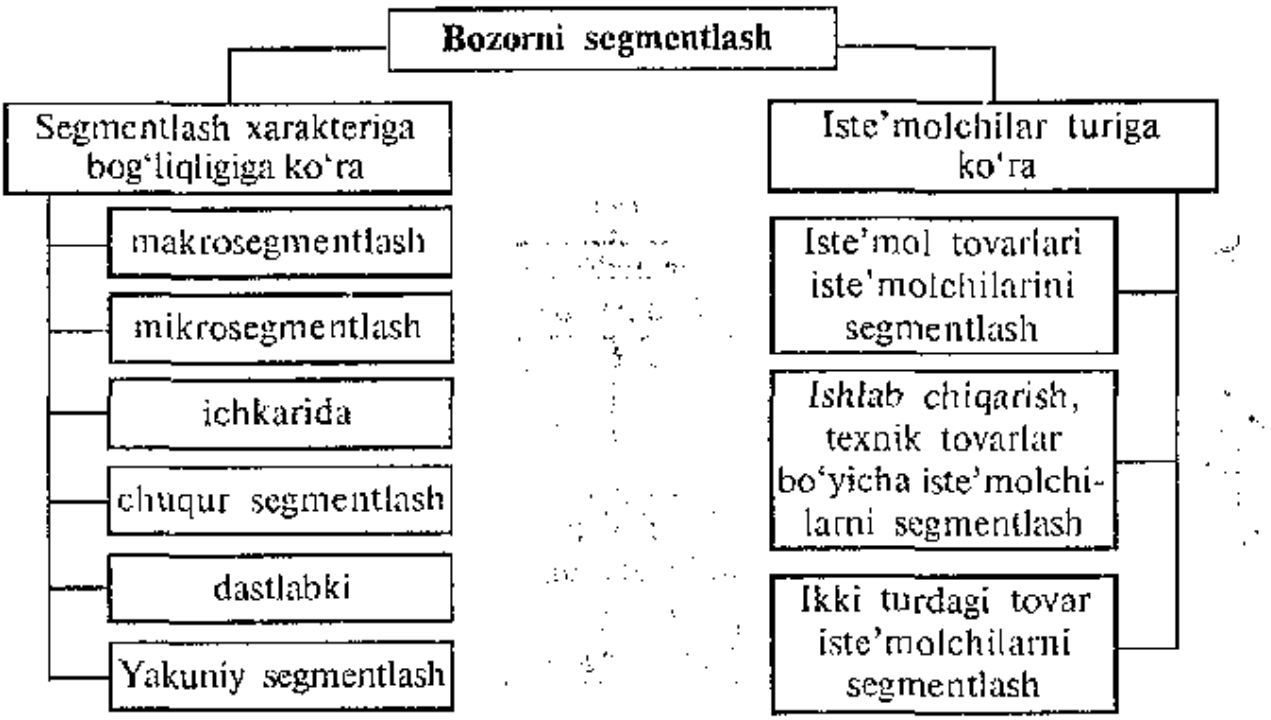
Sanoat tovarlari va keng iste'mol tovarlari uchun tanlov mezonlari bir-biridan juda keskin farq qiladi. Rejalashtirish ehtiyojlariga juda mos keladigan maqbul mezon tovarni bozorda joylashtirish masalalariga umuman to'g'ri kelmasligi mumkin. Mabodo muayyan mezon xaridorlar o'rtasida paydo bo'lgan farqlarni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

Bozorni segmentlash orqali, xo'jalik yurituvchi subyekt quyidagi maqsadlarni ko'zlaydi:

- iste'molchilarni xohish va talabini maksimal ravishda hisobga olish;
- tovarni (xizmatni) va xo'jalik yurituvchi subyektni raqobatbardoshligini ta'minlash;
- xo'jalik yurituvchi subyekt xarajatlarini optimallashtirish;
- xo'jalik yurituvchi subyektning marketing strategiyasi samaradorligini oshirish;
- raqobatchilardan xolis bo'lgan segmentlarga yo'nalishi.

Segmentlashning asosiy maqsadi bozordagi xatti-harakatlarni o'rganib, ularning obrazini (modelini) va kelajakdagi ehtiyoj talablarini tasavvur qilishdan iborat. Hozirgi raqobatda yutib chiqishning asosiy sharti yangi, yuqori sifatli tovar va kompleks servis texnika xizmatlar hamda samarali sotish usullarini qo'llashdan iborat bo'lib qoldi. Ana shu talablar asosida marketing tadqiqotlarining ustuvor turi iste'molchilarni o'rganish va bozorni segmentlashdan boshlanadi, chunki bozor bir xil subyektlardan tashkil topgan emas.

Bozorni segmentlarga bo'lish xaridorlarning tovarga talablari va xaridorlar tavsiflari to'g'risidagi eng muvofiq bilimlarni talab qiladi. Quyidagi 4.2.1-rasmda bozorni segmentlash turlari berilgan.



4.2.1-rasm. **Bozorni segmentlashning turlari.**

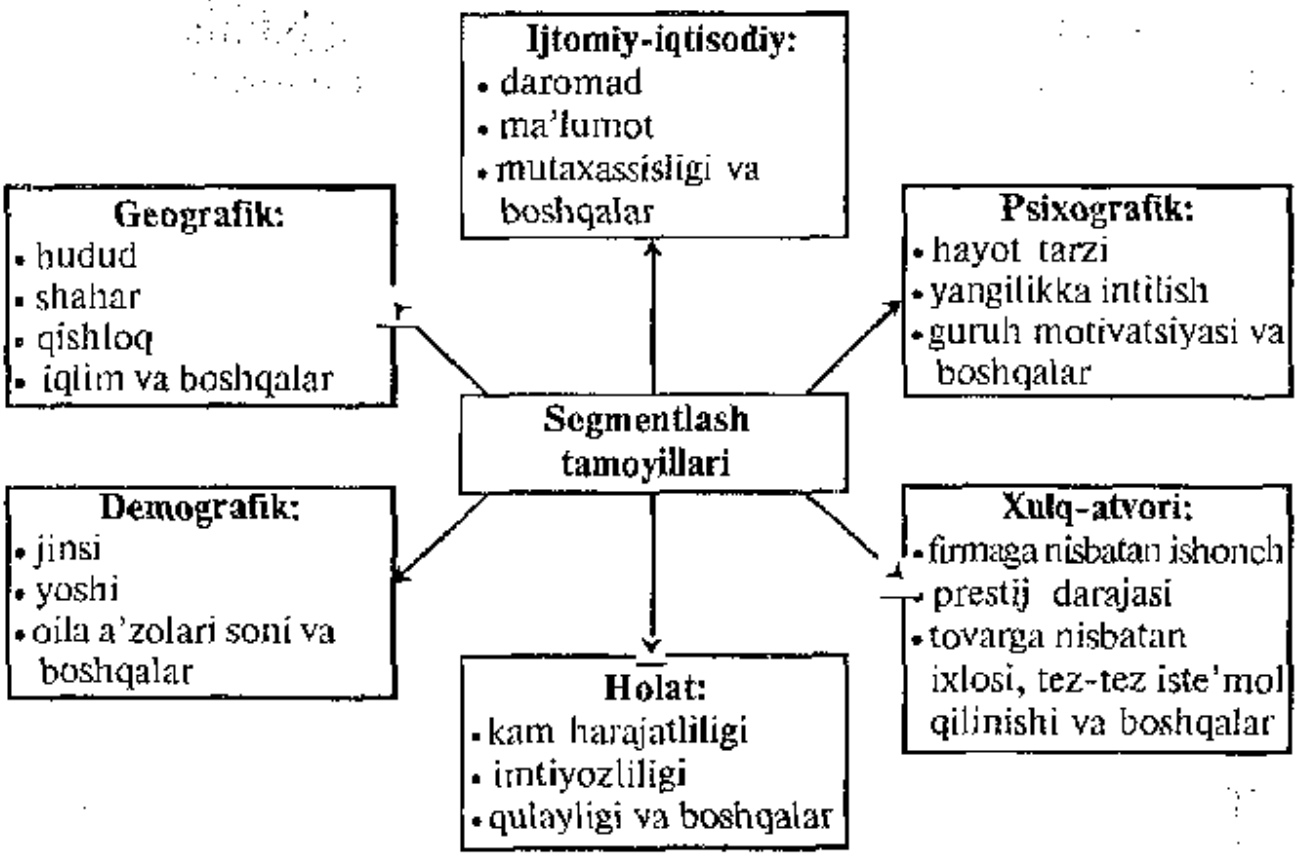
Makrosegmentlash bozorlarni hududlar, mamlakatlar bo'yicha ularning sanoatlashuviga qarab bo'lishni ko'zda tutadi. Mikrosegmentlash esa bir mamlakat iste'molchilarini yanada batafsilroq mezonlar bo'yicha guruhlarga bo'ladi.

Ichkarida segmentlashda segmentlash jarayoni keng iste'molchi guruhlari bilan boshlanib, keyin tovar yoki xizmatlarni oxirgi iste'molchilari klassifikasiyasiga bog'liqligiga qarab, bosqichma-bos qich chuqurlashadi.

Chuqur segmentlashda tor iste'molchi guruhlari (segmentlari) bilan boshlanib, keyin tovarni ishlatish va qo'llanish sohasidan bog'liqligiga qarab kengaytirishni nazarda tutadi. Avvaldan segmentlash maksimal bozor segmentini o'rganishga mo'ljallangan marketing tadqiqotining boshlang'ich bosqichidir.

Yakuniy segmentlash bozor muhiti sharoitlari va firmaning o'z imkoniyatlarini tartibga solib o'tkazishdagi bozor tahlilining yakunlovchi bosqichidir.

Quyidagi rasmda bozorni segmentasiyalash mezonlari berilgan.



4.2.2-rasm. **Xaridorlarga qarab bozorni segmentasiyalash mezonlari.**

Bozor segmentasiyasining tamoyillari quyidagilardir:

- geografik tamoyil;
- psixografik tamoyil;
- demografik tamoyil;
- xulq-atvor tamoyili;
- holat tamoyili.

Geografik tamoyil orqali bozorning joylashuvi, aholi soni va zichligi, tijorat faoliyatining tuzilishi, mintaqaviy rivojlanish dinamikasi, inflyasiya darajasi, huquqiy cheklashlar hisobga olinadi.

Psixografik tamoyil natijasida hayot tarzi, shaxsning tipi, jamoat holati kabilar hisobga olinib, turmush tarzi shaxsning o'z faoliyati, qiziqishlari, qat'iyati va e'tiqodlarida o'z aksini topadi. Shaxsning turi esa hayotdan mamnun, o'zgalardek ish ko'ruvchi, o'zbilarmon va boshqa hislatlarda bo'lishi mumkin.

Demografik tamoyillarda oilalar soni va sifat tarkibi, oilaning hayotiylik davri bosqichi, daromadlilik darajasi, mashg'ulot turi, ma'lumoti, millati kabilar inobatga olinadi, bu — bozor segmentasiyasining asosiy tamoyillaridan biri hisoblanadi.

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

Segmentasiya jarayonining muhim bosqichi bozorning maqsadli segmentini tanlash hisoblanadi. Maqsadli segmentni tanlash muammosi etarli darajada murakkab bo'lib, uni hal etish uchun quyidagi ketma-ketlikda turishi tavsiya etiladi:

- segment o'lchami va uning o'zgarish (o'sish, kamayish) tezligini o'rnatish;
- segmentning jalb etuvchanlik tuzilishini tadqiq etish;
- o'zlashtirayotgan segment maqsadi va tashkilot resurslarini aniqlash.

Segment o'lchami uning miqdoriy o'lchamlari va birinchi navbatda sig'imi bilan tavsiflanadi. Segment sig'imini aniqlash uchun tovarlar hajmi, ushbu segmentda ularni umumiy sotish qiymati, bozor joylashgan tumanda yashovchi ushbu tovarning potensial iste'molchilari sonini aniqlash zarur.

Bozor sig'imini o'rganish asosida ishlab chiqarish quvvatlarini shakllantirish uchun va tovar sotish bo'yicha taqsimlash tarmog'i tuzilishi uchun asos hisoblanuvchi uning o'sish dinamikasi baholanadi. Shuni hisobga olish kerakki, bozor faoliyati natijalarini qo'llash bozorda ishlash bilan bilan bog'liq xarajatlarni qoplab, rejalashtirilgan foydani olishga kafolat berishi kerak.

Segmentning jozibadorligi, tuzilishni tadqiq etish raqobat darajasini o'rganish, mavjud mahsulotlar raqobatbardoshligi, xaridorlarga munosabati, taklif etilayotgan va mavjud tovarlarga bo'lgan segment ehtiyojining barqarorligi, mavjud xaridor ehtiyojlarini qondiruvchi mutlaqo yangi mahsulotni bozorga kiritish zarurligi va imkoniyatini o'z ichiga oladi.

O'zlashtirayotgan segment maqsadlariga erishish uchun zarur tashkilotning maqsad va resurslarini aniqlash strategik muhim ahamiyatga ega bo'lib, tashkilotning uzoq muddatli maqsadlariga mos holda joriy maqsadlari bilan amalga oshirish hamda shunga mos holda maqsadli bozorda ishlash uchun potensial imkoniyat resurslarini etarlimi yoki yo'qligini o'rnatish uchun zarurdir. Buning uchun tavakkalchilikni hisoblash maqsadga muvofiq. Tashkilotning tavakkalchiligini hisoblash uchun maxsus marketing, konsalting kompaniyalarini taklif qilish mumkin.

Maqsadli segmentlarni tanlashda quyidagi strategiyalardan foydalanish mumkin:

- differensiallanmagan marketing strategiyasi;
- differensiallangan marketing strategiyasi;
- konsentrlangan marketing strategiyasi.

Amaliyot shuni ko'rsatadiki, bozor munosabatlarining o'rnatilishi va shakllanishi davrida tadbirkorlik tuzilishida ko'plab korxonalar differensiallanmagan marketing strategiyasini ma'qul topdi. Bu strategiya firmaning, xaridorlarning xarid jarayoni va tovarga munosabat hamda motivasiyasidagi turli-tumanlikka emas, balki xaridor ehtiyojlarida qiziqish umumiyligini ko'zlaydi.

Bunday tovarlar va marketing dasturlarini ishlab chiqish orqali firma o'z maqsadiga xaridorlarni o'rtacha massasini qondirib erishishi mumkin. Strategiyadan foydalanuvchi firmalar muvaffaqiyatining muhim omili standartlashtirish va tovar ishlab chiqarish

umumiyligi hisoblanadi. Differensiallanmagan marketing strategiyasi mahsulot ishlab chiqarish va sotishda kam xarajatlarni ta'minlaydi. Biroq X. Meffert ta'kidlaganidek, «bu strategiya zamonaviy marketing tamoyillariga qarama-qarshi turadi«.

Marketingning zamonaviy konsepsiyasida ikkita strategiya ko'riladi: differensiallangan va konsentrlangan marketing strategiyasi

Differensiallangan marketing strategiyasida firmadan uning faoliyatini bir necha segmentda ular uchun maxsus ishlab chiqarilgan tovarlar va marketing dasturlari bo'lishini talab qiladi. Bu strategiya xaridorlarning motivlari va tushunchalariga mos keluvchi marketing dasturi va xaridorlarga mo'ljallangan marketingning asosiy tamoyiliga mos keladi. Bu strategiya xaridorning bozordagi holatini to'liq ifodalaydi. Shuning uchun, odatda, yuqori sotish hajmi va konsentrlangan marketing strategiyasiga nisbatan kichik tavakkalchilik darajasini ta'minlaydi.

Differensiallangan marketing strategiyasi yuqori investisiya, ishlab chiqarish va boshqarish xarajatlarini talab qiladi, shuning uchun u yirik korxonalar uchun zarurdir.

Mahsulot differensiasiyasi turli bozorga chiqishning keyingi imkoniyatidir. Bu birinchi navbatda tovar taqsimoti diversifikasiya strategiyasini olib borishga asoslanadi.

Konsentrlangan marketing strategiyasi korxonalardan bozorning foyda segmentiga, ya'ni bitta yoki bir necha segmentiga e'tibor qaratishni talab etadi. Bu bozor segmentiga firma bitta yoki bir necha mahsulot bilan hamda maqsadli marketing dasturi bilan yondashadi. O'z mazmuniga ko'ra bu strategiya bozor chuqurchasi konsepsiyasiga mos keladi, ya'ni shunday bozor segmentida ishlash kerakki, tovar ushbu firma va uning etkazib berish imkoniyatlari uchun ko'proq mos keluvchi hisoblanadi. Konsentrlangan marketing strategiyasi ko'proq kichik va o'rta korxonalarga mos keladi, chunki bozorning barcha segmentlarida ishlash uchun yetarli moliyaviy vositalar bo'lishi talab etilmaydi.

4.3. Marketing tadqiqotlarining maqsadi va vazifalari

Marketing tadqiqotlarining asosiy maqsadi, uning vujudga kelish, shakllanish va rivojlanishning obyektiv sabablari, zarurati

bilan belgilanadi, hamda uning maqsadi nihoyatda keng va murakkab masalalarni hal qilishga qaratilgan. U ishlab chiqarishni xaridor ehtiyojiga moslashtirib, talab va taklifning muvozanatiga erishgan holda, uni tashkil etgan korxona, tashkilotlarga yuqori foyda keltirishdir. Bunga erishish uchun marketing quyidagi muhim vazifalarni hal etishi lozim:

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

G.L. Bagiyev va boshqalar marketingga «Zamonaviy marketing tadqiqotlari, tadbirkorlik tizimidagi axborot topish, to'plash, qayta ishlash va joriy hamda strategik qarorlar qabul qilish jarayoni»[1], deb ta'rif berganlar.

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

Marketing maqsadiga erishishda reklama ham muhimdir. Reklamaning vazifasi mavjud bozor segmentini mustahkamlash, yangi xaridorlarni jalb etish, yangi bozorlar tashkil qilishdir. Marketing tizimida reklamaning asosiy xususiyati uzluksiz ta'sir va doimiy yangilanishdir. Shu bilan birga xaridor psixologiyasi tovar va firma markasiga bog'lanib qolish xususiyati (imidj) ga ham egadir.

[1] *Г. Л. Багиев и др.* Маркетинг. Учебник. — СПб.: Питер, 2008. — С83.

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

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

Tadqiqot rejasini ishlab chiqishda uslubiy jihatdan o'zaro bog'liqlik, aniqlik, takrorlanmaslik, davriy uzluksizlik ta'minlanishi lozim. Reja quyidagi savollarga javob berishi lozim.

1. Qanday ma'lumotlar to'planishi kerak?
2. Ma'lumotlarni kim to'playdi?
3. Kim va nima xususida izlanish olib borishi lozim?
4. Ma'lumotlarni to'plashda qanday uslublar qo'llaniladi?
5. Ma'lumotlar qanday shaklda va qanday muddatlarda taqdim etiladi?
6. Ma'lumotlarni to'plash qachon va qayerda amalga oshiriladi?
7. Ma'lumotlarni to'plash uchun qanday xarajatlar ko'zda tutiladi?

Ushbu savollarga javob topish asosida tadqiqot rejasining izchilligi, mazmunan va mantiqan bog'liqligi ta'minlanadi. Bu o'z navbatida tadqiqotning keyingi bosqichlarida sodir bo'lishi mumkin bo'lgan kamchilik va xatoliklarning vujudga kelishiga yo'l qo'ymaydi. Ma'lumotlarni to'plash bosqichi tasdiqlangan reja asosida amalga oshirilishi bilan bir qatorda, texnik vositalar yordamida ularni

qayta ishlash, tayinli tartibga solish vazifasini ham bajaradi. Chunki jamlanadigan ma'lumotlar qayerda va qachon amalga oshirilishiga, ulardan samarali foydalanish imkoniyatlarini kengaytirishga katta e'tibor beriladi.

4.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish

Tor ma'noda marketing dasturi (biznes reja) hujjat bo'lib, korxonaning bozorda aniq faoliyat ko'rsatish tamoyilini ifodalaydi. Kengroq ma'noda esa marketing dasturi korxona imkoniyatlarini bozor talablariga moslashtirishga yo'naltirilgan tahlil, rejalashtirish va nazorat qilish jarayoni deb qaraladi. Marketing dasturlari qisqa muddatli (bir yilgacha), o'rta muddatli (5 yilgacha) va uzoq muddatli (10 yilgacha va undan ko'proq) bo'ladi. Ular umumiy shaklda yoki korxonaning maxsus faoliyatlariga mo'ljallangan bo'lishi mumkin.

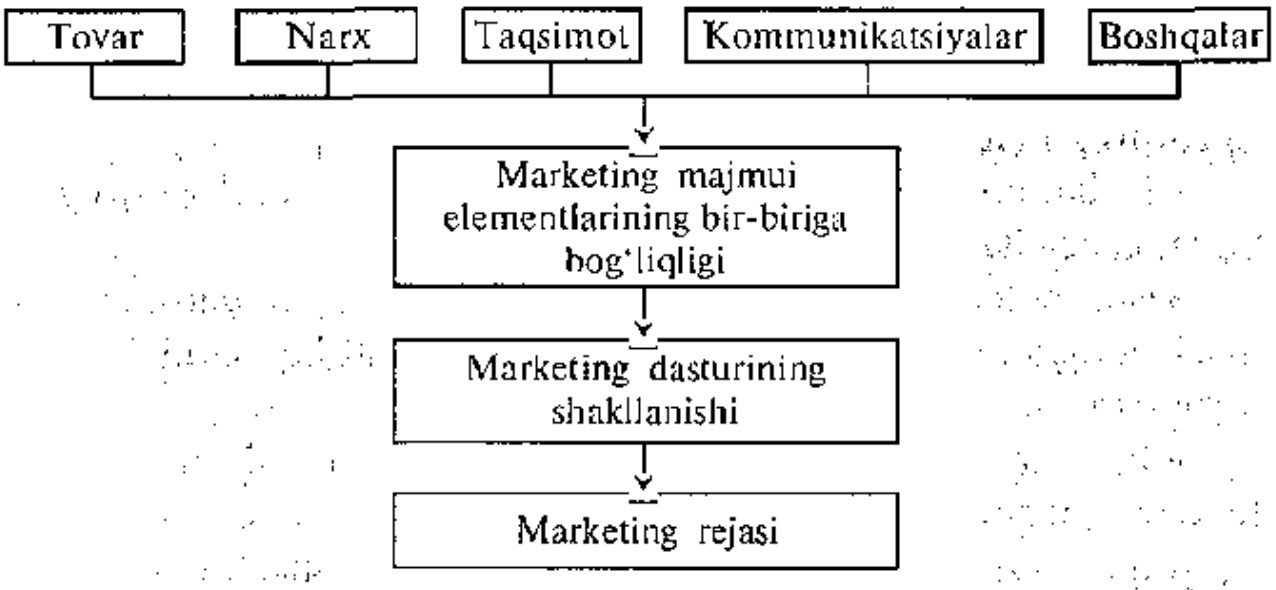
Marketing dasturi bu korxonaning umumxo'jalik faoliyatini direktiv rejasini tuzish uchun strategik tavsiyanoma va yuqori boshqarish bo'g'ini uchun qaror qabul qilishning asosidir. Marketing dasturining asosiy mazmuni korxonani o'tgan davrdagi faoliyat natijalari bo'lib, unda maqsadli bozor rivojlanishining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

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

Marketing dasturining strategik yo'nalishi bozordagi mavqei va korxona holatining bog'liqligiga ko'ra, o'z ichiga turli variantlarni oladi. Strategiyalar diversifikasiyasi, tadbirkorlik faoliyatini segmentlash, hujum va himoya strategiyalari bo'lishi mumkin.

Marketing dasturini ishlab chiqarishda ko'p variantlilik tamoyillaridan foydalaniladi. Xizmatning tuzilishiga binoan marketing dasturi va rejasining bir necha variantlari: ikki yoki uch, ya'ni minimal, optimal va maksimal turlari bo'ladi. Dasturning minimal varianti, dasturni murakkab sharoitlarda rivojlantirish, maksimal variantida esa yaxshi sharoitlarni rivojlantirishni ko'zda tutadi. Masalan, Yaponiya firmalari marketing dasturi va rejasining minimal variantini nazarda tutib, uni amalga oshirishda haqiqiy muvaffaqiyatga ijtimoiy va iqtisodiy hamda psixologik samarani olishni maqsad qilib erishadi. Shuningdek, dasturning o'rtacha yoki optimal variantlari keng tarqalgan.

Quyidagi 4.4.1-rasmda marketing dasturi majmui jarayoni keltirilmoqda.



4.4.1-rasm. **Marketing dasturi majmui.**

Firma turli marketing dasturlarini ishlab chiqadi, yo'nalishiga qarab marketing dasturi yuqori va pastki bo'g'inga mo'ljallangan bo'lishi mumkin. Agar dastur yuqori bo'g'in uchun bo'lsa, u qisqa va aniq tuzilgan bo'lishi lozim. Chunki unda muhim tomonlari

ajratib ko‘rsatiladi, pastki bo‘g‘in uchun tuzilgan dasturlarda esa har bir savol yoritib beriladi.

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

Qamrab olinayotgan vazifasiga ko‘ra, oddiy yoki maqsadli marketing dasturlar iga bo‘linadi.

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

Ob’ektiga bog‘liqligiga ko‘ra, marketing dasturlari mahsulotlar va ishlab chiqarish bo‘limi bo‘yicha bo‘linadi.

Mahsulot bo‘yicha marketing quyidagi maqsadlarga ega:

- mahsulotning optimal texnik-iqtisodiy ko‘rsatkichlarini ishlab chiqish;
- mahsulotni ishlab chiqish va sotish samaradorligining ko‘p variantli hisob-kitobini o‘tkazish;
- yangi (takomillashgan) tovar ishlab chiqarish rentabelligi va zarurligini asoslash;
- ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmini natural va qiymat birligida belgilash;
- iste’molchilarning maqsadli bozorda ko‘zlagan maqsadlarini hisobga olgan holda, har bir tovar bo‘yicha sifat ko‘rsatkichlarini o‘rnatish;
- har bir mahsulotni integral baholash (xarajatlari, narx va foydani solishtirish);
- maqsadli bozorda raqiblarning mavjud o‘xshash tovarlarini hisobga olgan holda, har bir tovar bo‘yicha raqobatbardoshlik darajasini hisoblash.

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

- tovarlar siyosatini hisobga olgan holda chiqarilayotgan mahsulotning zaruriy nomenklaturasini aniqlash;

• innovatsiya bo‘yicha qarorni asoslash;

• chiqarilayotgan mahsulot sifati va texnik darajasini oshirish bo‘yicha qaror qabul qilish;

• tovar ishlab chiqarish tuzilishida har bir mahsulot ulushini o‘rnatish;

• ishlab chiqarishning ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha xarajatlarning umumiy hajmi va tuzilishini hisoblash;

• moliyalashtirish manbalarini topish;

• ishlab chiqarishni moddiy va mehnat resurslari bilan ta’minlash;

• ishlab chiqarish va muomala xarajatlarini hisoblash;

• ishlab chiqarish samaradorligini aniqlash va foydani bashorat qilish.

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

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

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

1. Korxonaning imkoniyatlari tahlili (holatli tahlil).

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

2. Rivojlanish maqsadlarini aniqlash.(Marketing sintezi).

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

3. Strategiyani ishlab chiqish.

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

4. Rejani ishlab chiqish.

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

5. Nazorat qilish.

Strategik nazorat (tanlangan tamoyilning aniq bozor holatiga to'g'ri kelishi). Yillik nazorat (rejadagi tadbirlar va xarajatlarning bajarilishi), foyda olish darajasi nazorati.

Qisqa xulosalar

Marketing ehtiyoj va muhtojlikni ayriboshlash orqali qondirishga qaratilgan inson faoliyatining turidir.

Marketing firmani uzoq muddatli, yuqori darajali foyda olishi niyatida faqat iste'molchiga qaratilgan maqsadli ishlab chiqarish va sotish faoliyati hisoblanadi.

Bozorni o'rganish, bilish va ishlab chiqarishni boshqarish bugungi kunga kelib, har bir tadbirkorning eng asosiy vazifalaridan biri bo'lib qolmoqda. Mamlakatimiz bozor iqtisodiyotiga o'tish munosabati bilan tadbirkorlikka keng yo'l ochib berilganligi, yurtimizda faoliyat ko'rsatayotgan ko'plab firma va korxona uchun, ishlab chiqarishni boshqarish, mahsulot sotish yo'llarini, maqsad va vazifalarini marketing asosida tashkil etish uchun sharoitlar yaratildi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar:

1. Marketing tushunchasini mazmuni nimadan iborat?
2. Marketing tushunchasini tadbirkorlik tushunchasi bilan bog'liqligi va farqi nimadan iborat?
3. Marketingning maqsadi nimadan iborat?
4. Marketingning maqsadi nimada?
5. Bozorni segmentlash deganda nimani tushunasiz?
6. Bozorni segmentlashning qanday turlarini bilasiz?
7. Maqsadli segmentni tanlash deganda nimani tushunasiz?
8. Marketing tadqiqotlari qanday tashkil etiladi?
9. Marketing tadqiqotlarining qanday turlarini bilasiz?
10. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketing dasturini ishlab chiqish ketma-ketligi nimadan iborat?

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011-yil 22 yanvar.

3. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir / I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2010. 80 b.

4. O'zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

5. *G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik - mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185-b.

6. *Qosimova M.S., Yusupov M.A., Ergashxodjaeva Sh.J.* Marketing. Darslik. T.: TDIU, 2010. — 263-b.

7. *Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S., Ergashxodjaeva Sh.J.* Strategik marketing. O'quv qo'llanma. 2010. — 161-b.

8. *Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В.* Маркетинг: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2010. 336 с.

9. *Лапуста М.Г.* Малое предпринимательство: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 685 с.

V BOB KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

5.1. Biznes reja, uning ahamiyati, mohiyati va mazmuni

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

1. Ishlab chiqarishga mo'ljallangan tovarlarga talabni tahlil qilish.
2. Ishlab chiqarish ko'rsatkichlari:

a) talab qilinuvchi konstruktorlik, texnologik va boshqa hujjatlarning mavjudligi;

b) ishlab chiqarish dasturi;

v) dasturni bajarish zarur mashina, asbob-uskuna va jihozlarning mavjudligi;

g) ishlab chiqarish quvvatlari mavjudligi yoki ularning loyihasi;

d) asosiy ishlab chiqarish fondlarining mavjudligi;

e) ayrim turdagi mahsulot yoki xizmatlarning samarador ligi;

yo)amortizasiya to'lovlarining miqdori.

3. Moliyaviy ko'rsatkichlar:

a) mahsulot sotish yoki xizmat ko'rsatishdan olinishi mo'ljallangan daromad;

b) moddiy va unga tenglashtirilgan boshqa sarf-xarajatlar;

v) byudjetga o'tkaziladigan to'lovlar;

g) sof daromad;

d) ish haqi jamg'armasi;

g) tashkil etilayotgan boshqa jamg'armalar miqdori.

4. Ijtimoiy ko'rsatkichlar:

a) ishchilarning taxminiy soni;

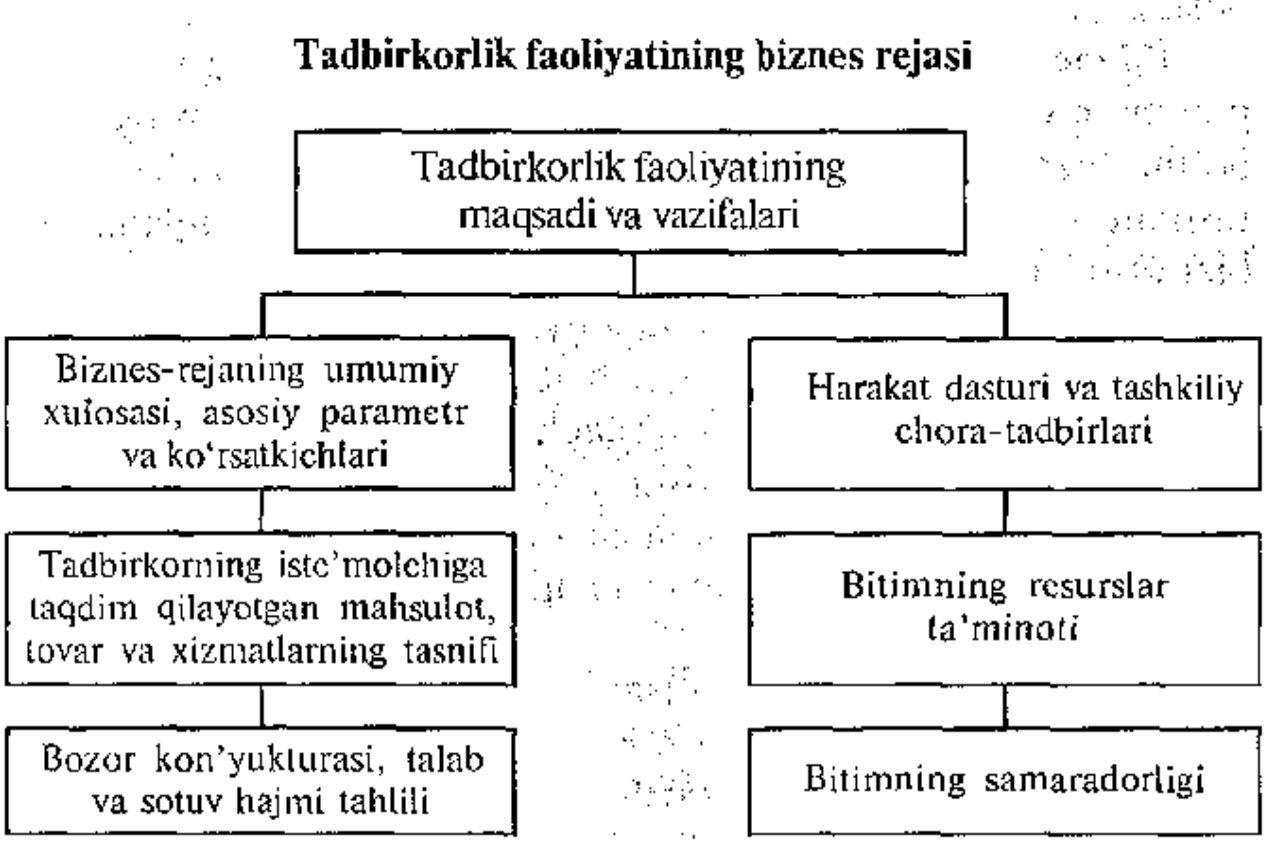
b) kutilayotgan ish haqi miqdori;

v) bir ishchiga to'g'ri kelayotgan sotish miqdori;

g) nogironlar va pensionerlar mehnatidan foydalanish imkoniyati.

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

Ushbu biznes-rejani batafsil ko'rib chiqamiz:



5.1.1-rasm. **Tadbirkorlik faoliyatining biznes-rejasi.**

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

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

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

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

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

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

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

Uchinchi bo'lim. «Tadbirkorning iste'molchiga taqdim qilayotgan mahsulot, tovar va xizmatlarning tavsifi» deb nomlanib, unda quyidagilar taqdim etiladi: tadbirkor ishlab chiqargan mahsulot ko'rsatkichlari yoki uning tavsifi: ta'rifi, modeli, sur'ati va boshqalar; ishbilarmon ishlab chiqargan tovar iste'molchilari va u qoniqtirmo qchi bo'lgan iste'mollar (xaridorning tovarni sotib olishga qodirligi haqida bashorat; tovar sotib oluvchi hudud, aholi guruhi, tashkilotlar haqida ma'lumot; tovarlarni ma'lum vaqt

doirasida iste'mol qilishi haqida ma'lumot, tovarga nisbatan talabga ta'sir etuvchi omillar); ishlab chiqarilgan tovarning sotish narxini bashorat qilish.

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

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

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

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

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

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

Tashkiliy tadbirlar dasturiy harakatlarning uzviy qismi bo'lib, biznes-reja bajarilishining boshqaruv uslubi; loyiha boshqaruvining tashkiliy tuzilmalarini; ijro etuvchi harakatlarni muvofiqlashtirish uslubini qamrab oladi. Mehnat haqining maxsus shaklini o'rnatish,

rag'batlantirish, kadrlarni tanlab olish, ularni tayyorlash, hisob, nazorat ishlari tashkiliy tadbirlarga kiradi.

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

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

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

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

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

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

Rentabellik — foydaning kapital qo'yilmalar yoki aksioner kapitaliga nisbati shaklida aniqlanadi. Tadbirkor lik loyihasini amalga

oshirishda rentabellik har bir yilga hisoblab chiqiladi. Bu yerda soliqlar hisobga olinadi.

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

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

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

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

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

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

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

2. Mahsulotni va sotish bozorini ta'riflash.

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

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

5. Xodimlar va mehnat munosabatlari.

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

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

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

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

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

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

Bundan ham qisqacha biznes-rejaning chizmasi G.Berl tomonidan taqdim etilgan[1]. U quyidagi bo'limlardan iborat:

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

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

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

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

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

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

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

---

[1] *Г. Берл.* Создать свою фирму. М. Дело, 1994. 20-21-бетлар.

2-shakl. Shaxsiy moliyaviy deklarasiya.
3-shakl. Korxonaning batafsil ta'rifi.
4-shakl. Bozorning tahlili.
5-shakl. Raqobatchilar.
6-shakl. Korxonaning joylashtirilishi.
7-shakl. Korxonaning xodimlari.
8-shakl. Boshqaruv.
9-shakl. Tashkil etilayotgan yoki kengaytirilayotgan korxona uchun moliyaviy ma'lumot.
10-shakl. Harakatdagi korxonani sotib olish uchun moliyaviy ma'lumot.
11-shakl. Rahbar uchun qisqacha xulosa.

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

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

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

— korxonaning nomi, uning yuridik manzili;
— aloqa qilish uchun shaxs, uning telefoni;

— biznes turi;
— kerakli qarz;
— qarzning maqsadi;
— mavjud aktivlar;
— mahsulot va bozor (mahsulotning qisqacha ta'rifi, uning real sotish imkoniyatlari);
— boshqaruv (asosiy mulk egasi va uning yordamchila ri ta'rifi);
— moliyaviy rejalar;
— sotish va daromad hajmining o'sish imkoniyatlari ko'rsatiladi.

5.2. Yangi korxonani boshqarish

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Korxonaning boshqaruv organini tashkil etish. Yangi tashkil etilgan korxonaning asosiy muammolaridan biri faoliyatli organizmni bunyod etishdir. Uning doirasida ishchilar o'z faoliyat maqsadlari va unga erishish yo'llarini aniq anglashlari lozim. Agar yangi tashkil etilgan korxona yaxshi ishlaydigan va yaxshi boshqariladigan ishlab chiqarishga aylanmasa, u tanazzulga duch

kelib, jalb etilgan katta kapital ham, mahsulotning yuqori sifati ham, hatto unga talab ham yordam bermaydi.

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

— bozorda diqqatni biror narsaga qaratishi;

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

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

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

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

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

Bundan shunday xulosa chiqarish mumkinki, yangi korxona tashkil etilganda uning mahsuloti yoki xizmati rejalashtirilmagan bozorlarda yangi iste'molchilarini topadi. Faqat an'anaviy qotib qolgan ishbilarmonlik dunyoqarashni o'zgartirish kerak, xolos. Agar ma'lum maqsad uchun ishlab chiqarilayotgan mahsulotga

yangi iste'molchilar tomonidan qiziqish bildirilsa, kompaniya shu qiziqishga jiddiy e'tibor berib, tahlil qilib chiqishi lozim.

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

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

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

Masalan, «Polaroid» fotokamerasining ixtirochisi Edvin Lend o'z kompaniyasiga 13 yil rahbarlik qilgan. Uning rahbarligida kompaniya nihoyatda tez rivojlanib ketgan. Sharoitni tahlil qilgach, E. Lend ma'lum vaqtdan keyin o'zi kompaniyaga rahbarlik qilolmasligi, bu ishni professional mutaxassislar boshqarishi

kerakligini tushundi, o'zi esa ilmiy izlanishlar bilan shug'ullana boshladi, ya'ni ko'proq samara keltiradigan sohada faoliyat yuritishga o'tib ketdi. E. Lend o'ziga laboratoriya qurib, kompaniyada olib boriladigan fundamental tadqiqotlarni boshqardi, firmaning tezkor boshqaruvini maxsus tayyorlangan mutaxassislarga topshirdi. Bu kabi misollar ishbilarmonlik sohasida talaygina.

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

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

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

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

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

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

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

5.3. Kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish asoslari

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

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

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

Buning uchun quyidagi hisob-kitoblarni amalga oshiramiz.

Korxona xarajatlarini qoplash muddati quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$\text{Harajatlarni qoplash muddati} = \frac{\text{Boshlang'ich investisiyalar}}{\text{Har yilgi pul daromadlari}} = \frac{120000}{35000} = 3{,}4 \text{ yil} \quad (1)$$

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

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

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

birinchi yilda — 25 ming so'm;
ikkinchi yilda — 35 ming so'm;
uchinchi yilda — 48 ming so'm;
to'rtinchi yilda — 54 ming so'm.

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

Investisiyalarni tahlil qilishning bunday usuli oddiyligi va aniqligi bilan ajralib turadi. Uning qulayligi yana shundaki, agar investisiya yo'l qo'yiladigan muddatda qoplanishi nuqtai nazaridan baholanganda, u investisiya ning qaltisligi haqida ham aniq tasavvurga ega bo'lishga yordam beradi. Shu boisdan, bunday hisob-kitob investisiyani baholashning eng mukammal usullariga foydali

qo‘shimcha bo‘la oladi. Chunki ular, ko‘pincha, kutilishi mumkin bo‘lgan iqtisodiy inqiroz xavfini unchalik yaqqol ifodalay olmaydi.

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

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

$$Kd = 1/1 + K \cdot T \qquad (2)$$

bu erda: Kd — diskont koeffisiyenti yoki pul qiymatining o‘zgarish sur’ati (odatda, bank kreditlari bo‘yicha o‘rtacha foiz darajasida qo‘llaniladi); K - foiz stavkasi, %; T — investisiya ajratilgandan boshlab o‘tgan vaqt, yil;

Masalan, bank stavkasi 10% ga teng bo‘lsa, uchinchi yil uchun diskontlash koeffisenti:

$K = 1/1 + 0,1 \cdot 3 = 0,769$ ni tashkil etadi.

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

	Diskontlanish koeffisenti:	Diskontlanish daromadlari:	
1-yilda	$1/1+0,1 \cdot 1 = 0,9091$;	25000x0,9091=22728	so‘mni
2-yilda	$1/1+0,1 \cdot 2 = 0,8333$;	35000x0,8333=29166	so‘mni
3-yilda	$1/1+0,1 \cdot 3 = 0,7692$;	48000x0,7692=36922	so‘mni

Shunday qilib, bank stavkasi 10% bo'lgan holda, jami uch yilda diskontlangan daromadlar hajmi 88816 so'm (22728+29166+36922) ni tashkil etadi. Demak, firma bo'yicha investisiyaning to'liq summasini qoplash uchun firmaga 31184 (120000-88816) so'm etishmayapti. Endi, to'rtinchi yilda investisiya umumiy hajmining etishmayotgan qismini yanada aniqroq qilib hisoblab chiqishimiz mumkin. Demak, to'rtinchi yilda diskontlangan daromadlar:

1 / (1+0,1·4) = 0,7142; 54000x0,7142 = 38567 so'mni tashkil etadi.

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

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

Bunday holatlarda mavjud barcha investisiyalash variantlarini investisiyalarning foydalilik darajalarini aniqlash orqali o'rganib chiqish tavsiya etiladi. Foydalilik ko'rsatkichi sifatida foydalilik koeffisiyenti deb ataluvchi kattalikdan foydalanish mumkin. U quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$\text{Foydalilik koeffisienti} = \frac{\text{Ko'zda tutilgan daromadlar summasi}}{\text{Ko'zda tutilmagan xarajatlar summasi}} \qquad (3)$$

Ko‘zda tutilgan daromadlar summasi bu investisiyalashtirilayotgan mazkur loyihani amalga oshirish evaziga kelgusida olinadigan foyda hajmidir. Lekin u kelgusida kutilayotgan absolyut miqdorlarda emas, balki yuqorida ta’kidlangani dek, diskontlash koeffisiyentlari bilan to‘g‘rilangan holda yuzaga keladi. Boshqacha qilib aytganda, formulaning suratida so‘mning bugungi qiymatida ifodalangan daromadlar summasi aks etadi.

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

Foydalilik koeffisiyentiga asoslanib, agar koeffisiyent 1,00 dan yuqori yoki unga teng bo‘lgan taqdirdagina investisiyalashtirilayotgan loyihalarni amalga oshirish maqsadga muvofiq. Ammo bu hisob-kitob ham etarli emas. Chunki, mablag‘ bilan ta’minlash taqchilligi yuqori sharoitlarda foydalilik koeffisiyentlari yuqoriroq bo‘lgan loyihalarni qo‘llash afzaldir. Buni quyidagi misolda ko‘rib chiqaylik. Deylik, ikkita investision loyiha taqdim etilgan bo‘lsin.

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

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

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

Albatta, yo‘q. Chunki, birinchi loyiha uchun foydalilik koeffisiyenti 5 ga (1 mln. so‘m : 200 ming so‘m), ikkinchi loyiha uchun esa 9 ga (450 ming so‘m: 50 ming so‘m) teng ekanligini hisoblab chiqish unchalik qiyin emas. Demak, agar 200 ming

so‘m mablag‘ingizni foydalilik koeffisiyenti 9 ga yaqin bo‘lgan bir nechta kichik loyihalarga sarf qilsangiz, natijada siz 1,6 mln. so‘mga yaqin sof daromadga ega bo‘lasiz. Bu esa birinchi loyiha daromadiga nisbatan 2 martaga ko‘pdir.

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

5.3.1-jadval

«Jahongir» kichik korxonasining investisiyalashtirilgan loyihalar bo‘yicha foydalilik koeffisiyentlarining hisob-kitobi

Loyiha	Ko‘zdatutilgan xarajatlar summasi, ming so‘m	Ko‘zdatutilgan daromadlar summasi, ming so‘m	Foydalilik koeffisiyenti	Ranglar
A	600	840	1,4	1
B	900	1305	1,45	2
V	300	390	1,3	3
G	700	770	1,1	4
D	1200	1260	1,05	5

Ushbu jadvaldan ko‘rinadiki, agar kichik korxona 2,5 mln. so‘mlik loyihalarni investisiyalashtirish imkoniyatiga ega bo‘lsa, bu mablag‘larni A, B, V va G loyihalar uchun sarflash maqsadga muvofiq bo‘lib, juda katta daromad keltirish imkoniyati bo‘lsada, D loyihadan voz kechish zarurdir.

Agar foydalilik koeffisiyentiga e’tibor bermasdan, faqat ko‘zda tutilgan daromadlarning maksimal miqdorlariga ko‘ra ish yuritilganda D, B va V variantlar tanlangan bo‘lardi. Bunda jami xarajatlar 2,4 mln. so‘mni tashkil etgan holda, korxona daromadi

2,955 mln. so'mni tashkil etardi. Agar foydalilik koeffisiyentini hisobga olib tuzilgan investisiya loyihasini amalga oshirganda, olinadigan daromad hajmi 3,305 mln. so'mni tashkil etishi mumkin edi.

Yuqorida ta'kidlanganlardan tashqari, amalda bo'lishi mumkin bo'lgan kompleks loyihalarni e'tiborga olish ham lozim. Bu ham investisiya mablag'larini ajratishning variantlaridan biri bo'lib, bunda ma'lum bir loyiha bir vaqtda boshqa bir loyiha bilan parallel amalga oshirilishi mumkin. Masalan, yangi sex qurilishi butun zavodga xizmat qiladigan energetika yoki tozalash inshootlari rekonstruksiyasi uchun ma'lum darajada mablag' qo'yishni talab etadi.

Bunday holda ikkala investisiya mablag'ini sarflash loyihasining ham foydalilik koeffisiyentini hisoblab chiqish lozim. Bunda ushbu koeffisiyentlarning individual darajalariga e'tiborni qaratish shart emas. Misol uchun, firmada 600 ming so'm mablag' sarflab, 840 ming so'm daromad keltiradigan loyiha bor. Bunda foydalilik koeffisiyenti 1,4 (840/600) ni tashkil etadi. Lekin, shu bilan birga, firma umumzavod xo'jaligini takomillashtirishga yana 100 ming so'm sarflashi zarur.

Bu esa daromadlilikni faqat 60 ming so'm miqdoridagina o'sishiga olib keladi yoki boshqacha qilib aytganda, bu loyiha bo'yicha foydalilik koeffisiyenti 1 dan kichik bo'lib, 0,6 (60/100) ni tashkil etadi. Biroq agar o'zaro bog'liq bo'lgan ushbu loyihalar bo'yicha investisiyalar miqdori va kutilayotgan daromadlarni qo'shsak, bunda birinchi holatda 700 ming so'm (600+100), ikkinchi halatda esa 900 ming so'm (840+60) kelib chiqishini ko'ramiz. Shunday qilib, umumiy (integral) foydalilik koeffisiyenti 1,29 (900/700) ni tashkil etadi, ya'ni 1 dan ancha yuqori. Bu esa bizga ikkala loyihani bir vaqtda amalga oshirish uchun qancha mablag' sarflash mumkinligini ko'rsatadi.

Qisqa xulosalar

Yangi biznes korxonalarini tashkil qilish bir necha bosqichdan iborat. Ular ta'sis etilgan joyidagi mahalliy hokimiyat organlari tomonidan davlat ro'yxatidan o'tadi. Davlat ro'yxatidan o'tkazilgan

korxonaga: hokimiyatning korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi qarorlaridan ko'chirma, hokimiyat ro'yxatidan o'tkazilgan va tasdiqlangan korxona Nizomi hamda korxonaning ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi davlat orderi topshiriladi.

Korxona faoliyatini olib borishda biznes-reja muhim rol o'ynaydi. Biznes rejaning tuzilishi va mazmuni qat'iyan chegaralanmagan. Fikrimizcha, etti bo'limdan iborat biznes reja eng maqbul biznes rejadir.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini tahlil qilishda foydalilik koeffisenti usulidan foydalanish oddiyligi va qulayligi bilan ajralib turadigan usul bo'lib, u etarlicha asosli qarorlar qabul qilishga yordam beradi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Yangi korxona tashkil qilish qanday bosqichlardan iborat?
2. Tashkil etilishi mo'ljallangan shaxsiy korxonalarning qanday turlarini bilasiz?
3. Tashkil etilayotgan korxonaning texnik-iqtisodiy asoslanishi (TIA) nimalardan iborat?
4. Biznes-reja nima? Uning mazmunini ochib bering.
5. Biznes-rejaning tuzilishi qanday, u qanday bo'limlardan iborat?
6. Tashkil etilishi mo'ljallangan korxonaning ishlash va boshqaruv tizimi nimalardan iborat?
7. Korxonaning boshqaruv tamoyillari nimalardan iborat?
8. Franchayzingning ustuvorlik va kamchiliklari nimada?
9. Foydalilik koeffisenti qanday aniqlanadi?
10. Kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilishni izohlab bering.

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011-yil 22 yanvar.

2. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir / I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2010. 80 b.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 20 iyundagi PF-3620-*sonli «Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirish borasidagi* qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi Farmoni.

4. O'zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011

5. *Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. O'quv qo'llanma. — T.: TDIU, 2010. — 267b.

6. *G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik - mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185 b.

7. *Попов В.М.* Бизнес- планирование: учебное - практ. пособие. — М.: КНОРУС, 2009. — 816 с.

8. *Лапуста М.Г.* Малое предпринимательство: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 685 с.

9. Малый бизнес: Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. 2е изд., перераб. И доп. — М.: ЮНИТИ ДАНА, 2008. — 367с.

VI BOB KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'EKTLARIGA XIZMAT KO'RSATUVCHI BOZOR INFRATUZILMALARI

6.1. Infratuzilma tushunchasining mohiyati va mazmuni

Respublikamizda kichik tadbirkorlik subyektlarining samarali faoliyat yuritishi va rivojlanib borishi ko'p jihatdan ular uchun yaratilgan shart-sharoitlarga bog'liq. Kichik tadbirkorlik rivojiga qulay imkoniyat yaratuvchi shart-sharoitlar orasida infratuzilma xizmatini alohida ajratib ko'rsatish lozim.

Kichik tadbirkorlik subyektlarida ishlab chiqarish kengayib borishi bilan ularning texnik ta'mirlash, moddiy-texnika ta'minoti, mahsulotlarni saqlash, qayta ishlash va sotish, kommunikasiya va aloqa, maslahat va axborot kabi bir qator xizmat turlariga talabi ortib boraveradi. Chunki kichik tadbirkorlik subyektlariga yuridik shaxs maqomini berish bilangina ish bitmaydi. Ularning to'laqonli faoliyatini faqat mukammal tashkil etilgan infratuzilma bo'linmalari orqaligina tasavvur etish mumkin.

Infratuzilma iqtisodiy tizimning bir qismini tashkil etib, u ishlab chiqarishning bir maromda faoliyat yuritishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi.

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

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

Infratuzilma juda keng qarmovli tushuncha bo'lib, bu, avvalo, ishlab chiqarish jarayoniga har tomonlama xizmat ko'rsatadigan xizmat turlarini yaratish bilan bog'liq. Infratuzilma bo'linmalari rivojlanib borishidan kichik tadbirkorlik subyektlari katta manfaat ko'radi, chunki bunday bo'linmalar ularni ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq ishlardan ozod etib, kuch-g'ayratini asosiy faoliyatiga qaratishga imkon yaratadi.

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

• bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatuvchi moddiy texnika ta'minoti va tayyor mahsulotni sotish, axborotni yig'ish va qayta ishlash, buxgalteriya xizmati. Texnologik, boshqaruv masalalari bo'yicha maslahat xizmati va boshqalar;

• ishchi kuchini takror ishlab chiqarish shart-sharoitlari ishchi va xizmatchilarning sog'lig'ini, ta'lim olishi va kasbiy tayyorgarligi, dam olishlarini qo'llab-quvvatlash.

Shu paytga qadar infratuzilmani ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmalar yig'indisidan iborat deb qarab kelingan. Bozor iqtisodiyotiga asoslangan iqtisodiy tizim kirib kelishi bilan ishlab chiqarish infartuzilmasi ko'lami kengayib, «bozor infratuzilmasi» va «institusional infratuzilma» so'zlari iste'molga kirib bormoqda.

Bozor infratuzilmasi bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlarni o'z ichiga oladi. Uning tarkibiga yuk transporti, elektr, gaz va suv ta'minoti, ombor xo'jaligi, aloqa, axborot, moddiy-texnika ta'minoti, mahsulotni tashish, saqlash va qayta ishlash, texnik xizmat ko'rsatish, marketing va reklama, axborot-masla hat, auditorlik, moliya-kredit va investision kabi xizmat turlari kiradi.

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

Institusional infratuzilma iqtisodiyot rivojlanishining optimal makroiqtisodiy nisbatlarini qo'llab-quvvatlovchi va tartibga soluvchi sohalar faoliyat turlarini o'z ichiga oladi. Unga iqtisodiyotni tartibga

solib turuvchi davlat va nodavlat boshqaruv organlari va boshqalar kiradi.

Kichik va o'rta tadbirkorlik subyektlarini tartibga solib va qo'llab-quvvatlovchi bozor infratuzilmalarini shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Buni yuqori darajada rivojlangan mamlakatlar tajribasi ham tasdiqlaydi. Masalan, AQShda 1953-yili Kichik va o'rta biznes ishlari bo'yicha ma'muriyat (KBM) tashkil etilgan bo'lib, uning zimmasiga kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash bo'yicha barcha vazifalar (moliyaviy yordam, texnik va maslahat xizmati, davlat buyurtmalarini olishga ko'maklashish va boshqalar) yuklatilgan.

KBM tarkibi uch bosqichdan AQSh poytaxtidagi shtab-kvartira, 10 ta hududiy boshqarma va 100 dan ortiq mahalliy bo'linmadan iborat.

Ular butun mamlakat bo'ylab keng tarqalgan tarmoqqa ega bo'lib, mahalliy davlat hokimiyati organlari, kollejlar, universitetlar, korxona va jamoat tashkilotlari bilan yaqin aloqada faoliyat yuritadi. AQShda kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash bilan boshqa idoralar, xususan, Ichki ishlar vazirligi, Uy-joy qurilishi va shaharlar rivojlanishi vazirligi, milliy ilm fondi, Fermerlik bo'yicha ma'muriyat, kichik biznesni rivojlantirish markaz va institutlari, savdo-sanoat palatasi kabi 2700 dan ortiq federal idora shug'ullanadi.

Keyingi yillarda respublikamizda bozor infratuzilmalarini faol shakllantirish jarayoni boshlandi. Bu jarayonning natijalari sifatida kichik tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi brokerlik idoralari, kichik ulgurji va chakana savdo tuzilmalari, lizing, konsalting kompaniyalari, axborot-maslahat markazlari, injiniring, auditorlik firmalari, sug'urta kompaniyalari, transport-ekspedisiya korxonalari, axborot-reklama byurolari va boshqa turli xil infratuzilmalar tizimi faoliyat yuritadi.

Biznes-maktab -- tadbirkorlar, kichik korxonalarning rahbarlari, kichik korxonalar uchun mutaxassislar, ishsizlar, o'z ishini ochmoqchi bo'lgan boshqa fuqarolar, kichik tadbirkorlikning rivojlanishi uchun mas'ul xizmatchilarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni amalga oshiruvchi tuzilma.

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

Biznes-inkubatorlar — maxsus tanlab olingan kichik korxonalarni o'z maydonlariga joylashtiruvchi va ularga maslahat, o'qitish va ofis xizmatlarini ko'rsatuvchi tuzilmalar.

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

Texnopark — o'z hududida kichik innovatsion korxonalarni yaratish va rivojlantirish orqali ilmiy salohiyatdan foydalanish va ishlab chiqilgan texnologiyalarni tijoratlashtirish maqsadida tashkil etiluvchi tuzilma.

Biznes-markaz — tadbirkor va ishbilarmonlarga servis xizmatlari ko'rsatuvchi tuzilma.

Konsalting — ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko'rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o'z mijozlariga maslahat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyihalarni ekspertiza qilish bilan bog'liq iqtisodiy faoliyat.

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

Sug'urta kompaniyasi — sug'urtalovchi rolida maydonga tushuvchi, ya'ni sug'urta hodisasi ro'y bergan chog'da sug'urtalangan shaxsning zararlarini qoplash majburiyatini o'ziga oluvchi tashkilot.

Buning natijasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining mamlakatimizda yangi ish o'rinlarini tashkil etish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatidagi natijalari salmoqli bo'lib bormoqda.

Kichik biznes subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi infratuzilmalar hali ham kichik biznes subyektlarining o'sib borayotgan talab va extiyojlarini to'liq qondira olmayapti.

Birinchidan, kichik biznesni rivojlantirishga tadbirkorlarning bilim va tajribalari etishmasligi, shuningdek, ularni axborot va

maslaxat bilan ta'minlash tizimlari faoliyatining takomillashmaganligi to'siq bo'lmoqda. Ko'pincha, joylarda qishloq tadbirkorlariga zarur bo'lgan tashkiliy-uslubiy yordamlar ko'rsatilmayapti. Maslaxat markazlarining vazifalarini takomillashtirish, tadbirkorlarga amaliy yordam ko'rsatish, ya'ni ta'sis xujjatlarini ishlab chiqish, biznes rejalar tuzish, kredit olishga arizalar berish, buxgalteriya xisobi va xisobotlarini tashkil etish, auditorlik tekshiruvlarini o'tkazish va boshqa maslaxat xizmatlari ko'rsatishda ko'maklashishdir.

Ikkinchidan, kichik biznes subyektlarining moddiy-texnika resurslaridan, xom ashyo va materiallardan, lizing, mayda ulgurji savdo va servis xizmati tarmog'idan foydalana olish imkoniyatlarini kengaytirish lozim.

Uchinchidan, tashqi bozorga chiqishida, ya'ni eksport shartnomalarini ro'yxatdan o'tkazish va bojxona organlarida hisobga olish, tovarlar va xizmatlarni chet elga sotishda yordam ko'rsatish borasidagi qator muammolarni bartaraf etish zarur.

To'rtinchidan, kichik biznes korxonalarining xom ashyo va materiallardan foydalanish, tayyor mahsulotlarni sotish imkoniyatlarini kengaytirish, tashkil qilish uchun mayda ulgurji bozorlar, yarmarkalar tizimini kengaytirish, ulgurji bozorlar qoshida moddiy-texnika ta'minoti, ijara, saqlash, transport xizmati ko'rsatish bo'limlarini tashkil etish yo'llari orqali savdo mexanizmlarini takomillashtirish zarur.

6.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli

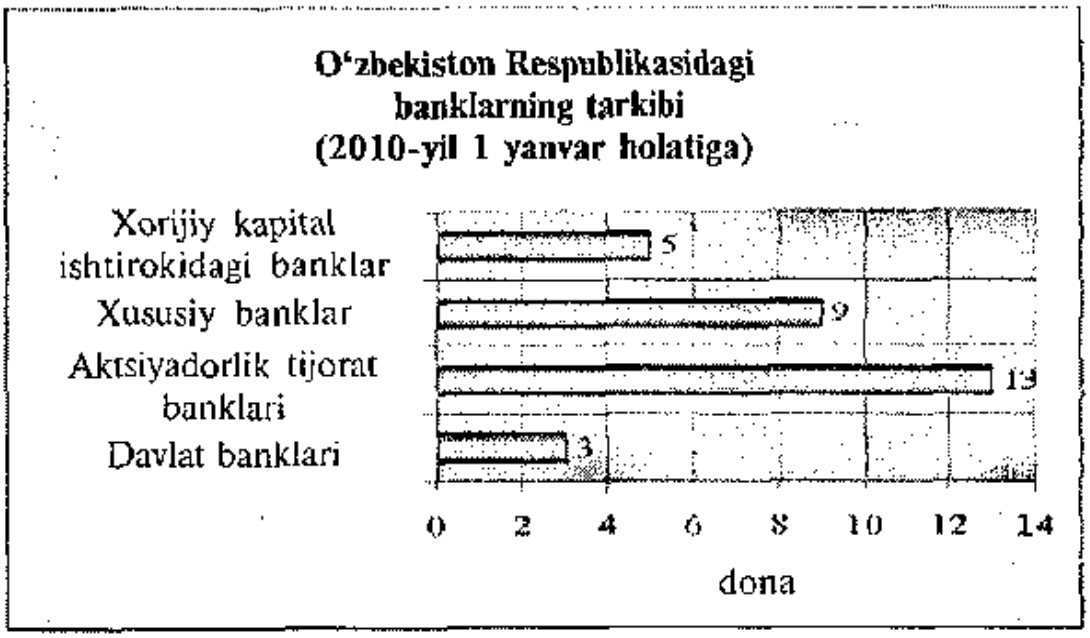
Bozor iqtisodiyotiga o'tilishi tufayli mamlakatda yangi moliyaviy siyosat ishlab chiqildi va hukumat tomonidan real hayotda amalga oshirilmoqda. Jamiyatdagi har bir iqtisodiy faoliyatning boshlanishi davlatning yaqindan turib bergan moliyaviy yordami tufayli rivojlanib, takomillashib boradi. Jumladan,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

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarining asosiy faoliyati banklar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ular olib

borayotgan faoliyat xomashyoni sotib olish, ishlab chiqarilgan tovarlar, ko‘rsatiladigan xizmatlarga haq to‘lash, ishlovchilarni ish haqi bilan ta’minlash, turli toifadagi korxonalar, firma va boshqalar yuridik shaxslar bilan bo‘ladigan iqtisodiy munosaatlar, ya’ni olingan foyda va daromaddan soliq to‘lash, transport, kommunal xizmatlar uchun to‘lovlarning barcha turlari banklar orqali, o‘z navbatida, olinadigan kreditlar va boshqa hisob-kitoblar ham banklar orqali amalga oshadi.

Alohida ta’kidlash kerakki, mamlakatimiz mustaqillikka erishgunga qadar bank va banklar bilan bo‘ladigan turli iqtisodiy munosabatlar unchalik oshkora etilmas edi. Jahon xo‘jaligining muhim xo‘jalik yuritish qismi bo‘lgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini barcha faoliyati banklar bilan bog‘langanligi bugungi kunda hammaga ma’lumdir. Shuning uchun ham rivojlangan mamlakatlarda, masalan, AQShda bank tizimining faoliyati nihoyatda rivojlangan bo‘lib, tadbirkorlikning aktiv iqtisodiy faoliyat yuritishida banklar barcha mulk shaklidagi korxonalarga kompleks ravishda xizmat ko‘rsatadi.

Bugungi kunda mamlakatimiz 30 ta bank faoliyat yuritib, shundan 3 tasi davlat banklari, 13 tasi aksiyadorlik tijorat banklari, 9 tasi xususiy banklar, 5 tasi xorijiy kapital ishtirokidagi banklar hisoblanadi (6.2.1-rasm).



6.2.1-rasm. **O‘zbekiston Respublikasidagi banklarning tarkibi.**

Keyingi yillarda tijorat banklari faoliyatining kengayib borishi o‘z navbatida ular tomonidan berilayotgan kreditlar, banklardagi depozitlar va umumiy kapital hajmiga ham sezilarli ta’sir etmoqda (6.2.1-jadval).

6.2.1-jadval

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

Ko‘rsatkichlar	2005 y.	2006 y.	2007 y.	2008 y.	2009 y.
Kreditlar	3876,0	4104,2	4777,6	6374,4	8558,2
Depozitlar	1688,7	2544,5	3829,2	5771,6	8703,1
Shu jumladan:					
- yuridik shaxslar depozitlari	1239,2	1866,2	2834,6	4127,6	5953,2
- jismoniy shaxslar depozitlari	449,5	678,3	994,6	1644,0	2749,9
Umumiy kapital	930.9	1070,1	1502,6	2104,3	3010,4

Jadval ma’lumotlaridan ko‘rinadiki, 2005-2009-yillar mobaynida tijorat banklari kreditlari hajmi 2,2 marta, depozitlari hajmi 5,2 marta, umumiy kapitali 3,2 marta oshgan.

Banklarimiz kapitalining etarlilik darajasi 23 foizdan oshadi.

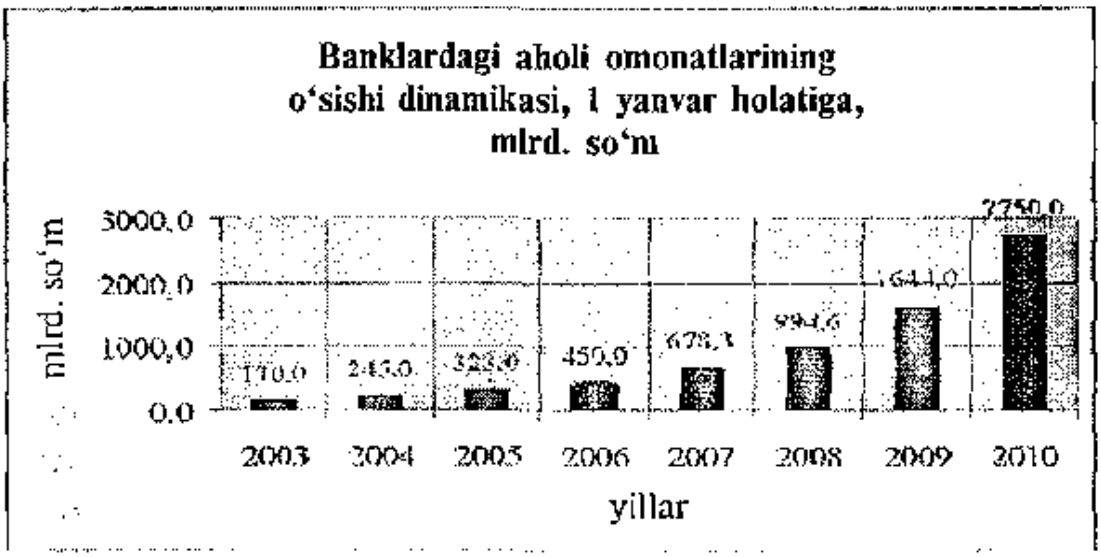
Bu esa banklar monitoringi bilan shug‘ullanadigan xalqaro Bazel qo‘mitasi tomonidan belgilangan xalqaro standartlardan qariyb 3 barobar ko‘pdir.

Umumiy aktivlari mamlakatimiz bank tizimining 90 foizdan ortig‘ini tashkil etadigan 14 ta tijorat banki «Fitch Reytings», «Mudis» va «Standart end Purs» kabi etakchi xalqaro reyting kompaniyalarining «barqaror» degan yuqori reyting bahosini olishga muvaffaq bo‘ldi.

Hozirgi kunda banklarning umumiy aktivlari aholi va yuridik shaxslar hisobraqamlaridagi mablag‘lar miqdoridan 2 barobardan ham ortiq bo‘lib, bu ularning to‘liq himoyasi va to‘lovlarning o‘z vaqtida amalga oshirilishini kafolatlaydi.

Bank tizimining umumiy joriy likvidligi banklarning tashqi to'lovlar bo'yicha joriy majburiyatlaridan 10 barobar ko'pdir. Boshqacha aytganda, respublikamiz bank tizimining mustahkam himoyasi yaratilgan.

Bank tizimining mustahkamlanishi va unga nisbatan aholi ishonchining ortishi natijasida omonatlar hajmi sezilarli ravishda ortib bormoqda. Faqat o'tgan yilning o'zida aholi omonatlari miqdori 1,7 barobar oshdi (6.2.2-rasm).



6.2.2-rasm. **Banklardagi aholi omonatlarining o'sish dinamikasi.**

Rasmdan ko'rinadiki, 2003-2010-yillar mobaynida aholi daromadlari hajmi 16 barobardan ko'proq oshgan. Keyingi yillarda banklarning kredit portfeli tarkibi tubdan o'zgarib bormoqda. Agar 2000 yilda kredit portfelining qariyb 54 foizi tashqi qarzlar evaziga shakllangan bo'lsa, 2009 yilda banklarimiz jami kredit portfelining 84 foizi ichki manbalar hisobidan shakllantirilgan.

Bugungi sharoitda esa bunday ijobiy o'zgarish iqtisodiyotimizning istiqboldagi taraqqiyoti uchun g'oyat muhim ahamiyatga ega.

Aytish kerakki, tashqi qarzlar aksariyat hollarda uzoq muddatga, faqat iqtisodiyotning strategik tarmoqlarini modernizatsiya qilish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlash bo'yicha investisiya loyihalarini moliyalash uchun jalb etilmoqda.

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

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

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

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

Kreditlashda bunday ahamiyatli imtiyozlarning belgilanishi mazkur soha vakillari tomonidan kreditga talabning va ayni paytda ularga berilayotgan kredit hajmining yildan-yilga oshib borishiga olib kelmoqda (6.2.2-jadval).

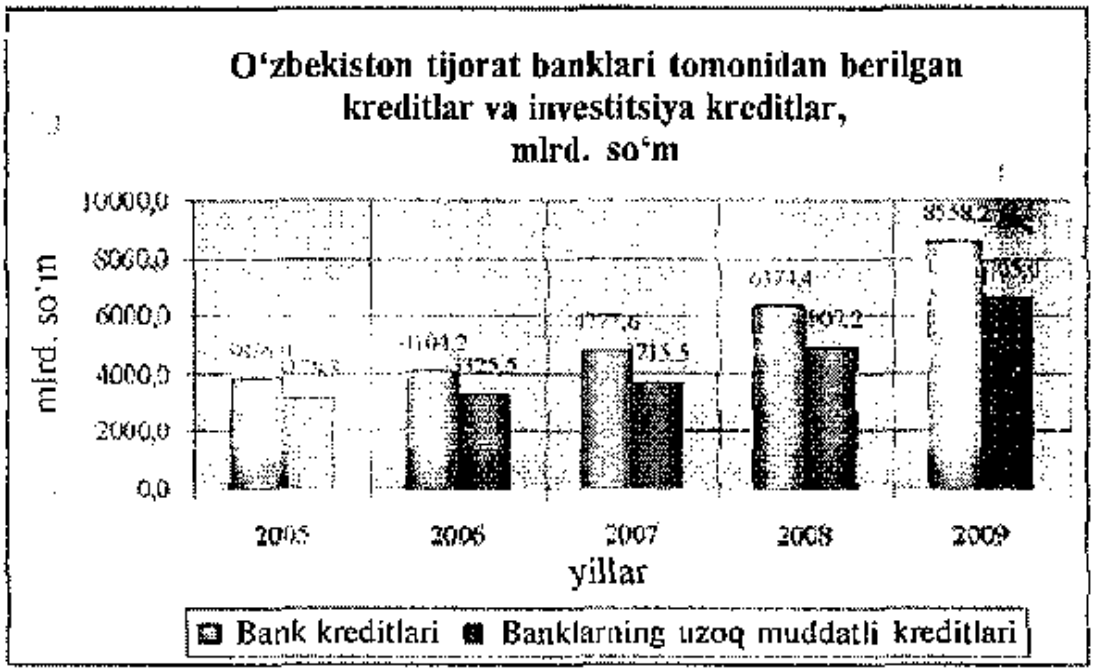
6.2.2-jadval

O'zbekiston Respublikasi tijorat banklari tomonidan kichik biznes subyektlariga berilgan kreditlar dinamikasi, mlrd. so'm

Ko'rsatkichlar	2005 y.	2006 y.	2007 y.	2008 y.	2009 y.
Banklar tomonidan kichik biznes subyektlarigaberilgan kreditlar-jami	419,9	547,4	743,7	1250,7	1851,7
Shu jumladan:					
Kichik biznes subyektlariga banklar tomonidan berilgan mikrokreditlar	45,4	64,9	110,0	202,5	322,1

Jadvaldan ko‘rinadiki, 2010-yilda kichik biznes subyektlariga ajratilgan kreditlar hajmi 1,4 barobar ko‘paydi va 2 trillion 700 milliard so‘mni tashkil etdi. Jumladan, mikrokreditlar hajmi 485 milliard ortib, bu ko‘rsatkich 2009-yilga nisbatan 1,5 barobar ko‘paydi.

Shu o‘rinda tijorat banklari kreditlari to‘g‘risida so‘z borganda ularning maqsad yo‘nalishlari jihatidan tarkibi ham takomillashib borayotganligini ta’kidlash lozim (6.2.3-rasm).



6.2.3-rasm. **O‘zbekiston tijorat banklari tomonidan berilgan kreditlar va investision kreditlar miqdori.**

Banklarning investisiya maqsadlariga yo‘naltirilgan kreditlarining umumiy kredit portfelidagi ulushi qariyb 70 foizni tashkil etdi, iqtisodiyotimizning real sektoriga yo‘naltirilgan kreditlarining umumiy hajmi esa 2009-yilda 2000-yilga nisbatan 14 barobar oshdi.

So‘nggi o‘n yilda iqtisodiyotning real sektorlarini kreditlashga yo‘naltirilgan ichki manbalar 25 barobardan ziyodroq ko‘paydi. 6.2.3-rasmdan ko‘rinadiki, 2009-yilda jami bank kreditlari tarkibida uzoq muddatli kreditlarning ulushi 78,3 foizni tashkil etgan.

Yuqoridagi fikr-muloh azalardan ko‘rinadiki, mamlakatimizdagi bank-moliya sohasining tobora mustahkamlanib borishi amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar moliyaviy ta’minotning

kuchayishi, iqtisodiyot real sektorining har tomonlama qo'llab-quvvatlanishiga hamda barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlarining ta'minlanishiga zamin yaratmoqda.

Bank operatsiyalari aktiv va passiv operatsiyalardan iborat bo'lib, passiv operatsiyalar pul mablag'larini ma'lum bir yo'nalishga safarbar etishga qaratilgan. Banklar passiv operatsiyalar orqali jamg'armalar va vaqtinchalik bo'sh turgan mablag'larni ishlab chiqarishga safarbar etib, foyda oladi. Aktiv operatsiyalar turli xarakterdagi kreditlarni berish operatsiyalari bilan bog'liq bo'lib, quyidagi elementlari bo'yicha turkumlanadi:

— muddatlari bo'yicha kreditlar qisqa, o'rta va uzoq muddatga mo'ljallangan.

— kreditlar hajmi bo'yicha kichik, o'rta, yirik miqdorda har bir mijozga individual va moliyaviy imkoniyatlarini hisobga olgan holda beriladi;

— ayrim turlari bo'yicha maxsus kafolatni talab etuvchi, garov evaziga beruvchi kreditlar mavjud.

— kreditlarning turlari bo'yicha, ya'ni davlat, tijorat, xalqaro va boshqa turlari bo'yicha berish.

— qarzni turlari bo'yicha yuridik va jismoniy shaxslarga berish.

Vaqtinchalik foydalanish uchun, iste'mol uchun, qarzlarni to'lash uchun, eksport va import operatsiyalarini bajarish uchun beriladigan kreditlar.

Hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari o'z faoliyatida turli banklar bilan muomalada bo'ladi. Bu jarayon oldingilaridan farqli ravishda ancha murakkab hisoblanadi, chunki avvalgi jarayonlar, asosan, korxonalar orqali bank o'z faoliyatini olib borganligi bilan xarakterlanadi. Tadbirkorlik faoliyati shakllanishi tufayli banklar xususiy mulk egalari va kichik korxonalar faoliyati bilan bog'liq operatsiyalarni bajarishga o'z mablag'larini safarbar etib boradi.

Tadbirkorlarning banklar bilan bo'ladigan operatsiyalarida ko'pgina erkinliklar berilganligi shunda namoyon bo'ladiki, xususiy tadbirkor o'z jamg'armasini O'zbekistonning turli banklaridagi o'z hisob schyotida saqlash, kredit va kassa operatsiyalarini bajarish huquqiga ega. Banklar bilan tadbirkorlar o'rtasidagi munosabatlarda

amal qilayotgan qonun va shartnomalarga asosan pul o'tkazish yo'li bilan hisob-kitoblar olib borish mumkin. Banklar tadbirkor schyotida pul mablag'lari, qimmatli qog'ozlar va boshqa muhim ahamiyatga ega hujjatlarni saqlashni kafolatlab beradi. Banklar tadbirkorlar va mijozlar bilan bo'ladigan operatsiyalarda pul egasi tomonidan topshiriq qog'ozi bankka kelib tushishi bilan 12–13 soat davomida keyingi operatsiyalarni bajarishi zarur.

Mulk egalari hisobiga pul o'tkazish shaharda 4 ish kunida, viloyatda 5 ish kunida, respublika ichida 10 ish kunida bajarilishi lozim. Agar bu qonun shartlari buzilsa, mijozga yillik foiz miqdorida bank jarima to'laydi. Bank mijozlarning arizasiga binoan ularga tegishli operatsiyalarni bajaradi. Banklar tadbirkorlarni Respublika Markaziy banki tomonidan kiritilgan o'zgarishlar, qoidalar ayniqsa, hisoblar bo'yicha naqd pulsiz tarzdagi operatsiyalar bo'yicha o'zgarishlardan xabardor qiladi. Bank mijozga kechikib o'tkazgan operatsiyalari uchun, pulni noto'g'ri jo'natganligi uchun, aybdor sifatida, har bir kun uchun o'tkazilayotgan summaning 3 foizi miqdorida jarima to'laydi. Bankning aybi bilan hisob hujjatlari yo'qolsa, mijozga hujjatda ko'rsatilgan summaning har bir kuni uchun 3 foiz miqdorida jarima to'lanadi.

Tadbirkorlar bilan bank o'rtasida kredit berish bo'yicha operatsiyalar ikki tomon o'rtasida imzolangan shartnoma asosida amalga oshiriladi. Operasiyalarni muvaffaqiyatli bajarish uchun har bir tadbirkor «Banklar va bank faoliyati to'g'risida«gi O'zbekiston Respublikasi qonunlarini chuqur o'rganib, unga rioya etishi lozim.

Bozor iqtisodiyotida tadbirkorlik korxonalarining hayoti va iqtisodiy faoliyati valyuta operatsiyalari bilan bog'liqligi ma'lum. Tadbirkorlik korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatini amalga oshirishda ham milliy valyuta, ham xorij valyutasida operatsiyalarni bajarishiga to'g'ri kelmoqda. Ayniqsa, tashqi savdo jarayonlari bevosita valyuta operatsiyalari bilan bog'liq.

Valyuta operatsiyalari valyuta kursi bo'yicha ikki tomon valyutasi nisbati solishtirilgan holda amalga oshiriladi. Xalqaro maydonda AQSh dollari valyuta kotirovkasida baza sifatida qabul qilingan. Boshqa mamlakatlar valyutasi, kurs bo'yicha, AQSh dollariga qiyoslab

boriladi. Dollar kursi abadiy bo'lmay, u ham o'zgarib turadi. Bu o'zgarish har kuni bo'lishi ham mumkin. Shuning uchun banklar kursni bank faoliyat boshlash yoki yopilish vaqtidagi kurslar bo'yicha hisob-kitob ishlari olib boradi. Valyuta kursining o'zgarib borishi haqida har hafta matbuotda jadval berib boriladi. Bu axborot tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyatida muhim ahamiyatga ega. Valyuta operatsiyalarida asosiy o'rinni kredit, qimmatli qog'ozlar, valyutani foyda olish maqsadida sotib olish va sotish kabilar egallaydi. Xo'jalik yuritish jarayonida xususiy mulk egalari valyuta hisob-kitob schyotiga ega bo'lish huquqini olib, erkin tarzda valyutani sotib olishlari ham mumkin. Tadbirkorlar ham, xorij firmalari va tadbirkorlari bilan savdo qilishi uchun valyutani erkin sotib olish huquqiga ega.

Umuman, bozor iqtisodiyoti jahondagi rivojlangan mamlakatlarning muomaladagi valyutalarini mamlakat ichki bozorida harakatlanishi uchun huquqiy imkoniyatlar yaratib beradi. Tadbirkorlar valyuta bilan bog'liq faoliyatlaridan samarali foydalanib, xorij valyutasiga yangi texnika va zamonaviy texnologiya xarid qilib, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarida xizmat sifatini oshirish, ishlab chiqarish sohasida sifatli tovarlar ishlab chiqarib, uni sotishdan katta foyda olish imkoniyatlariga ega bo'ladilar.

6.3. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini soliqqa tortish, ulardan olinadigan soliq turlari va soliq imtiyozlari

Mulk shakllaridan qat'iy nazar, barcha korxonalar O'zbekiston Respublikasining «Korxonalar, birlashma va tashkilotlardan olinadigan soliqlar to'g'risida«gi qonuniga muvofiq, davlat va mahalliy byudjetlarga soliqlar to'laydilar.

Soliqlar byudjetga tushadigan pul va qonun bilan belgilangan majburiy munosabatlardir. Bu munosabatlar soliq to'lovchilar (yuridik va jismoniy shaxslar) bilan davlat o'rtasidagi munosabatlarni ifoda etadi.

Soliqlar, avvalo, davlatning vazifalarini moliyaviy mablag'lar bilan ta'minlash zarurligidan kelib chiqadi.

Davlat oldida turgan umumiy-ijtimoiy zaruriy vazifalarga hozirgi sharoitda quyidagilar kiradi:

— aholining kam ta'minlangan tabaqalari (talabalar, pensionerlar, nogironlar va boshqalar)ni ijtimoiy himoya qilish;

— mamlakat mudofaasini ta'minlash;

— mamlakat fuqarolarining tinch mehnat qilishi va erkin yashashi muhofazasini ta'minlash;

— mamlakat ichida uzluksiz ijtimoiy, madaniy tadbirlar (maorif, sog'liqni saqlash, madaniyat, ijtimoiy ta'minot va boshqalar)ni amalga oshirish;

— xorijiy mamlakatlar bilan iqtisodiy, madaniy va siyosiy aloqalarni o'rnatish;

— bozor infratuzilmasini yaratish va hokazo.

Bu vazifalarni amalga oshirish nihoyatda ko'p moliyaviy resurslarni talab etadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida bu resurslarni faqat soliqlar va soliq xarakteriga ega to'lovlar orqali amalga oshirish mumkin.

Amaldagi qonunchiliklarga muvofiq, O'zbekiston Respublikasi hududida soliq va yig'imlar O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan belgilanadi va bekor qilinadi.

O'zbekiston Respublikasi hududida quyidagi soliq va yig'imlar amal qiladi:

— umumdavlat soliqlari;

— mahalliy soliq va yig'imlar.

Umumdavlat soliqlarga quyidagilar kiradi:

— yuridik shaxslardan olinadigan daromad (foyda) solig'i;

— jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i;

— qo'shilgan qiymat solig'i;

— aksiz solig'i;

— yer osti boyliklaridan foydalanganlik uchun soliq;

— suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq.

Mahalliy soliq va yig'imlarga quyidagilar kiradi:

— mol-mulk solig'i;

— yer solig'i;

— avtotransport vositalarini olib sotganlik uchun soliq;

— savdo-soti q qilish huquqi uchun yig'im, shu jumladan, ayrim turlardagi tovarlarni sotish huquqini beruvchi lisenziya yig'imlari;

— yuridik shaxslarni, shuningdek tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatga olganlik uchun yig'im;

— avtotransport to'xtash joyidan foydalanganlik uchun yig'im;

— obodonchilik ishlari uchun yig'im;

— ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish uchun yig'im;

— boshqa mahalliy ahamiyatga ega bo'lgan yig'imlar.

Mahalliy soliq va yig'imlar mahalliy byudjetga o'tkaziladi.

Soliq nimaga olinsa, o'sha narsa soliq obyekti bo'ladi. Soliq obyekti 3 guruhga bo'linadi: tovar aylanmasi , daromad va mulk.

Soliq obyektining har bir soliq birligi uchun davlat tomonidan belgilab qo'yilgan me'yori soliq stavkasi deb yuritiladi. Bu stavka qat'iy summalarda yoki foizlarda obyektga nisbatan qo'llaniladi.

Soliq stavkalari proporsional, progressiv va regressiv ko'rinishlarda bo'lishi mumkin.

Proporsional soliq stavkasi usulida foyda yoki aylanmaga ega yuridik va jismoniy shaxslar bir xil ulushda soliq to'laydilar. Bu yerda soliq stavkasi qat'iy o'rnatilgan bo'lib, mutanosib ravishda olinadi. Masalan, korxona asosiy fondlarining o'rtacha yillik qiymati 200 mln so'm bo'lib, undan undiriladigan soliq stavkasi 2 foiz qilib belgilanganda, soliq summasi hisobot yili uchun 4 mln. so'mni (200 mln x 2:100) tashkil etadi.

Daromad yoki foyda ortib borishi bilan soliq stavkasi ham ortib borishi ko'zda tutilgan bo'lsa, bunday stavkalar progressiv soliq stavkalari deyiladi. Buni biz O'zbekiston Respublikasi fuqarolari, chet el fuqarolari va fuqaroligi bo'lmaganlardan olinadigan daromad solig'i stavkasida yaqqol ko'rishimiz mumkin.

Regressiv soliq stavkasi usulida daromad o'sishi (oshishi) bilan mahsulot ishlab chiqarish hajmi ko'payishi yoki eksportga

mahsulot ishlab chiqarish ko‘payishi bilan soliq stavkasi kamayib boradi. Demak, bunday korxona byudjetga kam soliq to‘lay boshlaydi. Regressiv soliq stavkalari biror faoliyat yoki sohada mahsulot ishlab chiqarishni ko‘paytirish yoki o‘z foydasidan biror turdagi xarajatni kamaytirishni rag‘batlantirish maqsadida qo‘llaniladi.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilangan ayrim mahsulotlar aksiz solig‘iga tortiladi.

Aksiz ba’zi iste’mol tovarlari qiymatiga ustama qo‘yiladigan egri soliqdir. Egri soliq deb atalishining sababi uning byudjetga to‘lovchilari aksiz osti tovarlarini ishlab chiqarib sotuvchilardir. Ammo haqiqiy soliq to‘lovchilar mahsulot etkazuvchilardan tovarlarni sotib oluvchilar, ya’ni iste’molchilardir. *Shuning uchun bu soliq ba’zi mamlakatlarda «iste’mol* solig‘i» deb ham ataladi.

Aksiz solig‘i stavkasi Vazirlar Mahkamasining qarori bilan tasdiqlanadi. Aksiz solig‘i stavkalarini O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilash har yilgi byudjetning asosiy ko‘rsatkichlari belgilanganda ko‘rsatiladi. Biroq yil davomida *aksiz stavkalariga o‘zgartirishlar kiritib borilishi mumkin.*

Aksiz solig‘i to‘lanadigan tovarlarni ishlab chiqaruvchi korxonalar, mulk shaklidan qat’iy nazar, shu tovarlarni eksportga chiqarsalar, aksiz solig‘i to‘lashdan ozod bo‘ladilar. Qizil Yarimoy jamiyati korxonalari ishlab chiqargan tovarlardan kelgan daromadlarini jamiyatning Ustavida ko‘zda tutilgan vazifalarni bajarishga sarflasa, u holda ular ham aksiz solig‘i to‘lashdan ozod bo‘ladi.

Aksiz solig‘i summasi ikki xil formula bilan aniqlanadi. Agar tovarlar mamlakat ichida ishlab chiqilsa va sotilsa, aksiz solig‘i summasi quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$ASS = STO \cdot A / 100;$$

bu yerda: ASS — aksiz solig‘i summasi, so‘m.
STO — soliqka tortiladigan aylanma, so‘m.
A — soliq stavkasi,%.

Agar tovarlar boshqa mamlakatlardan tashib keltirilsa va sotilsa, aksiz solig'i summasi quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$STO = F \cdot A \cdot 100 / (100 - A);$$

bu yerda, STO — soliqqa tortiladigan aylanma, so'm.
F — keltirilgan tovarlarning faktura qiymati, so'm.
A — soliq stavkasi, %.

Aksiz solig'i byudjetga ikki xil muddatda har kuni va har o'n kunda to'lanadi.

Birinchi usul vino-aroq mahsulotlarini sotuvchilarga tegishli. Bu usulda to'lov tovarlarning haqiqiy aylanmasi amalga oshgandan so'ng uning uchinchi kunida to'lanadi. Ikkinchi usulda aksiz osti tovarlari sotuvchi korxonalarning haqiqiy aylanmasidan har o'n kun o'tishi bilan soliq to'lanadi, ya'ni:

— birinchi o'n kunlik uchun shu oyning 13-sanasiga;
— ikkinchi o'n kunlik uchun shu oyning 23-sanasiga;
— uchinchi o'n kunlik uchun kelgusi oyning 3-sanasiga soliq to'laydi.

Aksiz solig'iga tortiladigan mahsulot ishlab chiqaruvchi mikrofirma va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovini hisoblash chog'ida soliqqa tortiladigan baza aksiz solig'i summasiga kamaytiriladigan tartib o'rnatildi. Yangi tashkil etilayotgan mikrofirma va kichik korxonalarga yagona soliq to'lovini to'lash muddatini bir yilga kechiktirish, kechiktirilgan summani imtiyozli davr tugagandan keyin teng ulushlarda 12 oy davomida to'lash huquqi berildi.

Ilgari mikrofirma va kichik korxonalarga yagona soliq to'lash bo'yicha berilgan soliq imtiyozlari yagona soliq to'lovini to'lash chog'ida saqlab qolindi. Yagona soliq to'lovini to'laydigan mikrofirma va kichik korxonalar qonun hujjatlariga muvofiq ijaraga olingan er maydonlari uchun byudjetga ijara haqi to'lashdan ozod qilindi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentinin g 2005-yil 20 iyundagi PF-3620-sonli «Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirishni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida«gi Farmoniga asosan kichik biznes subyektlarini jadal rivojlantirishni yanada rag'batlantirish hamda uning mamlakat iqtisodiyotidagi ulushini tubdan oshirish maqsadida 2005-yilning

1 iyulidan boshlab, mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq, byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasi, Respublika yo'l jamg'armasi va Maktab ta'limi jamg'armasiga majburiy ajratmalar to'lash o'rniga yagona soliq to'lovi joriy etildi.

Mazkur farmonga binoan, yagona soliq to'lovi hisobot choragidan keyingi oyning 25-kunigacha har chorakda to'lanishi belgilab qo'yilgan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 11 apreldagi PF-3594-sonli «To'g'ridan-t o'g'ri xorijiy xususiy investisiyalarni jalb etishni rag'batlantirish borasida qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida«gi Farmoniga binoan, 2005-yilning 1 iyulidan boshlab, to'g'ridan-t o'g'ri xususiy xorijiy investisiyalarni jalb etadigan iqtisodiyot tarmoqlari korxonalari asosiy faoliyati bo'yicha daromad (foyda) solig'i, mulk solig'i, ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish va hududlarni obodonlashtirish solig'i, ekologiya solig'i, mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun belgilangan yagona soliq to'lashdan, shuningdek Respublika yo'l jamg'armasiga majburiy ajratmalar to'lashdan ozod qilindi.

To'g'ridan-t o'g'ri xususiy xorijiy investisiyalar hajmi quyidagicha bo'lganda mazkur soliq imtiyozlari:

— 300 ming AQSh dollaridan 3 million AQSh dollarigacha 3 yil muddatga;

— 3 million AQSh dollaridan 10 million AQSh dollarigacha 5 yil muddatga;

— 10 million AQSh dollaridan ortiq bo'lganda 7 yil muddatga beriladi.

Shuningdek Farmonda ko'rsatilgan soliq imtiyozlari quyidagi shartlar asosida qo'llanilishi belgilab qo'yilgan:

— mazkur korxonalarni ortiqcha ishchi kuchi bo'lgan mintaqalar Qoraqalpo g'iston Respublikasi, Jizzax, Qashqadaryo, Sirdaryo, Surxondaryo, Xorazm viloyatlarida, shuningdek Navoiy, Andijon, Namangan va Farg'ona viloyatlarining qishloq aholi punktlarida joylashtirish;

— xorijiy investorlar tomonidan to'g'ridan-to'g'ri xususiy xorijiy investisiyalarni O'zbekiston Respublikasining kafolati berilmagan holda amalga oshirish;

— korxonaning ustav kapitalida xorijiy ishtirokchilarning ulushi kamida 50 foizni tashkil etishi lozim;

— ushbu korxonalar davlat ro'yxatidan o'tkazilgandan keyin to'g'ridan-to'g'ri xususiy xorijiy investisiyalarni kiritish;

— xorijiy investisiyalarni erkin almashtiriladigan valyuta yoki yangi zamonaviy texnologik uskuna tarzida qo'yish;

— mazkur imtiyozlarning qo'llanish muddati davomida imtiyozlardan olingan daromadni korxonani yanada rivojlantirish maqsadida qayta investisiyalashga yo'naltirish.

6.4. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik taftishini o'tkazish

Tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyat yuritishlarida moliyaviy va buxgalteriya hisob-kitoblarini to'g'ri amalga oshirishlarida auditorlik firmalari ham muhim rol o'ynaydi. Auditorlik firmalari bozor infratuzilmasining eng muhim elementlaridan biri bo'lib, mulkdorlar va davlatning mulkiy manfaatlarini himoya qilish maqsadida mustaqil moliyaviy nazoratni amalga oshiradi.

O'zbekistonda audit O'zbekiston Respublikasi «Auditorlik faoliyati to'g'risida«gi qonuni asosida amalga oshiriladi.

Audit xo'jalik yurituvchi subyektlarni mustaqil ekspertiza va moliyaviy hisobotini tahlil etuvchi tashkilotdir. Buni shunga vakil qilingan shaxslar auditorlar (auditorlik firmalari) bajaradilar .

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

Auditorlik faoliyati xo'jalik yurituvchi subyektlarning faoliyati ustidan maxsus vakolat olgan davlat idoralarining nazorati o'rnini bosmaydi. Auditning asosiy «harakatlanuvchi shaxsi» auditor va auditorlik firmasidir. Auditor belgilangan tartibda auditorlik faoliyati

bilan shug'ullanish huquqini olgan hamda auditorlik kasbi ro'yxatiga kiritilgan mutaxassisdir. Auditorlik firmasi yuridik va jismoniy shaxs tomonidan tuzilib, belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tgach, ustaviga ko'ra auditorlik xizmati ko'rsatish bilan shug'ullanuvchi tashkilot.

Auditorlik firmalari kichik korxonalar, mas'uliyati cheklangan jamiyatlar va boshqa korxonalarning tashkiliy-h uquqiy shakllarida ochilishi mumkin, (ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno).

Quyidagilarga auditorlik tekshiruvini o'tkazish ta'qiqlanadi:

— tekshirilayotgan xo'jalik yurituvchi subyektning rahbarlari va boshqa mansabdor shaxslari bilan yaqin qarindosh bo'lgan shaxs;

— tekshirilayotgan xo'jalik yurituvchi subyektda shaxsiy-mulkiy manfaatlari bo'lgan shaxs;

— xo'jalik yurituvchi subyektning rahbarlari, muassasalari yoki mulkdorlari;

— tekshirilayotgan xo'jalik yurituvchi subyekt yoki uning filiallari xodimi;

— davlat hokimiyati va boshqaruvi idoralarining mansabdor shaxslari;

— kreditorlar, investorlar va boshqa manfaatdor shaxslar.

Auditorlar va auditorlik firmalari davlat ro'yxatidan o'tib, lisenziya olganlaridan keyin faoliyat boshlaydi.

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

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

Auditorlar (auditorlik firmasi) quyidagi huquqlarga ega:

— xo'jalik yurituvchi subyektning hisobotini audit qilish va tuzilgan shartnomaga binoan konsalting xizmati ko'rsatish;

— O'zbekiston Respublikasining «Auditorlik faoliyati to'g'risida»gi qonuni va boshqa me'yoriy hujjatlar talablariga binoan tekshiruvning shakl va usullarini mustaqil belgilash;

— tekshirilayotgan obyektda ham, uchinchi shaxslar qo'lida ham bo'lgan, tekshirilayotgan xo'jalik yurituvchi subyektlarning mulkiy holati va faoliyatiga daxldor hujjatlar bilan tanishish imkoniyatiga ega bo'lish;

— o'tkazilayotgan tekshirish yoki ko'rsatilayotgan auditorlik xizmati munosabati bilan tekshirilayotgan xo'jalik yurituvchi subyekt rahbarlari va boshqa xodimlaridan, shuningdek uchinchi shaxslardan og'zaki yoki yozma tarzda zarur izohlar olish;

— lisenziyadan mahrum etish haqida qaror qabul qilinganida sudga ariza bilan murojaat etish va hokazo.

Auditor (auditorlar firmasi)ning burchlari:

— auditor tekshiruvini sifatli, mukammal o'tkazish, tekshiruvlar o'tkazish bilan aloqador boshqa auditorlik xizmati ko'rsatish;

— tekshirilayotgan xo'jalik yurituvchi subyekt rahbariyatiga tekshiruv vaqtida aniqlangan qonunchilikning buzilish hollari va buxgalteriya hisoboti yuritish hamda moliyaviy hisobotni tuzishga qo'yilgan talablarning buzilish dalillari haqida ma'lumot berish;

— o'z vazifalarini bajarish chog'ida ma'lumotlarni sir saqlash. Mijozga zarar etkazadigan ma'lumotlar faqat sudning talabi bilan oshkor qilinishi mumkin;

— uzrli sabablar bo'lmasa, o'z faoliyatini to'xtatmaslik, uni oxiriga etkazish va xulosa chiqarish;

— mabodo ishi va xulosalarida xolis va obyektiv bo'lishning imkoni bo'lmay qolsa, o'z faoliyatini to'xtatish.

Auditorni mijoz bilan shartnoma tuzgan auditorlik firmasi xo'jalik yurituvchi subyekt mulkdorlari bilan kelishilgan holda tayinlaydi.

Xo'jalik yurituvchi subyekt mulkdorlari qarori bilan yoki auditorni tayinlagan yuridik shaxsning qaroriga ko'ra, auditor chaqirib olinishi mumkin, auditor bu haqda barvaqt yozma tarzda, uning xizmatidan voz kechish sabablarini ko'rsatib xabardor qilinadi.

Tekshiruv vaqtida yoki buyurtmaga ko'ra, boshqa ishlar qilinayotganida xizmatdan voz kechilsa, xo'jalik yurituvchi mulkdor auditor xizmatiga haq to'lashi shart.

Surishtiruv organi, proquror, tergovchi va sud topshirig'i bilan auditorlik tekshiruvi o'tkazilsa, xarajatlar tekshirilayotgan

xo‘jalik subyekti zimmasiga tushadi, uning qo‘lida etarli mablag‘ bo‘lmasa, tekshiruvni tayinlagan organ zimmasiga tushadi.

Agar xo‘jalik yurituvchi subyekt qo‘lida zarur mablag‘ bo‘lsa-yu, tekshiruv xarajatlarini to‘lashdan bo‘yin tovlasa, prokuror auditor yoki auditorlik firmasining mulkiy manfaatlarini himoya qilib tegishli sudga murojaat qilishi shart.

Xo‘jalik yuritish subyektining rahbarlari va boshqa mansabdor shaxslari auditorning talabi bilan quyidagilarni bajarishi shart:

— moliyaviy-x o‘jalik faoliyatiga daxldor hujjatlarni berishi;

— og‘zaki yoki yozma tarzda izohlar berishi;

— tekshirilayotgan obyektning moliyaviy-x o‘jalik faoliyatini sifatli ekspertiza qilish uchun boshqa zarur shart-sharoitlarni yaratishi.

«Auditorlik faoliyati haqida«gi qonun va boshqa qonun hujjatlarining qoidalarini auditorlik tekshiruvi vaqtida buzganlik uchun auditor va auditorlik firmasi javobgar hisoblanadi va quyidagi javobgarlikka tortiladi:

— O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligiga binoan mulkiy va ma’muriy javobgarlikka;

— lisenziya huquqini to‘xtatib qo‘yish yoki auditorlik faoliyati bilan shug‘ullanish huquqini beradigan lisenziyadan mahrum etishgacha (lisenziya bergan organ qaroriga muvofiq) bo‘lgan intizomiy jazolar beriladi.

Auditor faoliyatini tartibga solib turish uchun qonunchilikda auditorlar palatasini ochish nazarda tutilgan.

O‘zbekistondagi aksariyat auditorlik firmalarini auditorlarning o‘zlari tashbbuskor bo‘lib tuzgan, ammo mustaqil audit o‘tkazish uchun ularning soni etarli emas. Bu muammoni hal etish uchun Davlat mulk qo‘mitasi tashabbusi bilan 1996 yilning may oyida qimmatli qog‘ozlar bozori qatnashchilariga maslahat-auditorlik va axborot xizmati ko‘rsatish uchun maxsus agentlik «Konsauditinform» tashkil etildi.

Hozirgi kunda qo‘shma korxonalar auditi, hissadorlik jamiyatlari auditi, investisiya fondlarining auditi va sug‘urta kompaniyalarining auditi shakllandi.

Qisqa xulosalar

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarining asosiy faoliyati banklar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ular olib borayotgan faoliyat xomashyoni sotib olish, ishlab chiqarilgan tovarlar, ko'rsatiladigan xizmatlarga haq to'lash, ishlovchilarni ish haqi bilan ta'minlash, turli toifadagi korxonalar, firmalar va boshqa yuridik shaxslar bilan bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar, ya'ni olingan daromaddan soliq to'lash, transport, kommunal xizmatlari uchun barcha turdagi to'lovlar, shuningdek olinadigan kreditlar va boshqa hisob-kitoblar banklar orqali amalga oshiriladi.

Bank operatsiyalari aktiv va passiv operatsiyalardan iborat bo'ladi. Passiv operatsiyalar pul mablag'larini ma'lum bir yo'nalishga safarbar etishga qaratilgan bo'ladi. Aktiv operatsiyalar turli xarakterdagi kreditlar berish bilan bog'liqdir.

Soliqlar qonun bilan belgilangan, byudjetga majburiy to'lanadigan pul to'lovlaridir. Soliqlar, avvalo, davlatning vazifalarini moliyaviy mablag'lar bilan ta'minlash zaruratidan kelib chiqadi. O'zbekiston Respublikasida umumdavlat va mahalliy soliqlar amal qiladi. 2005-yilning 1 iyulidan boshlab, mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq tizimi joriy etilgan.

Tadbirkorlikning iqtisodiy faoliyat yuritishlari, moliyaviy va buxgalteriya hisob-kitoblarini to'g'ri amalga oshirishlarida auditorlik xizmati muhim o'rin tutadi. Auditning asosiy maqsadi korxonalarning moliyaviy va xo'jalik operatsiyalari to'g'riligi va O'zbekiston qonunchiligiga mosligini aniqlashdan iborat.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Bankning passiv va aktiv operatsiyalarining mohiyati nimada?
2. Bankda kredit berish tartibi qanday tashkil etilgan?
3. Banklar bilan tadbirkorlar o'rtasida bajariladigan ope-rasiyalarda o'zaro munosabatlar qanday tashkil etiladi?
4. Banklar bilan tadbirkorlar o'rtasidagi valyuta operatsiyalari qanday bajariladi?
5. Tadbirkorlik faoliyatida soliq solish tartibini izohlab bering.
6. Soliq solish obyekti va bazasi nima?

7. Soliq stavkalarining tarkibi qanday tuzilgan?
8. Aksiz solig'i nima? Uning amal qilish tartibi qanday?
9. Auditning asosiy maqsadi nimalardan iborat?
10. Auditorlarning huquq va burchlari nimalardan iborat?
11. Kichik biznes faoliyatida axborotning mohiyati va ahamiyati nimada?
12. Biznesda axborot turlari va ularning tutgan o'rni qanday?
13. Axborot almashinuvining asosiy elementlari nimalardan iborat?
14. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda axborotlar tizimidan qanday foydalanadilar?

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011-yil 22 yanvar.

2. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir/I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2010. 80 b.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 20 iyundagi PF-3620-sonli «Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida«gi Farmoni.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 24 iyundagi PF-3622-sonli «Tadbirkorlik subyektlarining xo'jalik sohasidagi huquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to'g'risida«gi Farmoni.

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 15 iyundagi PQ-100-sonli «Tadbirkorlik subyektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to'g'risida» gi qarori.

6. O'zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

7. *Xodiyev B. Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. O'quv qo'llanma. — T.: TDIU, 2010. — 267-b.

8. *G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik - mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185-b.

VI BOB KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'EKTLARIDA ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXI TAHLILI

7.1. Ishlab chiqarish xarajatlarining mohiyati, tarkibi va elementlari

Har bir korxona mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq xarajatlarni amalga oshiradi. Mahsulot ishlab chiqarish jarayonida sarf qilingan moddiy resurslar (asosiy vositalar eskirishi, xomashyo va materiallar, yonilg'i-moylash materiallari, ehtiyot qismlar va boshqalar), va jonli mehnat sarfi ishlab chiqarish xarajatlarini tashkil etadi.

Korxonaning ishlab chiqarish, sotish va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan xarajatlarini quyidagicha turkumlash mumkin (7.1.1-rasm):

1. Ishlab chiqarish jarayonidagi ishtirokiga ko'ra:
— ishlab chiqarish xarajatlari;
— noishlab chiqarish xarajatlari.
2. Ishlab chiqarishda sarf etiladigan resurslar manbaiga ko'ra:
— ichki xarajatlar;
— tashqi xarajatlar.
3. Mahsulot ishlab chiqarish hajmining o'zgarishiga nisbatan:
— doimiy xarajatlar;
— o'zgaruvchan xarajatlar.
4. Mahsulot tannarxiga olib borilishi jihatidan:
— bevosita xarajatlar;
— bilvosita xarajatlar.
5. Korxonaning umumiy ishlab chiqarish, moliyaviy va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan:
— mahsulot tannarxiga kiritiladigan xarajatlar;
— davr xarajatlari;
— moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar;
— favqulodda zararlar.

Ishlab chiqarish xarajatlari bevosita ishlab chiqarish jarayoni amalga oshirish bilan bog'liq quyidagi xarajatlardan tashkil topadi:

— bevosita moddiy xarajatlari;

— bevosita mehnatga haq to'lash xarajatlari;

— ishlab chiqarishga taalluqli ustama xarajatlar.

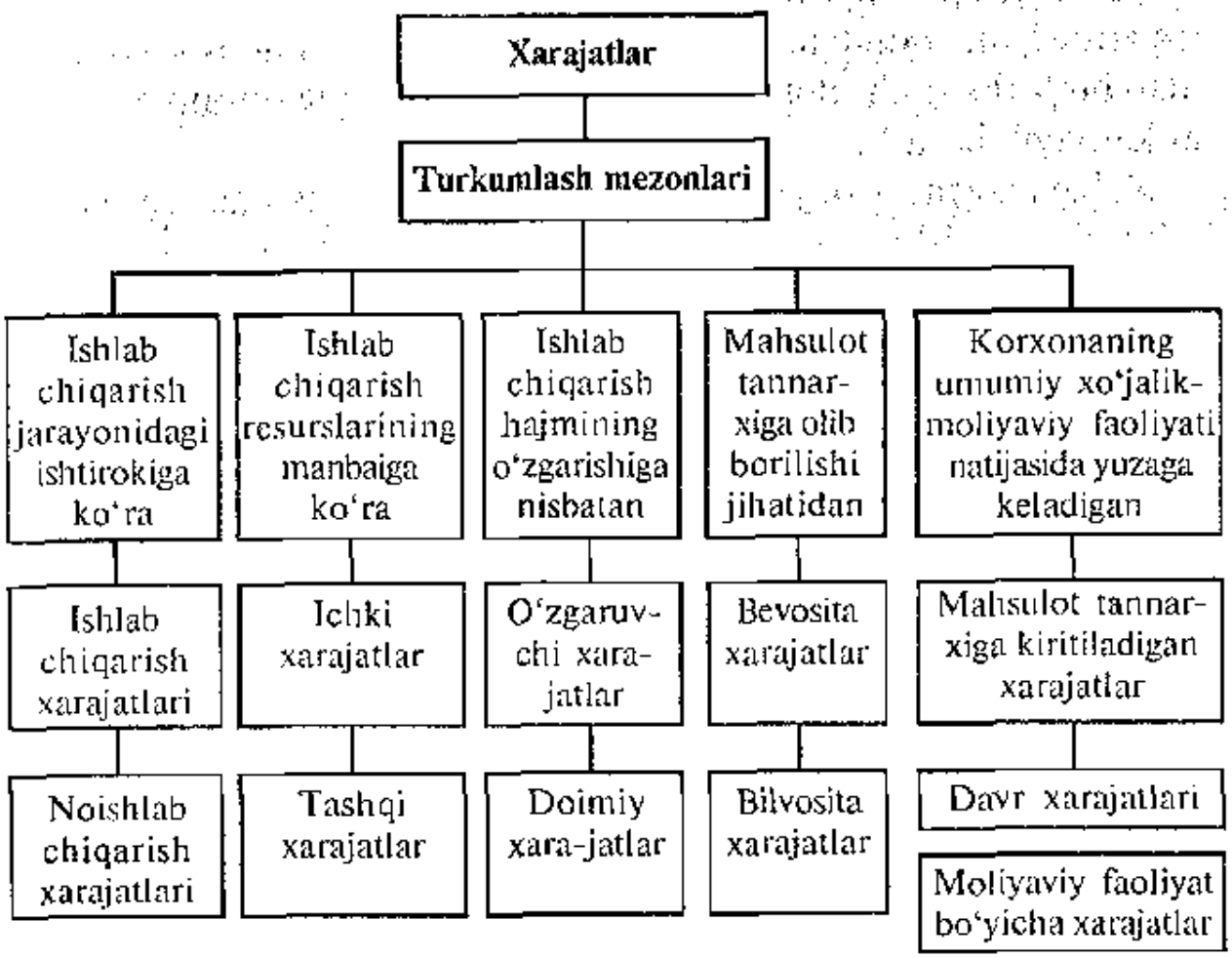
Bevosita mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'lmagan xarajat turlari noishlab chiqarish xarajatlari deb yuritiladi. Uning tarkibiga:

— mahsulotni sotish bilan bog'liq xarajatlar;

— boshqaruv xarajatlari;

— boshqa operasion xarajatlar va zararlar;

— favqulodda zararlar kiradi.



7.1.1-rasm. **Xarajatlarning turkumlanishi.**

Ishlab chiqarish jarayonida foydalaniladigan korxonaning o'ziga tegishli resurslar sarfi (masalan, fermer xo'jaligida asosiy vositalar

eskirishi, xo'jalikning o'zida ishlab chiqarilgan em-xashak, organik o'g'itlar, asosiy podaga o'tkazilayotgan yosh chorva mollari va boshqalar) korxonaning ichki xarajatlarini tashqi mol etkazib beruvchilar va boshqa subyektlardan sotib olingan resurslar uchun to'lovlar korxonaning tashqi xarajatlarini tashkil qiladi.

Qisqa muddatli davrda mahsulot hajmining o'sishiga nisbatan doimiy (G'S) va o'zgaruvchi (US) xarajatlar farq qiladi.

Doimiy xarajatlar mahsulot hajmining o'zgarishiga bog'liq bo'lmay, korxonaning ma'lum bir vaqt oralig'ida sarflashi qat'iy belgilab qo'yilgan o'zgarmas xarajatlarini ifoda etadi. Bunga asosiy vositalarning amortizasiyasi, boshqaruv xodimlarining ish haqi, sug'urta to'lovlari, telefon uchun abonentlik to'lovi va ijara to'lovlarini misol qilib keltirish mumkin. Doimiy xarajatlarning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, mahsulot hajmining oshib borishi bilan bir birlik mahsulotga to'g'ri keluvchi o'rtacha doimiy xarajatlar kamayib boradi.

O'zgaruvchi xarajatlar miqdori mahsulot ishlab chiqarish hajmining o'sishi yoki kamayishiga qarab o'zgarib turadi, ya'ni mahsulot hajmi o'zgarishiga mutanosib bo'ladi. O'zgaruvchan xarajatlar tarkibiga ishchilarning ish haqi va unga nisbatan ajratmalar, xomashyo, yonilg'i-moylash materiallari, yoqilg'i va energiya, transport xarajatlari va boshqa vositalar farqi kiradi. O'zgaruvchan xarajatlarning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, mahsulot hajmining oshib borishi bir birlik mahsulotga to'g'ri keluvchi o'rtacha o'zgaruvchi xarajatlarning o'zgarishiga uncha ta'sir ko'rsatmaydi.

Doimiy va o'zgaruvchi xarajatlar yig'indisi korxonaning umumiy xarajatlarini (TS=G'S+US) tashkil qiladi. Bundan tashqari mahsulot ishlab chiqarishning (Q) bir birligiga sarflangan o'rtacha umumiy xarajatlar tushunchasi ham mavjud. Umumiy xarajatlar summasini mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bo'lish orqali topish mumkin.

Ishlab chiqarishning dastlabki bosqichida, moddiy resurslar va asosiy vositalar to'la bandlik darajasiga erishmagan davrda, o'rtacha doimiy xarajatlar qiymati yuqori bo'ladi va ishlab chiqarish hajmining oshib borishi bilan u kamayib borish xususiyatiga ega.

O‘rtacha o‘zgaruvchi xarajatlar ishlab chiqarish hajmi optimal chegaraga etguncha kamayib boradi, ammo undan keyin ishlab chiqarishga jalb etilgan ortiqcha resurslar samarasiz bo‘lishi tufayli, o‘rtacha o‘zgaruvchi xarajatlar ortib boradi.

Keyingi har bir qo‘shimcha mahsulot birligini ishlab chiqarishga sarflanadigan xarajatlar „chegaraviy xarajatlar“ deb yuritiladi. Uni umumiy xarajatlar summasining o‘sgan qismini mahsulot hajmining o‘sgan qismiga bo‘lish orqali topish mumkin. Chegaraviy xarajatlar ishlab chiqarilayotgan har bir qo‘shimcha mahsulot birligi korxonaga qanchaga tushishini ko‘rsatadi. Bir birlik mahsulot ishlab chiqarishga ketadigan moddiy, mehnat va boshqa xarajatlar sarfi optimallashib borgan sari chegaraviy xarajatlar kamayib boradi. Ammo, korxonaning ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish imkoniyatlari to‘liq bandlikka erishgach, keyingi birlik mahsulotni ishlab chiqarish xarajatlari borgan sari qimmatlashib boradi.

Natijada yuzaga keladigan xarajatlar O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 5 fevraldagi 54-sonli qarori bilan tasdiqlangan «Mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to‘g‘risidagi Nizom«ga muvofiq quyidagicha turkumlanadi:

1. Mahsulot ishlab chiqarish tannarxini hosil qiluvchi xarajatlar:

— ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari;

— ishlab chiqarish xususiyatiga ega;

— ishlab chiqarishga tegishli asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar amortizasiyasi;

— ishlab chiqarish ahamiyatiga ega boshqa xarajatlar.

2. Ishlab chiqarish tannarxiga kiritilmaydigan, biroq asosiy faoliyatidan olingan foydani aniqlashda hisobga olinadigan davr xarajatlari:

— mahsulotni sotish xarajatlari;

— boshqaruv xarajatlari;

— boshqa operasion xarajatlar.

3. Korxonaning umumxo'jalik faoliyatidan olingan foydasini aniqlashda hisobga olinadigan moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar:

— foizlar bo'yicha to'lovlar;

— mol-mulkni uzoq muddatli ijaraga (lizingga) olish to'lovlari;

— xorijiy valyuta bilan operatsiya bo'yicha salbiy kurs tafovutlari;

— qimmatli qog'ozlarga qo'yilgan mablag'larni qayta baholash;

— moliyaviy faoliyatga oid boshqa xarajatlar.

4. Korxonaning odatdagi faoliyatiga mos kelmaydigan, bir necha yillar davomida takrorlanib turmaydigan va kichik tadbirkorlik korxonasi boshlig'ining (mulk egasining) qabul qilgan boshqaruv qarorlariga bog'liq bo'lmagan holda vujudga keladigan voqea va hodisalar (suv toshqini, yong'in, jala, do'l kabi tabiiy ofatlar va mamlakat qonunchiligida o'zgarish) natijasida ko'rilgan favqulodda zararlar.

7.2. Mahsulot tannarxi va uni hisoblash usullari

Tannarxda korxona ishlab chiqarish faoliyatining sifat ko'rsatkichlari — ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligi, ishlab chiqarish texnologiyasi va mehnatni tashkil etish darajasi, korxonani tejamkorlik bilan va oqilona yuritish omillari, mahsulot ishlab chiqarishni yuksaltirish sharoitlari o'z aksini topadi.

Mahsulot tannarxini hisoblashdan ko'zda tutilgan asosiy maqsad - uni ishlab chiqarishga sarflangan haqiqiy xarajatlarni tegishli hujjatlarda o'z vaqtida, to'liq va ishonchli aks ettirish hamda moddiy, mehnat va moliyaviy resurslardan tejamkorlik asosida, oqilona foydalanish ustidan nazorat o'rnatishdir.

Mahsulot tannarxi korxona xarajatlari tushunchasidan farq qiladi. Korxonaning mahsulot ishlab chiqarish, sotish va boshqa moliyaviy-x o'jalik faoliyati natijasida yuzaga keladigan barcha xarajatlari mahsulot tannarxiga kiritilmaydi. Mahsulotning (ishning, xizmatning) ishlab chiqarish tannarxiga uni bevosita ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlar kiritiladi. Ularga quyidagilar tegishli:

— bevosita moddiy xarajatlar;

— bevosita mehnat xarajatlari;

— ishlab chiqarish xususiyatiga ega bilvosita ustama xarajatlar.

Bu xarajatlarning ko'pchiligini naturada, ya'ni dona, kg, metr va boshqa ko'rinishlarda hisobga olib borish va rejalashtirish mumkin. Ammo mahsulot ishlab chiqarishga sarflangan barcha xarajatlarni birgalikda hisobga olish uchun ularni yagona o'lchov birligiga - qiymat-pul ko'rinishiga keltirish talab etiladi.

Ayrim turdagi ishlab chiqarish xarajatlarini yaratilayotgan mahsulot tannarxiga to'g'ridan-to'g'ri kiritish mumkin. Unga ishlab chiqarishdagi ishchilarning ish haqi va iste'mol qilingan moddiy resurslar sarfini kiritish mumkin. Bunday xarajat turlari bevosita ishlab chiqarish xarajatlari deb yuritiladi.

Ikkinchi bir xarajat turlari bir necha xil mahsulot etishtirish jarayonida ishtirok etishi tufayli (masalan, bir necha xil ekinlarga o'g'it tashigan traktor amortizasiyasi) ularga ketgan xarajatlarni shu mahsulotlarni ishlab chiqarishdagi ishtirokiga mutanosib taqsimlashga to'g'ri keladi. Bunday xarajatlar bilvosita ishlab chiqarish xarajatlari yoki ishlab chiqarishga tegishli ustama xarajatlar deb yuritiladi.

7.2.1-jadval

Mahsulot tannarxining bevosita va bilvosita xarajatlari tarkibi

Xarajat moddalari	Mahsulot tannarxiga olib borilishi jihatidan	
	bevosita	bilvosita (ustama)
Xomashyo vaasosiy materiallar (qayta kirim qilingan chiqitlardan tashqari)	+	
Sotib olingan butlovchi qismlar va yarim fabrikatlar	+	
Ishlab chiqarish xarakteridagi ish va xizmatlar		+
Texnologik maqsadlar uchun ishlatilgan yoqilg'i energiya	+	
Ishlab chiqarishga tegishli mehnatga haq to'lash xarajatlari	+	
Ishlab chiqarishga tegishli ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar	+	
Moddiy qiymatliklar kamomadi vamahsulotlarning buzilishidan ko'rilgan zararlar	+	
Asosiy vositalar amortizasiyasi		+
Ishlab chiqarishgaoid boshqaxarajatlar		+

Mahsulot tannarxi bir turdagi mahsulotni bevosita va bilvosita ishlab chiqarish xarajatlarini shu mahsulot miqdoriga bo'lish orqali topiladi:

$$MT = MX+IX+ST+A+BIX / M$$

bu yerda: MT — mahsulot tannarxi, so'm; MX — ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari, so'm; IX — ishlab chiqarish xususiyatidagi mehnatga haq to'lash xarajatlari, so'm; ST — ishlab chiqarishga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urta to'lovlari, so'm; A — asosiy vositalar amortizasiyasi, so'm; BIX — boshqa ishlab chiqarish xarajatlari, so'm; M — mahsulot miqdori, sentner, dona, kg, tonna va hakozo.

Korxonada rejadagi (biznes-rejada belgilangan) va haqiqiy (hisobot bo'yicha haqiqatda erishilgan) tannarx hisoblab borilishi mumkin. Bu rejalashtirilgan ishlab chiqarish xarajatlarini haqiqatda erishilgan daraja bilan taqqoslash, ortiqcha moddiy va mehnat resurslari sarflariga yo'l qo'yilgan yoki tejamga erishilganini aniqlash va kelgusida tegishli xulosalar chiqarishga imkon beradi.

Rejadagi tannarx korxonaning mavjud texnik, texnologik va kadrlar salohiyati doirasida mahsulot ishlab chiqarishga sarflanishi ehtimoli bo'lgan xarajatlarning kutilayotgan maksimal darajasini aks ettiradi. Rejadagi tannarx moddiy resurslarni sarflash me'yorlari asosida xisoblanadi.

Haqiqiy tannarx korxonaning mahsulot ishlab chiqarish jarayonini haqiqatda sarflangan bevosita ishlab chiqarish xarajatlarini tashkil etadi. Haqiqiy tannarx rejadagi tannarxdan farq qilishi mumkin. Agar u rejadagi tannarxdan yuqori bo'lsa, ishlab chiqarish samardorligining pasayishidan past bo'lsa, kapital, mehnat va moddiy resurslardan oqilona foydalanish natijalarini aks ettiradi. Mahsulot tannarxini hisoblashda faqat shu mahsulotni ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlar hisobga olinadi. Mahsulotni sotish va ishlab chiqarishni boshqarish bilan bog'liq umumkorxona xarajatlari mahsulot tannarxiga kiritilmay davr xarajatlari hisobiga kiritiladi.

Mahsulot tannarxini aniqlashda hisoblash obyektlarini bilish muhimdir. Unga qilingan xarajatlarni alohida hisobga olish mumkin bo'lmaganligidan, umumiy ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblash obyektlari bo'yicha to'g'ri taqsimlash muhimdir.

Mahsulot tannarxiga kiritiladigan ishlab chiqarish xarajatlari xarajat **elementlari** va **moddalari** bo'yicha guruhlarga ajratiladi. Bunday guruhlash:

— rejalashtirilgan mahsulot ishlab chiqarishning moddiy va mehnat sarflariga ehtiyojni aniqlash;

— xarajatlarni iqtisodiy mazmuniga ko'ra taqsimlash;

— umumiy ishlab chiqarish xarajatlari miqdorida u yoki bu xarajat elementlarining ulushini aniqlash imkonini beradi.

Masalan, buxgalteriya hisobida mahsulot ishlab chiqarish tannarxini hosil qiluvchi xarajatlar iqtisodiy mazmuni va umumiylik xususiyatlariga ko'ra quyidagi **elementlarga** ajratiladi:

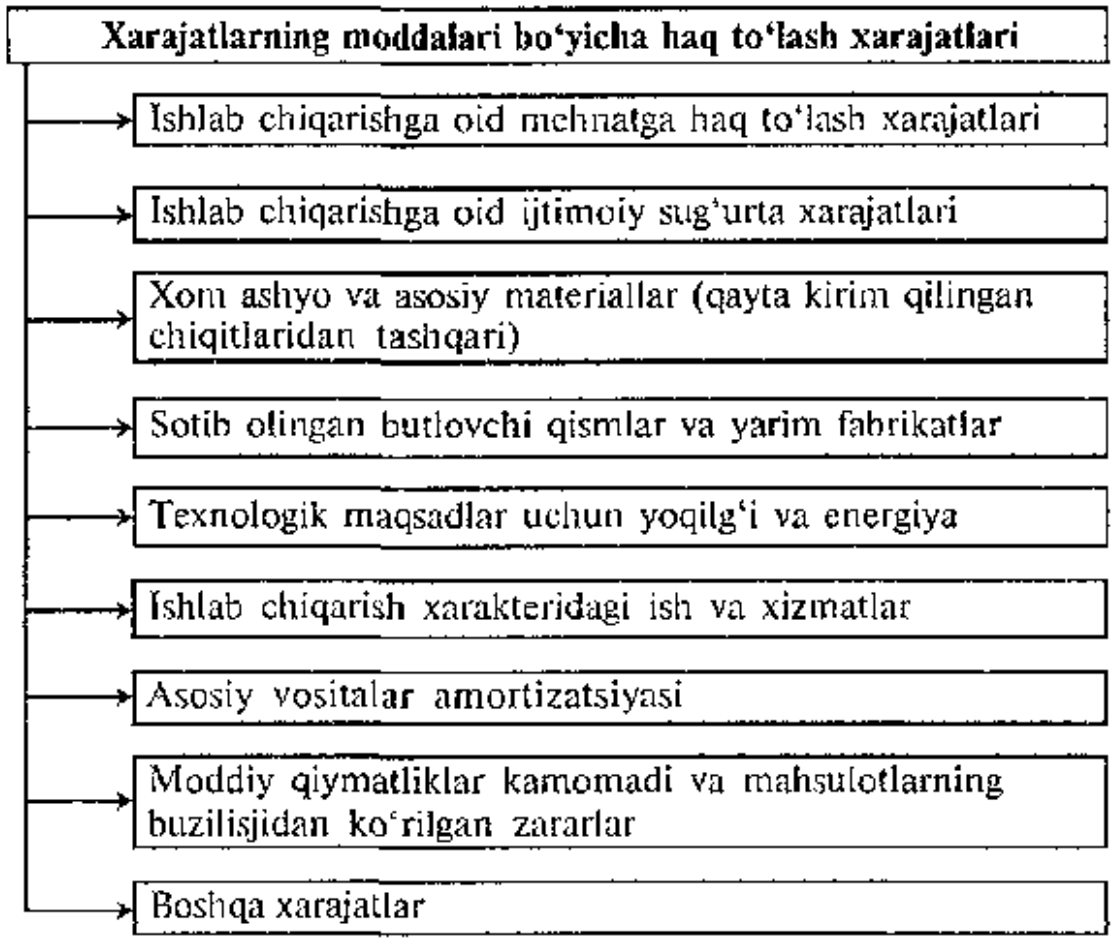
— ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari;

— ishlab chiqarishga tegishli mehnatga haq to'lash xarajatlari;

— ishlab chiqarishga tegishli ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar;

— asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar amortizasiyasi;

— ishlab chiqarishga oid boshqa xarajatlar.



7.2.1-rasm. **Sanoat korxonalarida mahsulot tannarxini hisoblash moddalari.**

Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

— ishlab chiqarishga yuqori unumli, ishonchli va arzon ishlab chiqarish vositalarini joriy etish;

— asosiy aylanma fondlardan oqilona va samarali foydalanish;

— ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish va tejamkorlikka erishish;

— mashina va texnikalarning kunlik va yillik ish unumini ko'tarish;

— resurslarni tejovchi va chiqitsiz texnologiyalardan keng foydalanish;

— ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etishning ilg'or shakllaridan foydalanish;

— mehnat unumdorligini oshirish;

— mahsulotlar sifatini oshirish va nobudgarchilik, yo'qotishlarga yo'l qo'ymaslik;

— qishloq xo'jaligida ekinlar hosildorligi va chorva mollari mahsuldorligin i oshirish va boshqalar.

Qisqa xulosalar

Mahsulot tannarxini hisoblashda faqat shu mahsulotni ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlar hisobga olinadi. Mahsulotni sotish va ishlab chiqarishni boshqarish bilan bog'liq umumkorxona xarajatlari mahsulot tannarxiga kiritilmay, davr xarajatlari hisobiga kiritiladi.

Mahsulot tannarxini aniqlashda hisoblash obyektlarini bilish muhimdir. Unga qilingan xarajatlarni alohida hisobga olish mumkin bo'lmaganligidan, umumiy ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblash obyektlari bo'yicha to'g'ri taqsimlash lozimdir.

Iqtisodiy hisob-kitoblarda mahsulot tannarxini rejalashtirish va hisoblashda xarajatlarni hisoblash moddalari bo'yicha guruhlash qabul qilingan. Keyingi yillarda ishlab chiqarish jarayonida iste'mol qilinadigan resurslar hamda xizmat ko'rsatish korxonalari ish va xizmatlari narxlarining tez sur'atlar bilan oshib borganligi mahsulotlar tannarxining ham qimmatlashib ketishiga sabab bo'lmoqda.

Bu vaziyat aksariyat hollarda kichik tadbirkorlik korxonalari etishtirayotgan mahsulotlarning zarar bilan sotilishiga sabab bo'ladi. Shuning uchun kuchli raqobatga asoslangan munosabatlar sharoitida kichik tadbirkorlik korxonalari oldida mahsulot tannarxini har tomonlama pasaytirish yo'llarini izlab topish vazifasi turadi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Ishlab chiqarish xarajatlariga nimalar kiradi?
2. Mahsulot tannarxi nima?
3. Mahsulot tannarxi qanday usullar bilan hisoblanadi?
4. Sanoat korxonalarida mahsulot tannarxi qanday hisoblanadi?
5. «Asosiy vositalar amortizasiyasi» deganda nimani tushunasiz?
6. Qishloq xo'jaligida mahsulot tannarxi qanday hisoblanadi?
7. Qishloq xo'jaligida mahsulot tannarxini hisoblashda xarajat moddalarini sanab bering?
8. «Boshqa xarajatlar» moddasiga qanday xarajatlar kiritiladi?
9. Mahsulot tannarxini hisoblash ketma-ketligi qanday amalga oshiriladi?
10. Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari nimalardan iborat?

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011-yil 22 yanvar.

2. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir / I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2010. 80-b.

3. *Karimov I.A.* Jahon moliyaviy-i qtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari / I.A.Karimov. Toshkent: O'zbekiston, 2009. — 56-b.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 24 iyundagi PF-3622-sonli «Tadbirkorlik subyektlarining xo'jalik sohasidagi huquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to'g'risida«gi Farmoni.

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 15 iyundagi PQ-100-sonli «Tadbirkorlik subyektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to‘g‘risida»gi Qarori.

6. O‘zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

7. *Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. O‘quv qo‘llanma. — T.: TDIU, 2010. — 267-b.

8. *G‘oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik - mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185-b.

9. *Лапуста М.Г.* Малое предпринимательство: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 685 с.

VIII BOB KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'EKTLARINING MOLIYAVIY FAOLIYATI TAHLILI

8.1. Kichik biznes va tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko'rsatkichlar

Kichik biznes korxonalarining moliyaviy faoliyati ularning davlat, boshqa korxonalar, tashkilotlar va shaxslar bilan o'zaro munosabatini tartibga solish bilan bog'liq pul hisob-kitoblarini ifodalaydi.

Kichik biznes korxonalarining ish faoliyati uning moliyaviy holati bilan chambarchas bog'langanidir. Moliyaviy holat korxonaning har tomonlama faoliyatining natijalarini aks ettiradi va rejada belgilangan ishlarning bajarilishiga ta'sir ko'rsatadi. Har bir kichik korxonaning moliyaviy xo'jalik faoliyatini to'g'ri olib borilishi juda muhim ahamiyat kasb etadi.

Korxonalar faoliyatining moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlardan asosiysi foydadir. Korxonalar foydasining turlari quyidagilardan iborat:

a) mahsulotlar sotishdan tushgan yalpi foyda (YaF). Bu sotishdan tushgan sof tushum (ST) va sotilgan mahsulotning tannarxi (MT) o'rtasidagi farqdan iborat, ya'ni

$$YaF = ST - MT;$$

b) asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan tushgan foyda (IChF). Bu ma'lum davr ichida mahsulotlar sotishdan tushgan yalpi foyda (YaF) va xarajatlar (Aharaj.) o'rtasidagi farq va plyus boshqa asosiy faoliyat sohalari daromadlari (Bdar.) yoki kamomadlari (Bkam.) ayirmasidan iborat, ya'ni:

$$IChF = YaF - Axaraj. + Bdar. Bkam.;$$

v) umumiy xo'jalik faoliyatidagi foyda (UXF). Bu algebrik ifodalar yig'indisi tarzida ifodalanadi: asosiy faoliyatidagi foyda

(AFF) plyus dividendlar (DD) va foizlar bo'yicha daromadlar (FD) plyus (yoki minus) chet el valyutalari bo'yicha operatsiyalaridan olingan daromadlar (yoki kamomadlar) (ChEV) plyus (yoki minus) qimmatbaho qog'ozlarni qayta baholashdagi daromadlar (yoki kamomadlar) (KKKB) minus foizlar bo'yicha xarajatlardan (FX) iborat, ya'ni:

$$UXF = AFF + DD + FD \pm ChEV \pm KKKB\ FX;$$

g) soliq to'lovlarigacha bo'lgan foyda (SF). Bu ko'rsatkich ham algebrik ifodalar yig'indisi tarzida ifodalanib, umumiy xo'jalik faoliyatidagi foyda (UXF) va tasodifiy (ko'zda tutilmagan) foyda yoki kamomadlar (TFK) saldosidan iborat, ya'ni:

$$SF = UXF \pm TFK;$$

d) yillik sof foyda (YSF). Bu barcha soliqlarni to'lab bo'lgandan so'ng korxona hisobiga qoladigan daromad, ya'ni soliq to'lovlarigacha bo'lgan foydadan (SF), daromad yoki foyda solig'ini (FS) hamda boshqa soliqlar yoki to'lovlarni (BS) olib tashlangandan keyin qolgan qismidir, ya'ni:

$$YSF = SF - FS - BS;$$

Korxonalarning xo'jalik faoliyatini yuritishi davomida kelib chiqadigan xarajatlar o'z xususiyatlariga ko'ra quyidagicha tasniflanadi:

Mahsulotlarning ishlab chiqarish tannarxi:

a) to'g'ri va egri moddiy xarajatlar;

b) to'g'ri va egri mehnat xarajatlari;

v) boshqa to'g'ri va egri xarajatlar.

Ma'lum davrdagi xarajatlar:

a) sotish bilan bog'liq xarajatlar;

b) boshqarish bilan bog'liq xarajatlar (ma'muriy xarajatlar);

v) boshqa jarayonlar bilan bog'liq xarajatlar.

Moliyaviy faoliyat bilan bog'liq xarajatlar:

a) foizlar bo'yicha xarajatlar;

b) xorijiy valyutalar bilan bog'liq operatsiyalarda kurslarning salbiy farqi;

v) qimmatbah o qog‘ozlarni qayta baholash;

g) moliyaviy faoliyat bilan bog‘liq boshqa xarajatlar.

Tasodifiy xarajatlar (tabiiy ofatlar natijasida kelib chiqadigan xarajatlar).

Korxonalarning xo‘jalik faoliyatining yuritishi davomida kelib tushadigan daromadlari o‘z xususiyatlariga ko‘ra quyidagicha guruhlanadi va u hisobotlarda quyidagi asosiy bo‘limlar bo‘yicha aks etadi:

— sotishdan tushgan sof tushumlar;

— asosiy faoliyat sohalaridagi boshqa daromadlar (operasion daromadlar);

— moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar;

— tasodifiy daromadlar.

Sotishdan tushgan sof tushumlar mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumlardan qo‘shimcha qiymat *solig‘i, aksiz solig‘i, eksport solig‘i (sotib oluvchi tomonidan* beriladigan ayrim skidkalar) va boshqa to‘lov hamda ajratmalarni olib tashlagandan keyin qolgan qismi sifatida hisoblanadi.

Korxonalarning eksport faoliyati bilan bog‘liq operatsiyalardan tushgan foyda va daromadlarni hisoblash, mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumlar hajmini aniqlash kabi belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

Asosiy faoliyat sohalaridagi boshqa daromadlar (operasion daromadlar) hisobot bo‘limining «Boshqa daromadlar va tushumlar» moddasida ko‘rsatiladi.

Ushbu daromadlarga:

— xo‘jalik shartnomalari shartlarini buzganlik uchun turli xildagi sanksiyalar, jarimalar, penyalar, shuningdek keltirilgan zarar va kamomadlarni qoplash;

— hisobot yilida, o‘tgan yildagi daromadlar va foydalarni hisoblash natijasida topilgan summa;

— mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotish yoki ishlab chiqarish jarayonlari bilan bog‘liq bo‘lmagan boshqa daromadlar, ya’ni renta daromadlari, xizmat ko‘rsatish tarmoqlaridan tushgan *daromadlar, korxona tizimidagi oshxonalar va kafelar hisobidan* kelib tushadigan tushumlar;

— asosiy fondlar va korxonaning boshqa mol-mulklarining faoliyatidan kelib tushadigan moliyaviy daromadlar kiradi.

Moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

— royalti (lisenziya bitimida ko‘rsatilgan narsadan foydalanish huquqi uchun sotuvchiga vaqt-vaqti bilan pul o‘tkazib turish) va transfert (egasining nomi yozilgan qimmatbah o qog‘ozlarni bir kishi nomidan boshqa kishiga o‘tkazish) kapitallarini to‘plash;

— korxona tizimida faoliyat ko‘rsatayotgan tarmoqlarning qimmatbah o qog‘ozlarga qo‘shgan ulushlaridan kelib tushadigan dividendlar hisobidagi daromadlar;

— valyuta schyotlari bo‘yicha kurslar farqining ijobiy saldolari;

— shu’ba korxonalarning qimmatbaho qog‘ozlarga sarflangan mablag‘larini qayta baholash hisobidan kelib tushadigan foydalar va boshqalar.

Tasodifiy foyda yoki daromadlar xo‘jalik faoliyatini yuritish davomida ko‘zda tutilmagan tasodiflar, hodisalar, e’tiborga olinmagan jarayonlar va voqealar tufayli vujudga keladigan daromadlardir. Bularga, asosiy faoliyat yuritish davomida ifodalangan hisobotlarda aks etgan boshqa daromadlar bo‘limi moddasidagi daromadlar kiritilmaydi.

Xo‘jalik faoliyatini yuritish davomida korxonalar o‘z mablag‘lari darajasini aniqlashi va nazorat qilishi muhim o‘rin tutadi. Chunki mulkiy javobgarlik, tuzilgan kontraktlar va shartnomalar asosida kelib chiqadigan o‘zaro kelishmovchiliklar yoki muammolar mana shu mulkka bo‘lgan egalik huquqlari bo‘yicha kafolatlanadi.

Mulkiy javobgarlik, mulk shaklidan qat’iy nazar faqat korxonaning o‘z mablag‘lariga quyilishi mumkin. O‘z mablag‘larning miqdori buxgalteriya balansi ma’lumotlariga asosan aniqlanadi.

8.2. Kredit stavkasini aniqlash

Kreditning asosiy sharti qarz uchun haq to‘lash. Bu haq qarz qilingan summaga nisbatan foiz hisobida olinganidan uni **qarz foizi** yoki **kreditning foiz stavkasi** deb yuritiladi. Qarz foizi pul bozorida amal qiladi. Bozorga chiqarilgan pulning narxi foiz bo‘ladi. Boshqa tovarlardan farqliroq, qarz pulining narxi uning ma’lum to‘lov

ehtiyojini qondirish xossasidagi foydalanganlik uchun beriladigan haq bo'ladi. Qarz puli kapital sifatida yoki odatdagi to'lov yoki xarid vositasida qo'llaniladi.

Mana shuning uchun ham qarzdor shaxs pul egasiga foiz stavkasini to'laydi. Foiz stavkasi oldindan belgilanadi.

Kreditning foiz stavkasi quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$KFS = KF / KM * 100;$$

bu yerda, KFS kreditning foiz stavkasi, %; KF — qarz foizi, so'm; KM — qarz miqdori, so'm.

Kreditlarning foiz stavkasi mamlakatning ssuda kapitallari bozorida aniqlanadi. Xalqaro kreditlarning foiz stavkasi esa jahon ssuda kapitallari bozorida aniqlanib, bu bozorlarning asosiy qismi London, Tokio, Nyu-York, Frankfurt, Parij va Bryussel shaharlarida joylashgan.

Kreditlarning foiz stavkasi turli omillar ta'sirida o'zgarib turadi. Bu omillarning asosiylari quyidagilardir:

Pul bozoridagi talab va taklifning nisbati, ya'ni bozorda qanday miqdorda qarz puliga talab bor va unga nisbatan qanday miqdorda qarzga beriladigan pul chiqarilgan. Talab oshsa, foiz ortadi, taklif tushsa, u kamayadi.

Qarzga olinadigan pulni ishlatishdan kutiladigan naf darajasi, aniqrog'i shu pulning iste'mol qiymati. Qarz puli tadbirkor uchun ko'p foyda keltirsa yoki iste'molchi ehtiyojini to'laroq qondirsa, foiz yuqori bo'ladi, aks holda u pasayib ketadi. Bunda pulni hozir ishlatishdan tegadigan naf taqqoslanadi.

Qarzni to'lash muddati va sharti. Agar qarz uzoq muddatga berilib, uni sekin-asta, kichik-kichik qismlarga bo'lib, bemalol qaytarish mumkin bo'lsa, qarzdor yuqori foizga rozi bo'ladi. Agar qarz qisqa vaqtga berilsa va uni bir yo'la to'lash shart bo'lsa, qarzdor past foizni ma'qul ko'radi. Gap shundaki, qarz qanchalik uzoq muddatga berilsa, shunchalik uni ishlatib, daromad ko'rish mumkin va shu hisobdan foiz to'lash oson bo'ladi.

Qarzning qanday pul bilan berilishi. Agar qarz erkin konvertirlangan valyutada berilsa, foiz yuqori belgilanadi, agar u

oddiy valyutada berilsa, foiz nisbatan past o'rnatiladi. Konvertirlangan pul nufuzli bo'lgani uchun uni ishlatish oson, undan tezda daromad ko'rish mumkin.

Inflyasiya darajasi. Inflyasiya yuz bersa, qarzga berilgan pul egasiga qaytib kelgunicha o'z qadrini qisman yo'qotadi. Bunda pul egasi yutqazadi. Shu sababli foiz inflyasiyani hisobga olib o'rnatiladi. Foiz inflyasiya shiddatiga nisbatan to'g'ri mutanosiblikda o'zgaradi.

Pulni qarz berishdan ko'ra boshqa yo'sinda ishlatishdan tushadigan daromad. Bunda pul egasining afzal ko'rish prinsipi amal qiladi. Agar aksiya dividendi yuqori bo'lsa, foiz pasayadi va aksincha. Agar aksiyaga 15% dividend berilsa, foiz undan yuqori bo'lishi shart. Aks holda pul egasi uni qarzga bermay, aksiya sotib olishni afzal ko'radi.

Qarz berishning xatar darajasi. Agar qarzning qaytib kelishi kafolatlansa, foiz past, agar bu xatarli bo'lib, qarz qaytishi shubhali bo'lsa, foiz yuqori bo'ladi. Odatda, moliyaviy baquvvat va nufuzli firmalar uchun foiz tayinlanadi. Yuqori va past foiz o'rtasidagi farq pul egalari uchun ma'lum darajada qarz xatarini kamaytiradi, chunki bir erda foizning kamligi, boshqa erda uning ortiq bo'lishi bilan qoplanadi.

8.3. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy samaradorligi

Iqtisodiy samaradorlikning mohiyati. Bozor iqtisodiyotiga o'tish xo'jalik yuritishning oqilona yo'llarini izlab topishni talab qiladi. Bu esa materiallar va xom ashyoni tejab-tergab sarflash, dastgoh va uskunalardan yaxshiroq foydalanish, xodimlar ish unumdorligini oshirish, mahsulot birligiga to'g'ri keladigan xarajatlarni pasaytirish, pirovardida, korxona rentabelliligi va foydaliligini oshirishni ko'zda tutadi.

Ko'rsatib o'tilgan omillarning barchasi ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligiga erishish tushunchasiga birlashadi. Korxona xo'jalik faoliyatining yakuniy natijasi (foyda)ni unga erishishga sarflangan resurslar bilan taqqoslash ishlab chiqarishning samara-

dorligini aks ettiradi. Samaradorlikning oshishi xarajatlar birligiga to‘g‘ri keladigan iqtisodiy natijalarning ko‘payishi bilan ifodalanadi. Samaradorlik xo‘jalik yuritish mexanizmining takomillashganlik darajasidan, biznesni to‘g‘ri yo‘nalishda olib borilayotganligidan darak beradi.

Samaradorlikning ta’rifi asosini ishlab chiqarish xarajatlarining tarkibi va hajmi tashkil qiladi. Xarajatlar korxonaning ishlab chiqarish va tijorat faoliyatini amalga oshirishda zarur omillar (sarmoyalar, mehnat resurslari, tabiiy resurslar, tadbirkorlik faoliyati) uchun sarflangan mablag‘larning pulda aks ettirilishidir. Ular mahsulot tannarxi ko‘rsatkichida namoyon bo‘lib, barcha moddiy xarajatlar, mahsulotni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari, mehnatga haq to‘lash xarajatlarining puldagi ifodasidir.

Ishlab chiqarishning barcha xarajatlarini ikki gruhga: domiy va o‘zgaruvcha xarajatlarga bo‘lish mumkin.

Ishlab chiqarish xarajatlarining bunday bo‘linishi korxonalar faoliyati samaradorligining har xil ko‘rsatkichlarini aniqlash uchun zarurdir. Ishlab chiqarish samaradorligini aniqlash uslubi umumiy xarajatlar va ularning ayrim turlarini xo‘jalik faoliyatining natijalari bilan taqqoslashdan iboratdir. Buning uchun turli xil ko‘rsatkichlardan foydalaniladi.

Bunda barcha ko‘rsatkichlarni quyidagi uchta guruhga birlashtirish maqsadga muvofiqdir:

- xo‘jalik faoliyatini umumlashtiruvchi ko‘rsatkichlar;
- resurslarning ayrim turlaridan foydalanish samaradorligi ko‘rsatkichlari;
- moliyaviy faoliyatni baholovchi ko‘rsatkichlar.

Kichik korxonalarning xo‘jalik faoliyatini umumlashtiruvchi ko‘rsatkichlar. Mahsulotni ishlab chiqarish va sotish korxona faoliyatining oxirgi natijasi hisoblanadi. Kichik korxonalar uchun sotilgan (xaridorlarga ortib jo‘natilgan va ular tomonidan haq to‘langan) mahsulot hajmi pul tushumini ta’minlash, ishlab chiqarish xarajatlari va boshqa zaruriy sarflarning o‘rnini qoplashga imkon beradi. Bundan tashqari, pul tushumining tarkibida foyda ham mavjud bo‘ladi. Undan korxona tomonidan ishlab chiqarishni kengaytirish, moddiy rag‘batlantirish fondlarini yaratish, davlat

byudjeti oldidagi majburiyatlarni bajarish uchun foydalaniladi. Iste'molchi mahsulot sotilishi natijasida ishlab chiqarish vositalari yoki iste'mol mollari ko'rinishidagi zaruriy mahsulotni oladi.

Korxonalar mahsulotlarini sotishda ayrim kamchiliklarga ham yo'l qo'yadi. Xususan, ayrim hollarda sotish rejasini oshirib bajarish bilan birga mahsulotlarning ayrim turlarini xaridorlarga belgilangan muddatlarda etkazib berish rejasi bajarilmaganlik hollari uchraydi. Bu korxonaning o'ziga (u penyalar va jarimalar to'laydi) va xaridorga zarar keltiradi. Shuning uchun sotish rejasining bajarilishi mahsulot etkazib berish bo'yicha shartnoma majburiyatlarining bajarilishini hisobga olish bilan tahlil qilinadi. Bunda bitta xaridorga etkazib berish rejasining oshirib bajarilishi boshqa xaridorlarga etkazib berish rejasining bajarilmaganligiga sabab bo'lganligi hisobga olinadi. Shuning uchun shartnoma majburiyatlari rejasini bajarilishi 100 %dan oshib ketmasligi kerak.

Sotish hajmi tayyor mahsulotni ishlab chiqarish va uni o'z vaqtida sotishga to'g'ridan-to'g'ri bog'liqdir. Tovar mahsuloti mahsulotni sotish ko'rsatkichlarida sotilmagan mahsulotlarning o'zgaruvchan qoldiqlarining o'zgarishi bilan aks ettiriladi. Mahsulotlar sotilishining bir maromdaligini ta'minlash uchun korxonalar tayyor mahsulotlarning zarur hajmiga ega bo'lishi kerak. Ammo amaliyotda sotilmagan mahsulotlarning haqiqiy qoldiqlari me'yoriy qoldiqlardan ancha oshib ketish hollari ham uchraydi. Bu hisobot davrida mahsulotning sotilish hajmi ancha kamayishiga olib keladi. Mahsulot sifatining etarlicha yuqori bo'lmasligi, mahsulotlarni bir maromda ishlab chiqarilmasligi, korxona mahsulotlarni ortib jo'natish uchun transport bilan etarlicha ta'minlanmaganligi va boshqalar bunday vaziyatning sabablari hisoblanadi.

Mahsulotni sotish aniq iste'molchi tomonidan buyumlarning ayrim turlari ko'rinishida amalga oshiriladi. Etkazib beruvchilar va xaridorlar mahsulot etkazib berish to'g'risida shartnoma tuzadilar. Unda buyumlarning ro'yxati, miqdori, yetkazib berish muddatlari va boshqa shartlar ko'zda tutiladi. Ularning bajarilishi tahlili 8.3.1-jadvalda keltirilgan.

8.3.1-jadval

Mahsulotlarni sotish rejasi va shartnoma majburiyatlarining bajarilishi tahlili (ming so'm)

Ko'rsatkichlar	Reja bo'yicha	Haqiqatda	Farqi (+; -)	Rejaning bajarilishi, % da	Sotish hajmiga ta'siri
Mahsulotlarning amaldagi narxlarda sotilish hajmi	14520	14321	+71	100,5	
Tovar mahsuloti	14265	14493	+228	101,6	228
Sotilmagan mahsulotlar qoldiqlarining o'zgarishi	+ 15	+ 172	+ 157		-157
Xaridorlarga mahsulotlar etkazib berish bo'yicha shartnomalarning bajarilishi	14250	14010	-240	98,3	

Jadvaldan ko'rinishicha, sotilgan mahsulotlarning hajmi rejaga nisbatan 71 ming so'mga yoki 0,5% ga oshgan. Bunga tovar mahsulotlarini ishlab chiqarish rejasini 228 ming so'mga yoki 1,6% ga oshirib bajarilganligi sabab bo'lgan. Ammo tovar mahsulotlarining rejadan ortiq ishlab chiqarilishi to'liq sotilmagan.

Sotilgan mahsulotlarning o'tuvchi qoldiqlari rejalashtirilganiga ko'ra 157 ming so'mga o'sgan, bu sotish hajmini shu summaga pasaytirgan.

Sotilmagan mahsulotlar qoldiqlarining o'sishi mahsulotlarni sotish hajmi ko'payishining foydalanilmagan rezervlaridan iborat bo'ladi. Mahsulotlarni sotish rejasining 0,5% oshirib bajarilishiga qaramay, korxona mahsulotlarni etkazib berish bo'yicha shartnoma majburiyatlarini 240 ming so'mga yoki 1,7% ga kamroq bajargan, bu korxona ishining salbiy ko'rsatkichlaridan biridir.

Bozor sharoitlarida mahsulot sifatining yaxshilanishi tobora katta ahamiyat kasb etadi. Mahsulotning sifati deganda uning foydalanish uchun yaroqlilik darajasini belgilovchi xususiyatlar majmui tushuniladi. Mahsulotning belgilangan turlari attestasiya-

dan o'tkaziladi va ularning sifati ikki nav oliy va birinchi navga bo'linadi. Sifatning oliy naviga, sifat parametrlariga asoslangan, oliy fan-texnika yutuqlari darajasiga mos keluvchi mahsulotlar kiradi.

Bunday mahsulotlarning sifat parametrlari amaldagi standartlar ga mos kelishi kerak. Mahsulot sifatini xarakterlovchi ko'rsatkichlardan biri oliy navli mahsulotlar hajmining umumiy ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmiga nisbatan salmog'idir (8.3.2-jadval).

8.3.2-jadval

Oliy navli mahsulotlar ishlab chiqarish bo'yicha ko'rsatkichlar dinamikasi

Ko'rsat-kichlar	O'tgan yil	Hisobot yili		O'zgarish	
		reja bo'yicha	haqi-qatda	o'tgan yilga nisbatan	rejaga nisbatan
Tovar mahsuloti	14006	14265	14495	+489	+230
Shu jumladan, oliy navli mahsulotlar	2831	3459	3663	+832	+204
Oliy navli mahsulotlarning umumiy mahsulotlar hajmiganisbatan salmog'i, foizda	20,2	24,4	25,2	+5	+0,8

Jadvaldan ko'rinishicha, korxonada hisobot yilida o'tgan yil va rejaga nisbatan ishlab chiqarilgan mahsulotlar sifati yaxshilanishi kuzatilgan, ya'ni sifatning oliy navini tovar mahsulotining umumiy hajmiga nisbatan salmog'i o'tgan yilga nisbatan 5 %, rejaga nisbatan 0,8 %ga oshgan.

Mahsulotning sifatiga uni ishlab chiqarish uchun foydalanilgan xomashyo va materiallarning sifati, belgilangan texnologik jarayonga aniq rioya etilishi, ishchilarning malakasi, mahsulot sifatini yaxshilaganlik uchun moddiy rag'batlantirish, tayyor mahsulotlarni saqlash, tashish va boshqalar ta'sir qiladi.

Mahsulotning tannarxi kichik korxonalar ishining tejamliligini ta'riflovchi eng muhim ko'rsatkichlardan biridir. Mahsulot tannarxining pasayishi korxona rivojlanishining eng muhim omili hisoblanadi. Mahsulotlar, ishlar va xizmatlarning tannarxi deganda

bevosita mahsulotlarni tayyorlash va ishlarni bajarish, ishlab chiqarish sharoitlarini yaxshilash va uni takomillashtirish jarayonida foydalaniladigan resurslarning barcha turlari: asosiy fondlar, tabiiy xomashyo va sanoat xomashyosi, materiallar, yonilg'i va energiya, mehnatning pul shaklida aks ettirilgan xarajatlari tushuniladi.

Mahsulot tannarxiga kiritilgan xarajatlarning tarkibi, ularni moddalar bo'yicha tasniflash davlat standarti tomonidan, kalkulyatsiyalash usullari esa korxona tomonidan belgilanadi. Mahsulotning tannarxi korxonaning ishlab chiqarish va muomala xarajatlaridan iborat bo'ladi, xarajatlar va daromadlarni tenglashtirish, ya'ni o'z xarajatlarini o'zi qoplashi bozor mexanizmining asosiy xususiyatlaridan biridir.

Tayyor mahsulotlar, bajarilgan ishlar va ko'rsatilgan xizmatlarning sotilishi korxona faoliyati moliyaviy natijalarini aniqlashga imkon beradi.

Hisobot davrida xaridorlarga ortib jo'natilmagan mahsulotning qiymati va firma ichidagi aylanma sotish hajmiga kiritilmaydi.

Mahsulotning sotilishidan tushgan tushum korxona tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar, bajarilgan ishlar, ko'rsatilgan xizmatlar uchun olinadigan pul mablag'larining hajmi. Bu korxona xarajatlarini qoplash va daromadlar ni shakllantirish mablag'larining asosiy manbaidir. Asosiy mahsulotni sotishdan tushgan tushumdan tashqari, korxona boshqa sotishlardan hamda sotishdan tashqari operatsiyalardan tushumlar olishi mumkin.

Tadbirkorlik faoliyati jarayonida moddiy ishlab chiqarish sohasida yaratilgan sof daromadni aks ettiruvchi foyda korxona faoliyatining eng muhim umumlashtirilgan ko'rsatkichi hisoblanadi. Tadbirkor hamma vaqt foyda olishni maqsad qilib qo'yadi, ammo hamma vaqt ham foyda ololmaydi. Agar tushum tannarxga teng bo'lsa, unda faqat mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining o'rnini qoplashga erishiladi. Tushumdan oshib ketuvchi xarajatlarda korxona salbiy moliyaviy natija ko'radi, bu uni murakkab moliyaviy ahvolga solib qo'yadi, bankrotlik ham istisno emas.

Mahsulotlarni sotishdan olingan foyda (zarar) qo'shimcha qiymat solig'i va aksizsiz mahsulot sotishdan tushgan tushum va

mahsulotlar ning tannarxiga kiritilgan ishlab chiqarish va sotish xarajatlari o'rtasidagi farq sifatida aniqlanadi. Keltirilgan ta'rifdan foyda korxonaning o'z mahsulotlari (ishlari, xizmatlari)ni talab va taklif asosida vujudga kelgan narxlar bo'yicha sotishdan hosil bo'lgan yalpi daromad hajmiga bog'liqligi ma'lum bo'ladi.

Korxonaning yalpi daromadi mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumdan moddiy xarajatlarni chiqarib tashlagandan keyin ish haqi va foydani o'z ichiga oluvchi korxona sof mahsulotlaridan iboratdir.

Bozor munosabatlari sharoitida korxona eng katta foyda olishga erisha olmasa, tovarlarni sotish va xizmatlar ko'rsatish bozorida o'z mavqeini mustahkam ushlab turish, raqobat sharoitida o'z ishlab chiqarishini dinamik rivojlanishini ta'minlashga imkon beruvchi foyda hajmini olishga harakat qilishi kerak.

Quyidagi 8.3.3-jadvalda korxona foyda olishning tahlili berilgan.

8.3.3-jadval

Asosiy faoliyatdan olinadigan foyda (zarar) va uning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar tahlili (ming so'm)

Ko'rsatkichlar	Haqiqatda		Farqi (+;-)	Foyda hajmiga ta'siri
	O'tgan yil uchun	Hisobot yil uchun		
Mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda	26399	26704	+305	+305
Davriy xarajatlar	10341	11553	+ 1212	-1212
Boshqadaromadlar	5452	6089	+637	+637
Boshqazararlar	24310	25774	+ 1464	-1464
Asosiy faoliyatdan foyda(zarar)	-2400	-4534	2134	x

Jadval ma'lumotlariga ko'ra, korxonada asosiy faoliyat bo'yicha o'tgan yili 2400 ming so'm, hisobot yilida esa 4534 ming so'm zararga yo'l qo'yilgan, ya'ni zararlarning o'sishi yiliga 2134 ming so'mni tashkil etgan. Bu zararlarga boshqa xarajatlarning 1464 ming

so‘mga va davriy xarajatlarning 1212 ming so‘mga ko‘payishi natijasida yo‘l qo‘yilgan. Shuning bilan birga sotishdan yalpi foydani 305 ming so‘mga, boshqa daromadlarning 637 ming so‘mga o‘sishi hisobiga korxona asosiy faoliyatidan 942 (305+637) ming so‘m foyda olgan. Ammo foydaning bu mikdori zararni qoplash uchun etarli emas.

Korxona ish faoliyatining samaradorlik darajasini baholash uchun olingan natija (yalpi daromad, foyda) xarajatlar yoki foydalanilgan resurslar bilan taqqoslanadi. Foyda va xarajatlarni tenglashtirish rentabellik yoki aniqrog‘i rentabellik me’yorini bildiradi

Amaliyotda rentabellik me’yorini o‘lchashning ikki variantidan foydalaniladi. Bu foydaning korxonaning joriy sarf-xarajatlari (tannarx)ga yoki avanslashgan qo‘yilmalar (asosiy ishlab chiqarish fondlari va aylanma mablag‘lar)ga nisbatidir. Ikkala o‘lchov varianti ham bir-biri bilan avanslashgan qo‘yilmalar aylanmasining tezlik ko‘rsatkichi bilan bog‘langan:

$$R_1 = R / Fa,\ R_2 = R / Fz;$$

bu yerda: R — foyda; R_1, R_2 — foyda me’yori (1- va 2-variantlar); Fa, Fz - avanslashgan fondlar va tannarx qiymati.

Aylanishlar soni P = Fz /Fa bo‘lganligi uchun $R_2 = R_1 \cdot P$.

Korxona rentabelligi me’yorini quyidagicha hisoblash mumkin:

$$R = P\ (U - S) \cdot 100 / (F_o + F_{ob});$$

bu yerda: R — foyda; P — mahsulot hajmi; U — mahsulot birligi narxi; S — mahsulotning tannarxi; F_0 — acosiy ishlab chiqarish fondlarining o‘rtacha yillik qiymati; F_{ob} — aylanma mablag‘larning hajmi.

Korxonalar ish amaliyotida rentabellikning bir qator ko‘rsatkichlari qo‘llaniladi. Mahsulotning rentabelligini sotilgan barcha mahsulotlar bo‘yicha va uning alohida turlari bo‘yicha aniqlash mumkin. Birinchi holda u mahsulotni sotishdan olingan foydaning uni ishlab chiqarish va sotish xarajatlariga nisbati sifatida aniqlanadi. Sotilgan mahsulotlarning rentabelligi tovar mahsulotini sotishdan olingan foydaning mahsulotni sotishdan tushgan tushumga nisbati sifatida; sof foydaning sotilgan mahsulotdan tushgan tushumga nisbati bo‘yicha hisoblanadi.

Ishlab chiqarish fondlarining rentabelliligi asosiy faoliyatdan olingan foydaning asosiy ishlab chiqarish fondlari va moddiy aylanma

mablag'larning o'rtacha yillik qiymatiga nisbati sifatida hisoblanadi. Bu ko'rsatkichni sof foyda bo'yicha ham hisoblash mumkin.

Korxona qo'yilmalarining rentabelliligi uning ixtiyoridagi mulkning qiymati bo'yicha aniqlanadi. Hisoblashda asosiy faoliyatdan olingan foyda va sof foyda ko'rsatkichlaridan foydalanila di. Mulkning qiymati buxgalteriya balansi bo'yicha aniqlanadi. Bu ko'rsatkich korxona mulkining bir so'm qo'yilmalariga sotish darajasini ifodalaydi.

Korxona shaxsiy mablag'larining rentabelligi sof foydaning balans bo'yicha belgilangan, uning shaxsiy mablag'lariga nisbati bilan aniqlanadi.

Uzoq muddatli moliyaviy qo'yilmalarning rentabelligi qimmatbaho qog'ozlar va boshqa korxonalarda ulushli ishtirok etishdan daromadlar miqdorining uzoq muddatli moliyaviy qo'yilmalarning umumiy hajmiga nisbati sifatida hisoblanadi. Quyidagi 8.3.5-jadvalda rentabellikning tahlili haqidagi ma'lumotlar ko'rsatilgan.

Jadval ma'lumotlariga ko'ra, hisobot yilida sotilgan mahsulotlarning rentabelliligi o'tgan yilga nisbatan 0,4% ga pasaygan. Bu sotishdan sof foyda miqdorining 3645 ming so'mga ko'paygani natijasida sodir bo'lgan.

8.3.5-jadval

Sotilgan mahsulotlar rentabelligi tahlili

Ko'rsatkichlar	O'tgan yilda	Hisobot yilida	Farqi (+; -)
Sotishdan olingan sof foyda, ming so'm	122441	126086	+3645
Sotilgan mahsulotning tannarxi, ming so'm	96042	99382	+3340
Sotilgan mahsulotdan yalpi foyda, ming so'm	26399	26704	+305
Sotilgan mahsulotning rentabelligi, % da	21,6	21,1	-0,4

Resurslarning ayrim turlaridan foydalanish samaradorligi ko'rsatkichlari. Mehnat unumdorligi ishlab chiqarish samaradorligining eng muhim o'lchovlaridan biridir. Mehnat unumdorligi bilan xodimlarning ishlab chiqarish faoliyati samaradorligi

aniqlanadi. Mehnat unumdorligining o'sishi jonli va buyumlashgan mehnatning tejalishini bildiradi.

Mehnat unumdorligi bir xodim tomonidan ish vaqti birligi ichida ishlab chiqarilgan mahsulotning miqdori yoki mahsulot birligini ishlab chiqarishga ish vaqtining miqdori bilan o'lchangan jonli mehnat sarfining samaradorligidir.

Birinchi ko'rsatkich bir xodimning vaqt birligi ichida ishlab *chiqargan mahsulotini aniqlaydi:*

$$\text{Ishlab chiqarish} = \frac{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (Q)}}{\text{Ishlangan vaqt (T)}}$$

Ikkinchi ko'rsatkich mehnat sarfini, ya'ni mahsulot birligiga sarflangan vaqtni aniqlaydi:

$$\text{Mehnat sarfi} = \frac{\text{Ishlangan vaqt (T)}}{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (Q)}}$$

Mehnat unumdorligi oshishi mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish, mahsulot tannarxini pasaytirish, ish kuchiga ehtiyojni nisbatan qisqartirish, xodimlar ish haqining o'sishini ta'minlashga imkon beradi. Bular kichik korxonaning muvaffaqiyatli ishlashi uchun zarurdir.

Mehnat unumdorligining quyidagi ko'rsatkichlari mavjud: bir ishchi ishlovchining o'rtacha yillik ishlab chiqarishi (mahsulot hajmini ishlovchilarning o'rtacha ro'yxatdagi soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi); bitta ishchiga to'g'ri keladigan o'rtacha yillik ishlab chiqarish (mahsulot hajmini ishchilarning o'rtacha ro'yxatdagi soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi); bitta ishchiga to'g'ri keladigan o'rtacha kunlik ishlab chiqarish (bir kunlik mahsulot hajmini barcha ishchilar soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi); bitta ishchiga bir soatga to'g'ri keladigan o'rtacha ishlab chiqarish (bir soatda ishlab chiqarilgan mahsulot hajmini barcha ishchilar soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi).

Fondning qaytarilishi va fondning sarflanishi. Bu ko'rsatkichlar bilan korxona asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanish samaradorligi aniqlanadi. Fondning qaytarilishi asosiy fondlarning bir so'miga to'g'ri keluvchi ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (summasi)ni ko'rsatadi.

$$\text{Fondning qaytarilishi} = \frac{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (Q)}}{\text{Asosiy fondlarning o'rtacha yillik qiymati (F)}}$$

Fondning sarflanishi fond qaytarilishining teskari miqdori bo'lib, mahsulot birligiga asosiy fondlarning qanday summasi to'g'ri kelishini ko'rsatadi:

$$\text{Fondning sarflanishi} = \frac{\text{Asosiy fondlarning o'rtacha yillik qiymati (F)}}{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (Q)}}$$

Fondning qaytarilishining oshishi mahsulot ishlab chiqarish hajmini ko'paytirish, ishlab chiqarilgan mahsulotning tannarxini pasaytirish va asosiy fondlarga ehtiyojni nisbatan qisqartirishga imkon beradi.

Fondning qaytarilishi va fondning sarflanishi miqdoriga har xil omillar ta'sir etadi. Fondning umumiy qaytarilishi asosiy ishlab chiqarish fondlari o'rtacha yillik qiymatidagi mashina va uskunalar o'rtacha yillik qiymatining bir so'miga to'g'ri keladigan mahsulot chiqarishiga bog'liqdir. Mashinalar, uskunalar qiymatining bir so'miga to'g'ri keladigan mahsulot ishlab chiqarish mehnatdan foydalanishning samaradorligini ifodalaydi. Ushbu ko'rsatkichlar tahlili 8.3.6-jadvalda berilgan.

8.3.6-jadval

Fondning qaytarilishi va sarflanishi ko'rsatkichlari tahlili

Ko'rsatkichlar	O'tgan yilda	Hisobot yilida	Farqi (+; -)
Taqqoslangan vaulgurji narxlardagi tovar mahsuloti (ming so'm)	14006	14493	+487
Asosiy ishlab chiqarish fondlarining o'rtachayillik qiymati (ming so'm)	9337	8526	+297
Asosiy ishlab chiqarish fondlarining fond qaytarilishi	1,5	1,7	+0,2
Asosiy ishlab chisarish fondlarining fond sarflanishi	0,7	0,6	+0,1

Jadval ma'lumotlariga ko'ra, hisobot yilida asosiy fondlardan foydalanish samaradorligi, ya'ni fondning qaytarilishi o'tgan yilga nisbatan 0,2 so'mga ko'paygan, bu korxona ishiga ijobiy ta'sir etgan.

Mahsulotga material sarflanishi. Bu aylanma fondlar (mablag'-lar)dan foydalanishning umumlashtiruvchi ko'rsatkichi bo'lib, u korxonaning iste'mol qilingan aylanma fondlari qiymatining ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatiga nisbati bilan aniqlanadi.

Mahsulot birligiga sarflangan xomashyo va materiallarning miqdori haqida darak beruvchi tabiiy o'lchovdagi aniq ko'rsat-kichlarni ham xuddi shu ko'rsatkichga o'xshab hisoblash mumkin. Bu ko'rsatkichlar xo'jalikning isrofgarchilik yoki tejamkorlik bilan olib borilganligini ko'rsatadi. Bu pirovardida tannarxning pasayishi va foydaning ko'payishiga ta'sir qiladi.

Ko'rib o'tilgan ko'rsatkichlar korxona faoliyatini baholash uchun muhim ahamiyatga ega bo'lsa-da, biroq cheklangan xarakterga egadir. Ular ishlab chiqarish va xarajatlarning iqtisodiy samaradorligi haqida to'liq tasavvur bermaydi, balki faqat resurslar-ning ayrim turlaridan foydalanishni ifodalaydi. Xarajatlarning umumiy samaradorligi haqidagi yaxlit ta'rifni umumiy va solish-tirma iqtisodiy samaradorlikdan kelib chiqadi. Umumiy iqtisodiy samaradorlik quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi:

$$E = \text{Foydaning o'sishi (P)} / \text{Kapital qo'yilmalar (K)}$$

Har bir alohida holda xarajatlarning umumiy iqtisodiy samara-dorligi ko'rsatkichlari boshqa davrlar yoki boshqa korxonalar uchun me'yoriy yoki xuddi shunday ko'rsatkichlar bilan solishtiriladi.

Echimlar variantlarini solishtirishda xarajatlarning solishtirma iqtisodiy samaradorligi hisoblanadi. Eng kam qilingan xarajatlar eng muvofiq variantning ko'rsatkichi bo'lib xizmat qiladi:

$$Zp = S + Ep\ K$$

bu yerda: Zp — ushbu variant bo'yicha berilgan xarajatlar; S — joriy xarajatlar (tannarx); K — kapital qo'yilmalar hajmi; Ep — kapital qo'yilmalar solishtirma iqtisodiy samaradorligining me'yoriy koeffisiyenti. Iqtisodiyot bo'yicha u 0,16 deb belgilangan.

Ushbu koeffisiyentdan kelib chiqqan holda xarajatlar ning o'rnini qoplash muddatini aniqlash mumkin:

$$T_{ok} = 1 : 0,16 = 6,25 \text{ yil}$$

8.4. Samaradorlikni baholovchi ko'rsatkichlar

Korxonaning faoliyati yoki uning moliyaviy holatini baholash korxonaning xo'jalik va tijorat faoliyati jarayonida vujudga keluvchi moliyaviy va kredit munosabatlari natijasini aks ettiruvchi tushunchadir.

To'lov qobiliyati koeffisiyenti korxonaning to'lov imkoniyatlarini ko'rsatadi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$Kpl = A_2 / (P_2 (Dzk + Kzk + Ap)),$$

bu yerda: *Kpl* — korxonaning to'lov qobiliyati koeffitsiyenti; A_2 — aylanma aktivlar (ishlab chiqarish zahiralari, pul mablag'lari va boshqalar); P_2 — majburiyatlar; *Dzk* — uzoq muddatli qarzlar va kreditlar; *Kzk* — qisqa muddatli qarzlar va kreditlar; *Ap* — xaridor va buyurtmachilardan olingan badallar.

Bu ko'rsatkich birdan katta bo'lishi kerak.

Shaxsiy va qarz mablag'lar nisbatlarining koeffitsiyenti qisqa muddatli qarz mablag'larining shaxsiy manbalar bilan ta'minlanish darajasini belgilaydi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$Kes = P_1 / (P_2 (Dzk + Kzk + Ap)),$$

bu yerda: P_1 — shaxsiy mablag'larning manbalari (ustav sarmoyalari, qo'shimcha sarmoyalar, taqsimlangan foyda).

Bu ko'rsatkich birdan kichik bo'lmasligi kerak.

Moliyaviy bog'liqlik koeffitsiyenti korxona moliyaviy bog'liqligining kamayishi (ko'payishi), kelgusi davrlarda moliyaviy qiyinchiliklar xavfining ko'payishidan (pasayishi)dan darak beradi va korxona tomonidan kreditorlar oldidagi o'z majburiyatlarini to'lash kafolatini aniqlaydi. Moliyaviy bog'liqlik koeffisiyenti quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$Kfsh = P1 / Ib$$

bu yerda: *Ib* — aktiv yoki passivning natijalari.

Bu ko'rsatkich 0,5 dan katta yoki unga teng bo'lishi kerak.

Shaxsiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti korxonada uning moliyaviy barqarorligi uchun zarur mablag'larning mavjudligini ifodalaydi va quyidagi formula bilan ifodalanadi:

$$Kos = (P1 + Dzk\ A1) / A2,$$

bu yerda: *A1* — uzoq muddatli aktivlar.

Bu ko'rsatkich 0,1 dan katta yoki unga teng bo'lishi kerak.

Aktivlar rentabelligi koeffisiyenti moliyaviy-xo'jalik faoliyatida foydalanilayotgan aktivlarning foydaliligi (zararliligi) darajasini ko'rsatadi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$Kra = P_r \cdot D_p / Ib,$$

bu yerda: P_rD_p — soliqlar to'langunga qadar foyda.

Bu ko'rsatkich noldan katta bo'lishi kerak.

Ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish koeffitsiyenti korxonaning ish bilan ta'minlanganlik darajasini ifodalaydi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{im} = Q_{haq} / (Q_{loyiha} - Q_{ijara} + Q_{konser}),$$

bu yerda: K_{loyiha} — mahsulot ishlab chiqarishning eng katta hajmi; Q_{haq} — ishlab chiqarilgan mahsulotning haqiqiy hajmi; Q_{ijara} — ijaraga berilgan quvvatlardagi mahsulotlarning hajmi; Qkonser - konservasiya qilingan quvvatlardagi mahsulotlar ning hajmi.

Bu ko'rsatkich 0,6 dan katta yoki unga teng bo'lishi kerak.

Uskunalar (asosiy fondlar)ning ishdan chiqishi koeffisiyenti. Bu ko'rsatkich quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{izp} = I / O,$$

bu yerda, K_{izp} — uskunalarning ishdan chiqish koeffitsiyenti; *I* — asosiy fondlarning ishdan chiqishi; *O* — asosiy fondlarning dastlabki qiymati.

Agar yuqoridagi barcha koeffisiyentlarning tarmoq miqdori teng yoki katta bo'lsa, bunday korxona iqtisodiy qudratli va to'lov qobiliyatiga ega hisoblanadi.

8.5. Samaradorlikni oshirishning asosiy yo‘nalishlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar faoliyati ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligini oshirish yo‘llarini doimo qidirishni talab qiladi. Agar shunday qilinmas ekan, korxonaning qat`iy raqobat muhitida omon qolishi mushkul. Bu ayniqsa, kichik va o‘rta korxonalarga tegishlidir. Avval aytib o‘tilganidek, ularning vujudga kelishi va rivojlanishining barcha bosqichlarida qiyinchiliklar va hal qilinmagan muammolar juda ko‘p uchraydi.

Tadbirkor muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun oddiy bozor omillari (mahsulotni doimo yangilash, sifatini oshirish, marketing tadqiqotlari, muvaffaqiyatli raqobat va boshqalar)dan tashqari o‘z faoliyatining samaradorligiga erishishning turli-tuman yo‘llaridan foydalanishi zarur. Bular quyidagilardir:

— ilg‘or texnologiya va zamonaviy uskunalardan foydalanish;
— xomashyo va materiallarning yangi turlarini qo‘llash;
— asosiy fondlardan samarali foydalanish;
— aylanma mablag‘lar aylanishini jadallashtirish;
— mehnatni tashkil qilishning samarali shakl va usullarini qo‘llash;
— menejment fani va amaliyotining ilg‘or yutuqlaridan foydalanish;
— mamlakatimiz va xorij firmalarining ilg‘or tajribalarini tatbiq etish va boshqalar.

Qisqa xulosalar

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarining ish faoliyati ularning moliyaviy faoliyati bilan chambarchas bog‘liq. Moliyaviy holat korxonaning har tomonlama faoliyati natijalarini aks ettiradi. Korxonalar faoliyatining moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko‘rsatkichlardan asosiysi foyda hisoblanadi.

Kichik biznes va tadbirkorlikni kredit bilan ta’minlash deganda, bu ularga pul yoki tovar shaklidagi vositalarni ma’lum muddatga haq to‘lash sharti bilan qarzga olish va qaytarib berish yuzasidan kelib chiqadigan munosabatlar tushuniladi. Kreditning quyidagi asosiy shakllari mavjud:

• tijorat krediti; bank krediti;

• iste'mol krediti;
• davlat krediti va xalqaro kredit.

Kreditlarning foiz stavkalari mamlakatning ssuda kapitallari bozorida aniqlanadi. Xalqaro kreditlarning foiz stavkalari esa jahon ssuda kapitallari bozorida aniqlanadi. Unga xalqaro moliya bozoridagi holatlar bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarida samaradorlikni oshirishning asosiy yo'nalishlari quyidagilar hisoblanadi:

• ilg'or texnologiya va uskunalardar foydalanish;
• xomashyo va materiallarning yangi turlarini qo'llash;
• asosiy fondlardan unumli foydalanish;
• mehnatni tashkil etishning samarali usullarini qo'llash;
• xorij firmalarining ilg'or tajribalaridan foydalanish va h.k.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Korxonalarning moliyaviy faoliyati natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlarini hisoblash yo'llarini tushuntirib bering.
2. Korxona foydasining nechta turi mavjud?
3. Korxona foydasi qanday aniqlanadi?
4. Korxonalarning moliyaviy xarajatlari qanday tasniflanadi?
5. Korxonaning o'z mablag'lari deganda nima tushuniladi?
6. Kredit qanday vazifalarni bajaradi va uning roli?
7. Kredit qanday turlarga bo'linadi?
8. Kreditning qanday shakllari mavjud?
9. Tijorat krediti deganda nimani tushunasiz?
10. Xalqaro kreditlar deganda nimani tushunasiz?
11. Kreditlarning foiz stavkasi qanday aniqlanadi?
12. Kreditlarning foiz stavkasi qanday omillar ta'sirida o'zgaradi?
13. Kichik korxonalar faoliyati iqtisodiy samaradorligining mohiyati nimadan iborat?
14. Samaradorlikni aniqlashning qanday ko'rsatkichlarini bilasiz?
15. Nima uchun foyda eng muhim umumlashtiruvchi ko'rsatkich hisoblanadi?
16. Foydaning qanday turlari bor va ular qanday aniqlanadi?
17. Korxona rentabelligi qanday usullarda hisoblanadi?

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011-yil 22 yanvar.

2. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir/I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2010. 80 b.

3. *Karimov I.A.* Jahon moliyaviy-i qtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari / I.A.Karimov. Toshkent: O'zbekiston, 2009. — 56-b.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 24 iyundagi PF-3622-sonli «Tadbirkorlik subyektlarining xo'jalik sohasidagi huquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to'g'risida«gi Farmoni.

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 15 iyundagi PQ-100-sonli «Tadbirkorlik subyektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to'g'risida» gi Qarori.

6. O'zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

7. *Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. O'quv qo'llanma. — T.: TDIU, 2010. — 267-b.

8. *G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik-mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185-b.

9. *Лапуста М.Г.* Малое предпринимательство: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 685 с.

IX BOB TADBIRKORLIK ETIKASI VA MADANIYATI

9.1. Tadbirkor rahbar etikasi

Tadbirkor faoliyati faqat tadbirkorlikning huquqiy va tashkiliy asoslariga bog'liq bo'lmasdan, u insonlar, qo'l ostida xizmat qiluvchi mutaxassis va ishchilar, ayniqsa, chet ellik hamkasblari biznesmenlar doirasida umumaxloq iy me'yorlarga rioya qilishi bilan ham baholanadi. Ishdagi muvaffaqiyatning yarmidan ko'prog'i uning odobi, madaniyati, dunyoqarashi, ishbilarmonlik qoidalarini qay darajada bilishiga bevosita bog'liqdir.

Umuman, tadbirkorlik ham madaniyatdir. Aytishlaricha, madaniyatli odam tadbirkor bo'lishi shart emas, ammo tadbirkor inson madaniyatli bo'lishi lozim. Arastu (Arestotel) o'z zamonida birinchi bo'lib axloq to'g'risida gapirib: «Axloq nimani qilishimiz va nimadan o'zimizni tiyishimiz kerakligini aniqlashimizga yordam beradi», — degan edi. Prezidentimiz I. Karimov axloq tushunchasiga quyidagicha ta'rif berdi: «Axloq ma'naviyatning o'zagi. Inson axloqi shunchalik salom-alik, xushmuomaladangina iborat emas. Axloq bu, avvalo, insof va adolat tuyg'usi, iymon, halollik degani».

Darhaq iqat, axloq biz uchun avvalo, insoniy munosabatlar shuningdek insonlarning fe'l-atvorlari, ularning qanchalik maqbul nuqtai nazardan ko'rib chiqish va baholashga imkon beruvchi bilim sohasidir. Taraqqiy etgan davlatlarda, ayniqsa, Yaponiya va AQShda firmalarning «Etika kodeksi» va biznesmenlarning alohida kasb ustalari guruhlarining «Ishbilarmonlik kodeksi» keng qo'llaniladi. «Biznesmenlarning axloq kodeksi» birinchi marta AQShda 1913-yili ishlab chiqilgan bo'lib, unda tadbirkorlik faoliyatini yuritishning asosiy qoidalari qabul qilingan. Bu qoidalar yagona asosga jamlangan bo'lib, ular biznes sohasidagi usul va siyosatni baholash, haqiqat va adolatlilik tushunchalari bilan uyg'unlashishi belgilangan.

Vaqt o'tishi bilan kodeks bir necha bor takomillashdi. Natijada, bu borada turli firmalar va kompaniyalar tomonidan to'plangan, ularning tajribasiga asoslangan, umumlashgan g'arb ishbilarmonlik

dunyosida keng ma'lum bo'lgan quyidagi «Biznesmenning axloq kodeksi» shakllandi:

1. Umumiy qoidalar.

— xususiy mulk muqaddas, daxlsiz va mulkchilikning qolgan barcha shakllari bilan bir qatorda teppa-tengdir;

— tadbirkor ishchanlik va yaratuvchanlik missiyasining jonkuyaridir. Uning kasbi astoydil faoliyatni, ishlab pul topishni talab qiladi. Bu uning obro'-e'tibori manbaidir;

— tadbirkor o'z mehnatining ahamiyatini anglay oladi. U o'z hamkorlaridan ishga mas'uliyat bilan yondashishni talab qiladi va uni qo'llab-quvvatlaydi;

— xususiy xo'jalik faoliyati ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanishiga olib keladi va tadbirkorga o'ziga xos majburiyatlar yuklaydi.

2. Tadbirkor va davlat.

— tadbirkor davlat va uning qonunlarini to'g'ridan-to'g'ri hurmat qilishi va ularga amal qilishi lozim. O'z navbatida, u bunday yondashuvni davlatdan ham talab qilishi kerak.

3. Tadbirkor va mijoz.

— tadbirkor mijoz manfaatlari, jamiyat, davlat va atrof-muhit uchun zarar keltirmaslikka, unga amal qilishga majburdir;

— mijoz manfaatlari davlatning qonun va manfaatlariga zid bo'lgan hollarda tadbirkor bu to'g'rida mijozlarni ogohlantirishga majburdir;

— mijoz ofertlar va ishlab chiqaruvchilarni tanlash huquqiga egadir. Raqobat — yuksak sifat kafolatidir;

— tadbirkor mijozni bilmaslik yoki ataylab uni adashtirish, shuningdek bajara olishga ishonchi bo'lmagan buyurtmalarni qabul qilish hollariga yo'l qo'yishi mumkin emas;

— va'daga vafo va aniqlik tadbirkorning qimmatli kapitalidir. Qo'l berib tasdiqlangan so'z — imzo chekilgan shartnoma kuchiga egadir. Zero, unga binoan majburiy tartibda og'zaki kelishuvni aks ettiruvchi yozma shartnoma rasmiylashtiriladi;

— shartnoma munosabatlarini bajarmaslik va yomon sifat tadbirkorning jamiyat va hamkasblari oldidagi g'oyat og'ir aybidir, chunki bu tadbirkorning sharafi, nufuzi va yaxshiga nomiga zarar keltiradi;

— tadbirkor va mijoz o'rtasidagi munosabatlar majburlash asosida emas, balki ixtiyoriy va o'zaro ishonch asosida vujudga keladi.

4.Tadbirkor va yollangan ishchilar.

— tadbirkor yollangan ishchilarning iqtisodiy manfaatlari va insoniy qadr-qiymatlariga nisbatan barcha mas'uliyatni o'z zimmasiga oladi. U o'z ishchilaridan qonunlarga amal qilishini talab etadi va o'zi ham shunga rioya qiladi;

— muayyan huquq va majburiyatlar mavjud qonun doirasida mehnat shartnomalarini tuzish chog'ida aks ettiriladi.

5.Tadbirkor va tadbirkorlar ittifoqining boshqa a'zolari.

— tadbirkorlar ittifoqi a'zolari uchun qonunga muvofiq raqobat majburiydir va bu axloqning muayyan tamoyillariga amal qilishni talab qiladi;

— teng huquqli bo'lmagan sharoitdagi har qanday bozor faoliyati (raqobat) qabul qilingan me'yorlarga zid hisoblanadi. O'z xususiy mahsuloti yoki xizmatlarini raqobatchilar zaifligi hisobiga reklama qilish axloqsizlikka kiradi;

— raqobatchilik kurashida tadbirkor siyosiy mansubligi yoki jamiyatdagi egallagan mavqei va afzalliklaridan foydalanishga haqqi yo'q. Tadbirkorlar raqobatchilarning mualliflik huquqi yoki patent huquqini tan olishi shart;

— kredit va nafaqalarga taalluqli takliflar tanlov asosida taqsimlanadi, natijalar zudlik bilan barcha manfaatdor tomonlarga etkaziladi. Ittifoq a'zolari o'rtasida munozarali masalalar vujudga kelgan taqdirda, ular o'zaro kelishuvga muvofiq bu masalani ittifoq nazorat kengashiga kiritishi mumkin. Qabul qilingan qaror ikkala tomon uchun ham bajarilishi majburiy hisoblanadi.

6. Javobgarlik va ta'qiqlar.

— tadbirkorlar ittifoqiga a'zolik, har bir tadbirkordan mazkur axloq kodeksiga rioya etishni talab qiladi;

— axloq kodeksiga amal qilmaslik va uning har qanday tamoyillarini buzish, ittifoqdagi biron-bir a'zoning a'zoligini to'xtatish uchun asos bo'ladi;

— qarordan norozilikni faqat tadbirkorlar ittifoqi s'ezdi arafasida bildirish mumkin, shundagina uni bekor qilish yoki kuchda qoldirish masalasi ko'rilishi mumkin.

9.2. Tadbirkor madaniyati

«Tadbirkor madaniyati» deganda tadbirkor odobi va iqtidori o‘rtasidagi dialektik bog‘liqlik tushuniladi. Bu bog‘liqlik quyidagi fazilatlar majmuasida o‘z aksini topadi:

Odob aqlning suyanchig‘i, barcha fazilatlarning mezoni. Bejiz xalqimizda: «Aql bilan odob — egizak», deyishmaydi. Odob yaxshilik bilan yomonlikning farqini bilish, foyda bilan zarar orasidagi tafovutni anglashdir. Odob vositasida kishi o‘z xulqini yomon xislatlardan davolaydi, gunohlardan poklaydi, chiroyli fazilatlar bilan bezaydi.

Odob tadbirkorni eng chiroyli xulq bilan qurollantiradi. Natijada aql egalari bunday tadbirkordan har ishda rozi bo‘lishadi. Odobli tadbirkor esa kundan kunga obro‘ topadi, nufuzi oshadi, ishlari ravnaq topadi.

Ba’zi hakimlar odobni «eng mas’um va ko‘rkam fe’lga ega bo‘lish» desalar, ba’zilari «nafsni barcha qabih odatlardan tozalash» deb ta’rif berishadi. Demak, tadbirkordagi odobning mavjudligi, — bu noyob ne’matning mavjudligidir.

Umuman odob ikki xil bo‘ladi:

— hikmat odobi;

— xizmat odobi.

Hikmat odobi poklik va to‘g‘ri yo‘lga etaklaydi. **Xizmat odobi** esa badavlatlik va obro‘ga etkazadi. Har ikkisi ham ulug‘ fazilat bo‘lib, biri aziz qilsa, ikkinchisi qudratli qiladi.

Odob rahbarni aql va axloq egasi bo‘lishga, vijdonli, or-nomusli, sof ko‘ngilli, subutli bo‘lishga da’vat etadi.

Imon arabcha so‘z bo‘lib, lug‘aviy ma’nosi ishonchdir. Imonli kishini, xususan rahbarni yoki tadbirkorni qisqacha shunday tavsiflash mumkin:

— **e’tiqodli**, ya’ni o‘z fikr va qarashlariga mahkam, sobitqadamlik bilan ishonish va o‘zgalarni ham o‘zidek hisoblab, ularning lafziga samimiyat bilan ishonishdir. E’tiqod *jur’atni*, mardlikni, fidoiylikni taqozo etadi;

— **maslakli**, ya’ni o‘ziga xos aqidalari bilan boshqalardan ajralib turuvchi ijtimoiy, siyosiy, ilmiy, g‘oyaviy va diniy yo‘l sohibi;

— **taqvodor**, ya'ni birovning haqiga xiyonat qilmaydigan;

— **sharm-hayoli**, ya'ni har qanday nojo'ya xatti-harakatlardan o'zini tiya oladigan;

— **oriyatli**, ya'ni o'ziga nomunosib yoki ep ko'rilmagan ishdan, narsadan hijolat tortadigan;

— **andishali**, ya'ni oqibatini o'ylab ish qiladigan, yuz-xotirni biladigan, farosatli;

— **vijdonli**, ya'ni nohaq, adolatsiz ishlardan g'azabga keladigan, bularga qarshilik bildiradigan, o'z faoliyatining yaxshi tomonlaridan qanoatlanib, xursand bo'ladigan, yomon tomonlaridan norozi bo'lib, ruhan eziladigan, ya'ni vijdon azobiga tushadigan.

Oddiy tarzda aytganda:

Imon uch narsaning butunligidan hosil bo'ladi: e'tiqod, iqror va amal. E'tiqod ishonch. Iqror so'zda buni tan olish. Amal yaxshi ishlar bilan uni isbotlash.

Insof adolat va vijdon amri bilan ish tutish tuyg'usi va qobiliyati, ishda, kishilarga munosabatda halollik, to'g'rilik. Barobarlik, sofdillik va haqiqatgo' ylikdir. O'zgani o'z o'rniga va shuningdek o'zini o'zganing o'rniga xayolan qo'yib ko'rish ham insofga kiradi. Yuqorida ta'kidlaganimizdek, to'q — ochni, boy — kambag'alni, baxtli — baxtsizni, tolei — baland tolei zabunni, omadli —omadsizni, sog'lom — bemorni o'z o'rniga qo'yib ko'rolsa va aksincha ham xuddi shunday bo'lsa, olam guliston insoflilar safi ko'payaveradi.

Insof har qanday kishining, xususan, rahbar yoki tadbirkorning jamiyat oldida, tevarak-atrofidagi kishilar nazarida o'z xatti-harakati bilan ma'naviy mas'uliyatni his etishining ifodasidir.

Adolat barcha fazilatlar ichidagi eng oliy fazilatdir. Adolatparvar tadbirkor yoki rahbarning axloqiy hislatlari bemalol qonun o'rnini bosa oladi. Ulug' alloma Nasriddin Tusiy ijtimoiy adolatning uch asosiy talabi mavjudligi va jamiyat taraqqiyotini belgilovchi muhim omil ekanini alohida uqtirgan edi:

Adolatning birinchi talabi, aholi turli tabaqalarining o'zaro uyg'un bo'lishini ta'minlashdir.

Adolatning ikkinchi talabi, el-ulusning haq-huquqini teng ta'minlagan holda kishilarni xizmatga tayinlashda shaxsning salohiyati va imkoniyatlaridan kelib chiqish.

Adolatning uchinchi talabi, barchaning teng farovonligini himoya qilish bilan birga bu farovonlikni yuzaga keltirishdagi xizmati va huquqiga qarab, har bir inson o‘z ulushini olishga imkon yaratishdan iborat.

Bu kabi davr va hayot tajribasida tasdiqlangan fikrlar sakkiz asr chamasi o‘tib, Prezident Islom Karimovning rahbarlik faoliyatida o‘ziga xos tarzda ifoda topmoqda. Bunga ishonch hosil qilish uchun yurtboshimizning ma’ruzalaridan biridagi ushbu fikrga diqqat qilaylik: «Davlat jamiyatning keskin tabaqalanishiga oshib-toshib ketgan boylaru, kambag‘al qashshoqlarga bo‘linib ketishga yo‘l qo‘ymasligi kerak«.

Bundan shu xulosa kelib chiqadiki, har turli qing‘ir yo‘llar bilan haddan tashqari boylik orttirib o‘zini qo‘yarga joy topolmay, «to‘qlikka sho‘xlik» qiladigan kimsalarning jilovini tortib qo‘yish bilan birga, halol mehnat kishilariga imkoniyat yaratib berish, ularni qo‘llab-quvvatlash, zarur bo‘lsa, rag‘batlantirib borish davlat siyosatining muhim yo‘nalishlariga aylangan.

Adolatning ikkinchi talabi sifatida Prezident jamiyat taraqqiyoti va uning siyosiy muhitini belgilashda rahbar kadrlarni tanlash va ularni joy-joyiga qo‘yishga katta ahamiyat beradi va bu masalaga hal qiluvchi ma’naviy-siyosiy omil, tub islohotlarning tayanchi va bosh yo‘naltiruvchi kuchi, deb qaraydi: «Xalqning dardiga befarq qaraydigan, o‘z manfaatidan boshqa narsani o‘ylamaydigan, xudbin va ta’magir rahbarlar mamlakatimiz ravnaqiga, xalqimiz farovonligiga to‘siq bo‘lmoqda. Endi ular bilan murosa qilib bo‘lmaydi. Bizga shunday rahbarlar kerakki, toki ular elim deb, yurtim deb kuyib-yonib, o‘z halovatlaridan kechib mehnat qilsinlar!

Barcha bo‘g‘inlarda insofli, diyonatli, bilimdon, tajribali rahbarlar boshchilik qilmas ekan, mustaqil mamlakatimizning obro‘si, uning manfaati uchun mardlik, jonkuyarlik bilan ishlamas ekan ishlarimiz ko‘ngildagidek bo‘lmaydi».

Adolatli jamiyatda xalqning ertangi kunga ishonchi va bunyodkorlik ishiga rag‘bati kuchli bo‘ladi. Shuning uchun ham Prezidentimiz: «Biz shunchaki demokratik davlat emas, balki adolatparvar demokratik davlat qurishga intilyapmiz. Adolatga intilish

xalqimiz ma'naviy-ruhiy dunyosiga xos eng muhim xususiyat. Adolatparvarlik g'oyasi butun iqtisodiy va ijtimoiy munosabatlar tizimiga singib ketishi, ijtimoiy ko'maklashuv mexanizmida o'z aksini topishi kerak»ligi masalasini dolzarb vazifa qilib qo'ydi.

«Iqtidorli»[1] deganda biror soha bo'yicha layoqatini ongli ravishda sezgan, o'zidagi qobiliyatni to'la namoyon etish uchun qat'iyat ko'rsata oladigan kishilar tushuniladi. Iqtidorli odamlar kuch-quvvatini ayamaydi va kutiladigan natijasiga maqsadiga etadi, ya'ni o'zini bor bo'yicha ko'rsatadi.

Ular ishda mardlik, chidamlilik, o'z-o'zini boshqara olish, tashabbuskorlik kabi hislat va fazilatlarga ega bo'lishadi, o'z xatti-harakatlariga hamisha tanqidiy ko'z bilan qaraydilar, doimo olg'a qarab intiladilar, erishgan samaralari bilan hech qachon cheklanib qolishmaydi. Iqtidorli insonlar o'z faoliyatlari bilan hatto ba'zi bir kamharakat bo'lgan katta iste'dod egalariga nisbatan ham jamiyatga ko'proq foyda etkazishadi.

Xodimlarni qabul qilish madaniyati. Tadbirkor o'z navbatida rahbardir. U xodimlarni qabul qilish madaniyatiga ega bo'lishi lozim. Chunki xodimlarni qabul qilish, ularning tashvishlariga quloq solish, og'irlarini engil qilish har bir rahbarning burchi va vazifasi hisoblanadi. Shuning uchun ham qabul madaniyatiga rioya qilish uchun rahbar quyidagilarga e'tibor bermog'i lozim:

— suhbatdoshingizni qancha vaqtingiz borligi to'g'risida ogohlantiring;

— faqat suhbatdoshingiz gaplarini inobatga olib, vaziyatni ko'z oldingizga keltiring;

— to'xtatib bo'lmaydigan, uzil-kesil munozaradan o'zingizni tiying;

— o'z fikringizni ishonchli va batafsil bayon eting;

— o'z g'oyangizni izchillik bilan bayon eting;

---

[1] Iqtidorli tushunchadan farqli o'laroq, «iste'dod» tushunchasi ham bor. Iste'dod — bu har tomonlama rivojlangan, nihoyatda kuchli va takrorlanmas qobiliyatdir. Qobiliyat, iqtidorni tinimsiz mehnat bilan tarbiyalash mumkin. Ammo iste'dod iborasi buyuk siymolar bilan faxrlanadigan avlod farzandlari orasida biror iste'dod egasi bo'y ko'rsatib qolganda tilga olinadi.

— ovozingizni baland qilmasdan gapiring, so‘zlaringiz dona-dona va ravon bo‘lsin;

— qarshi tanbeh hollarda o‘zingizga nisbatan tanqidiy yondashing;

— shunchaki fikrlash yoki haqiqatan ham shunaqami bular o‘rtasidagi farqni biling;

— savollarni shunday tuzingki, ularni tushunish bir xilda bo‘lsin;

— muammo muhokamasini aniq echim bilan tugating;

— ishni qalashtirmang, zudlik bilan ko‘rsatma bering;

— suhbatdoshingizni yumushi o‘zi uchun o‘ta muhim ekanligini unutmang.

Qabulingizda bo‘lgan shaxsning muammosini hal etishga imkoniyat bo‘lmagan taqdirda ham siz uni samimiy iltifot bilan kuzating va xayrixohlik bilan ishining o‘nglanib ketishiga umid bildiring.

Umuman, xizmat yuzasidan qabul chog‘ingizda quyidagi qoidaga rioya qilsangiz, nur ustiga a’lo nur bo‘lar edi:

Uchrashuv chog‘ida xushfe’llik.

Quloq solish chog‘ida e’tibor, rag‘bat.

Bahslashuv chog‘ida ko‘p narsani bilishga qiziquvchanlik.

Tanqid chog‘ida o‘zini tuta bilish.

Tashkilotda rahbarlardan qaysi biri, qanday masala yuzasidan kishilarni qabul qilishi aniq belgilab qo‘yilishi zarur. Bo‘ysunuvchilarni iltimosiga ko‘ra, qabul qilganda rahbar ularga iltimos va takliflarini qisqa bayon qilishni o‘rgatishi lozim. Agar rahbar o‘zi taklif etib qabul qilsa, bo‘ysunuvchi bu haqda oldindan xabardor qilinishi kerak. Suhbat chog‘ida ishonch muhitini vujudga keltirishi lozim, suhbatdoshni majbur qilish, sha’nini kamsitish mumkin emas.

Kengash va majlislarni olib borish madaniyati. Tadbirkor rahbar kengash va majlislarni olib borish madaniyatiga ham ega bo‘lishi kerak. Kengash jamoa fikri. Aql zakovatini muayyan masalani muhokama etish va oqilona qaror qabul qilish maqsadida uyushtirilgan majlisdir.

Sohibq iron Amir Temur kengash to‘g‘risida shunday deydi: «Kengash ikki turli bo‘lur. Biri til uchida aytilgani, ikkinchisi dildan chiqqani. Til uchida aytilganini (shunchaki) eshitardim. Dildan aytilgan maslahatni esa qalbim qulog‘iga quyardim va dilimga joylardim. Agar (g‘anim ustiga) lashkar tortmoqchi bo‘lsam, urush-yarashdan o‘rtaga so‘z tashlab, amirlarim ko‘ngillarining bu ikkovidan qay biriga moyilligini bilishga intilardim. Agar yarashdan so‘z ochsalar, buning foydasini urush ziyoniga solishtirib ko‘rardim. Agar urushga moyil bo‘lsalar, uning naf va foydasini yarash ziyoniga taqqoslab ko‘rardim, qaysi biri foydaliroq bo‘lsa, shuni ixtiyor qilardim»[1].

O‘z vazifasi va olib borilish shakliga qarab kengash turlicha bo‘ladi.

Kengash tip (xil)lari:

Vazifalari bo‘yicha:

— qaror qabul qilish;

— fikr almashish;

— axborotni tinglash;

— dispetcherlik muhokama;

Olib borish shakli bo‘yicha:

— diktator (hukmdor)lik;

— avtokrat, (yakka hukmdorlik) shaklida;

— bahsli shaklda;

— seregativ shaklda.

Kengashgacha:

— majlis rejasini tuzib unga tayyorgarlik ko‘ring;

— majlisda ko‘riladigan masalalar yuzasidan tayyorlangan materiallarni majlis qatnashuvchilariga oldindan jo‘nating;

— majlisga fikrlari o‘ta muhim kishilarni taklif qiling;

— majlisni zarurat tug‘ilgan hollardagina chaqiring.

Kengash vaqtida:

— kengashni belgilangan vaqtda boshlang;

— kengashni o‘tkazishning yagona tartibini belgilang;

— ortiqcha huruj, shaxsiy qarshi chiqish hollariga yo‘l qo‘ymang;

— kengash maqsadini har bir qatnashuvchi e’tiboriga etkazing.

---

[1] *Qarang:* Temur tuzuklari. T., G‘.Gulom nomidagi Adabiyot va san’at nashriyoti, 1996, 26-bet.

Kengash unsurlari:

— kun tartibini muhokama qilish;
— kengashni o'tkazish tartibini muhokama qilish;
— muammolarni aniqlash;
— muammolar tahlilini qilish;
— muqobil variantlarni izlash;
— muqobil variantlarni baholash;
— qaror qabul qilish.

Kengashdan so'ng:

— kengash qarorini tayyorlash;
— ko'rsatuvlarni tayyorlash;
— axborotlarni jo'natish.

Shuni unutmangki, kengash o'tkazuvchi raislar va tinglovchilar turli toifadagi kishilar bo'lishi mumkin, ya'ni:

Rais:

— bug'uvchi;
— vahimachi;
— chalg'ituvchi;
— lol qoldiruvchi;

Tinglovchi:

— indamaslar;
— tajovuzkorlar;
— g'iybatchilar;
— bilag'onlar;
— haddan tashqari ishchanlar;
— so'nggi oyoqlar.

9.3. Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari

Bozor iqtisodiyoti sharoiti tadbirkor rahbarlardan tadbirkorlik va ishbilarmonlik, boshqaruv uslublarini takomillashtirishni talab etadi. Boshqarish uslublari, asosan, ongli ravishda muayyan maqsadlarga erishish uchun xizmat qiladi. Ular mohiyati va maqsadiga ko'ra tarbiyaviy, moddiy rag'batlantiruvchi, ma'muriy-tashkiliy turlarga bo'linadi.

Tarbiyaviy uslub, insonning ma'naviy takomillashishi, ruhiyatiga va boshqa ijtimoiy xarakteriga mos ravishda tashkillashtiriladi.

Moddiy rag'batlantiruvchi uslub esa mehnat samaradorligini oshirish, mahsulot sifatini yaxshilash uchun ishchilarni moddiy qiziqtirish maqsadida tashkil etiladi.

Ma'muriy-tashkiliy uslub asosan jamiyat talablarini qondirishga qaratilgan bo'lib, ishlab chiqarish jarayoni va mehnat taqsimotini rejali olib borish uchun qo'llaniladi. Bu uslub ikki turda bo'lishi mumkin: uzoq muddatga moslashtiriladigan va bir martalik. Shart-sharoitiga ko'ra, kerakli uslub qo'llaniladi va bu takomillashtirib boriladi. Boshqarish uslublarini takomillashtirishdan asosiy maqsad — daromadni to'g'ri taqsimlash, har bir ishchi, xizmatchining o'z mehnatiga yarasha daromad olishini ta'minlashdir. Demak, boshqarish uslublarini hayotga shunday tatbiq etish kerakki, har bir inson mehnat qilsagina, turmushi yaxshi bo'lishiga ishonch hosil qilsin.

Xo'sh, boshqarish san'ati nima? Boshqarish san'ati tadbirkor rahbarlardan talab qilinadigan eng asosiy xislatlardan bo'lib, uning qo'l ostidagi ishchi-xizmatchilar bilan yaxshi munosabat o'rnatishi, korxonada ishlab chiqarishning eng samarali natijalarini beradigan muhit yaratishni taqozo etadi.

Yaponiyaning boshqarish uslubi ana shu tamoyil asosiga qurilgan. Yaponlarning boshlang'ich ijtimoiy sharoiti shundayki, ular ishchini ijtimoiy himoya qilish bilan birga ma'naviy tarbiyalab boradilar, inson psixologiyasidan to'g'ri foydalanadilar, ishchini ishga tayyorlash jarayonida xalqqa ma'lum bo'lgan uslublarni qo'llaydilar, ya'ni bajariladigan ishning nozik tomonlari va qat'iylikni o'rgatadilar. Ishchining ish joyini tez-tez o'zgartirishi qat'iy qoralanadi, shu sababli ishchilar bir ish joyida uzoq yillar davomida ishlab, o'z kompaniyasiga sodiq bo'lishadi. Natijada, ishchilarning tajribasi va malakasi juda yuqori. Bu esa, o'z navbatida, mehnat unumdorligining o'sishi, yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishga olib keladi.

Mahsulot ishlab chiqarish bilan uning sifatini nazorat qilish jarayoni hech qachon ajratilmaydi yoki bir-biriga qarama-qarshi

qo'yilmaydi. Ularning fikricha, nazoratni kuchaytirish yoki nazoratchining huquqini kuchaytirish bilan yuqori sifatli mahsulot olib bo'lmaydi. Vaholanki mahsulot sifatini tayyor bo'lgandan keyin emas, aksincha, uni tayyorlash jarayonida, bajarilgan har bir ish operatsiyasidan so'ng nazorat qilish kerak. Nazoratchining asosiy vazifasi sifatsiz mahsulot ishlab chiqarayotgan ishchini topib uni jazolash emas, balki uning sababini aniqlash va bartaraf qilishdan iborat bo'lishi kerak. Mana shu uslubni yaponlar to'g'ri yo'lga qo'yganligi sababli har bir ishchi o'z-o'zini nazorat qilishga o'rgangan va doimo o'z ustida izlanishlar olib boradi. Kompaniyalarda sifat guruhlari tashkil qilingan.

Bizda ham har bir tadbirkor rahbar ish joylarida mana shunday uslubni tashkil qila olishi kerak. Shundagina sifatsiz mahsulot sonini kamaytirib, yuqori sifatli mahsulot olishga erishish mumkin.

Bozor iqtisodiyoti sharoiti boshqaruvida uzoq va yaqin muddatlarga mo'ljallangan rejalar tuzish, qarorlar qabul qilish, ijrochilar o'rtasida ishlarni taqsimlash, qarorlar ijrosini nazorat qilish, ijrochilarni rag'batlantirib borish kabi ishlar ham tadbirkor rahbar zimmasidadir. Boshqaruv qarorlari ichki va tashqi omillarga ega bo'lib, ular oddiy va murakkab sharoitlarda bir xil qarorni tayyorlash va qabul qilishda jamoa faollarining qatnashuvi hamda tadbirkor rahbar tashkilotchiligi, boshqaruvni demokratik uslubda olib borishi kerakligini ko'rsatadi.

Tadbirkor rahbarning tashkilotchiligi mehnat jamoasini uyushtirish, jipslashtirish, ishlab chiqarish va tarbiyaviy jarayonlarga ta'sir ko'rsatish, guruh faoliyatini oliy maqsadlarga qarata olish qobiliyati kabi masalalarni qamrab oladi.

Tadbirkor rahbarning tashkilotchilik qobiliyatining ikkinchi yo'nalishi ishlab chiqarish tizimini yaxshilash tadbirlariga qaratilmo g'i, yangi jamoada axloqiy-ru hiy muhitni qaror toptirish, yangi texnologiyani joriy etish, kuchlarni tezkor ishlarni bajarishga qaratish, boshqaruvdagi kishilarni imkon qadar kamaytirish, yangi xodimlar malakasini oshirib borish, kishilardagi boqimandalik kayfiyatiga barham berish, ishda har xil mojarolar kelib chiqishiga yo'l qo'ymaslik, mehnat intizomiga qat'iy rioya qilishdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor rahbar faoliyatining mazmuni uning boshqarish san'atini nechog'lik egallagani, ya'ni kishilarni jamoaga uyushtirish, ishlarni uzoq va yaqin muddatlarga rejalashtirish, nazorat qilish, axborotlar ayirboshlash, boshqarishni oqilona tashkil etish kabi mezonlar bilan ham izohlanadi. Bunda tadbirkor rahbar ongliligi, tadbirkorliligi, ishlab chiqarishni ishning ko'zini bilib tashkil etishi, belgilangan natijalarga erishishi, kishilarning moddiy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirib borishi, uning guruh, jamoa, jamiyat oldida mas'uliyat, burch tuyg'usini chuqur his qilishi muhim ahamiyatga ega.

Tadbirkorning tashkilotchilik qobiliyati hamma narsada muvaffaqiyatga erishuvining muhim shartidir. Qanday tadbirkor rahbar muvaffaqiyatiga tez erishadi? Ruhshunos olimlar uning bir necha omillarga bog'liqligini ta'kidlaganlar.

Bular quyidagilardir:

Tadbirkor rahbarda tashkilotchilik qobiliyatining namoyon bo'lishi:

— jamoada sof axloqiy muhit paydo qila olishi, hammaning hamkorlikda harakat qilishini ta'minlay olishi;

— kishilarni ishontira olishi va jamoada o'zaro yaxshi munosabatlarni qaror toptirish uchun shart-sharoit yaratishi.

Rahbarning kishilar bilan til topib ishlash mahorati:

— tadbirkor o'z qo'l ostidagilarning nimaga qodirligini hisobga olib ishlarni taqsimlashi;

— kishilarni uyushtirishning eng muhim omillaridan foydalanishi;

— har bir kishining ruhiy-psixologik kayfiyatlariga mos ravishda muloqot qilishi.

Tadbirkor rahbarning mehnatga munosabatida ishbilarmonligi quyidagilarda ko'rinadi:

— ishlab chiqarish va boshqa jabhalarda har xil muammolarni hal etishda eng qulay yo'llarni izlab topish;

— vijdonlilik va adolatlilik;

— boshlagan ishlarni oxiriga etkazish.

Rahbar faoliyatida ijro etish qobiliyatining namoyon bo'lishi:

— kasbiy malaka va ko'nikmaga ega bo'lishi;

— texnik vazifalarni hal etishga uquvliligi;
— yangiliklar va g'oyalarni ishlab chiqarishga joriy etib borishi.

Tadbirkor rahbarning qarorlarni qabul qilishdagi uquvi:
— mustaqil ravishda qarorlar qabul qila olishi;
— qabul qilgan qarorining oqibati va natijalarini ko'ra bilishi;
— ishlab chiqarishda sodir bo'luvchi turli holatlarni hisobga olib borishi, tanglikdan qutulish yo'llarini izlashi;
— noto'g'ri qaror qabul qilganda o'z xatolarini bo'yniga olishi;
— xodimlarni boshqaruv masalalariga ko'proq jalb etishi.

Tadbirkor rahbarning kishilarga munosabati:
— o'z va'dasi, so'zining ustidan chiqishi;
— kishilarni bir-biridan ajratmasligi hammaga bir xil munosabatda bo'lishi;
— o'z qo'l ostidagilar va boshqalarga tavozeda bo'lishi va o'zini tuta bilishi, odobliligi va xushmuomalaligi;
— kishilarga munosabatda har bir kishining ruhiy-psixologik xususiyatlarini hisobga olib muomalada bo'lishi.

Tadbirkor rahbarning o'z-o'ziga talabchanligi quyidagilarda ko'rinadi:
— o'z xatti-harakatlarini tanqidiy baholay olishi;
— o'z imkoniyatlarini hisobga olib ishlashi;
— boshqalarning unga bergan ijobiy va salbiy baholarini tahlil etib, ulardan tegishli xulosa chiqarishi.

Rahbar o'zida quyidagi ruhiy-psixologik, fiziologik, axloqiy, ma'naviy va ishbilarmonlik sifatlarini mujassamlashtirgan bo'lishi kerak.

Tadbirkor rahbarning ruhiy-psixologik xususiyatlari:

Nutq va tafakkur sifatlari kuchli xotira, doimiy diqqatning barqarorligi, sog'lom aql, fikrning kengligi, chuqurligi, tezligi, muammo mohiyatini tez anglab olish, ijodiylik, fikrni og'zaki va yozma shaklda qisqa, tushunarli, aniq tarzda ifodalash.

Xarakter sifatlari maqsadga intiluvchanlik, dadillik, mardlik, ishonch, o'zini tuta bilish, o'zi va boshqalarga nisbatan talabchanlik, tavakkal qilish qobiliyati, qiyin vaziyatlarda ham o'zini yo'qotmaslik, xazil-mutoyiba tuyg'usi.

His-tuy g'u sifatlari his-tuyg'ularning turg'unligi, aniqligi, ifodaliligi, kuchli xayajonli holatlarda to'g'ri harakatlar qilish

qobiliyati, muloqotga kirishganda boshqalar kayfiyatini, his-tuyg'ularini hisobga olish, o'z his-hayajonlarini va kayfiyatlarini boshqara olish.

Xulq-atvor sifatlari yanada yaxshilashga intilish va uni himoya etish, kishilar bilan munosabatda samimiylik, halollik.

Tadbirkor rahbarning ruhiy-fiziologik sifatlari:

1. Arzimas narsalardan janjal chiqarmaslik, achchiqlanmaslik, ba'zan ko'rib ko'rmaganga olish.

2. Ruhiy jarayonlarda bosiqlik.

3. Ruhiy, xayajonli xavf-xatar hollarida o'zini yo'qotib qo'ymaslik.

4. O'zini anglashda faollik, kayfiyatda o'ta sezgirlik.

5. Jismoniy sog'lom va har tomonlama barkamollik.

Tadbirkor rahbarning axloqiy, ma'naviy sifatlari:

1. Mehnatsevarlik, kishilarga nisbatan mehribonlik, insonparvarlik, samimiylik, halollik, vijdonlilik, sabr-matonat, xolislik.

2. Tartiblilik va intizomlilik, o'ziga va boshqalarga talabchanlik, o'zgalar fikrini tushunish va hisobga olish.

Tadbirkor rahbarning ishbilarmonlik sifatlari: soha va kasb sirlarini yaxshi bilish, o'z ishi sohasida yuqori malakaga ega bo'lish, yangi texnologiya talablariga mos bilim va tajriba, ishlab chiqarish texnikasi va texnologiyasini chuqur bilish, boshqarish usullarini yaxshi o'zlashtirgan bo'lishi, o'z bilimi, malaka va ko'nikmalarini oshirib borish, axborot ayirboshlashni bilish va hokazo.

Tadbirkor rahbarning tashqi ko'rinishi ham alohida ahamiyatga ega. Uning kiyim-boshi hamisha toza, ozoda, tartibli bo'lishi, o'zi esa xulq-atvorda boshqalarga namuna ko'rsatishi, saranjom-sarishtalikka rioya etishi kerak.

Mana shu xususiyatlarni o'zida namoyon etgan tadbirkor rahbar bozor iqtisodiyoti talablariga to'liq javob beradi. Zero, bozor munosabatlari ishni jiddiy asoslarda, texnologik jarayonlar bilan qo'shib olib borish, tezkorlik, malaka va uquvni, kasb mahorati yaxshi egallashni taqozo etadi. Ishlab chiqarish, savdo-tijorat, xizmat idoralari, iqtisodiyot ning barcha tarmoqlarida faoliyat yurituvchi tadbirkorlarning xorijliklar bilan hamkorlik qilish,

shartnomalar va bitimlar tuzish, muzokaralar olib borish uquvini namoyon etishi ham bozor munosabatlari talabidir.

Tadbirkor rahbar o'z qo'l ostidagilarda faollik, onglilik, ijodkorlik, intizomlilik, o'z-o'zini tarbiyalab borish sifatlarini qaror toptirsa, mehnatda ham, xizmatda ham, el-ulus orasida ham obro' topadi. Shuningdek, tadbirkor rahbarning ko'pchilik bilan muomala qila olish qobiliyati ham uning tashkilotchiligidan nishonadir.

Bundan tashqari, tadbirkor rahbar mehnat jamoalarining uyushishi, jipslashishi va rivojlanishining ruhiy-psixologik jarayonlari bosqichlarini ham hisobga olishi kerak.

Uyushish-jipslashish bosqichi. Mehnat jamoasiga uyushish-jipslashish hamkorlikda faoliyat yuritish zaruratidan kelib chiqadi. Bunda jamoa a'zolarining malakasi, qobiliyati, qiziqishlari e'tiborga olinadi. Shaxsiy ehtiyojlarni qondirishdagi faoliyat kishilarni jipslashtiradi. Tadbirkor rahbar mehnat jarayonida kishilarning bilimi, kasbi, malakasi, yoshini hisobga olib, ularni jamoaga to'playdi. Bunda tadbirkor rahbarning tashkilotchilik qobiliyati namoyon bo'ladi.

Jamoaning tarkib topish bosqichi. Bu bosqichda tadbirkor rahbar jamoa har bir a'zosining mehnatga munosabatini aniqlashga harakat qiladi. Kimki faoliyatining ijtimoiy ahamiyatini chuqur anglasa, bor kuchi, ijodkorligini ishga safarbar etadi. Jamoada faollar va dangasalar, ishga halaqit beruvchilar bo'lishi mumkin. Tadbirkor rahbar bunday holda xodimlar o'rnini almashtirish, mehnatga munosabatini o'zgartirish, o'z ishiga qiziqtirish, tashabbus ko'rsatishga undash orqali jamoa faoliyatini ta'minlaydi. U bu ishlarni qo'l ostidagilar faoliyatini kuzatish, nazorat qilish, baholash, mehnat natijalarini chamalab ko'rish bilan qo'shib olib boradi.

Har bir a'zoning jamoaga moslashish bosqichi. Bu bosqichda «qoloqlar», «ishga halaqit beruvchilar» qolmaydi. Ularning shaxsiy qiziqish va ehtiyojlari jamoa faoliyati bilan uyg'unlashib, moslashib ketadi. Sof axloqiy-ruhiy muhit yaratilgan mehnat jamoasida faollik, ijodkorlik, kasbga qiziquvchanlik barqaror tus oladi. Shaxsda yaxshi niyatlar paydo bo'ladi, maqsad va ehtiyojlarini qondirishga intilish, mehnatsevarlik kuchayadi. Hamkorlikdagi mehnatdan zavq olish shaxslararo munosabatlarni yaxshilaydi.

Insoniy qadriyatlarga erishish bosqichi. Bu bosqichda jamoa his-tuyg'ulari bir maqsad yo'lida umumlashadi. Jamoaviy faollik vujudga keladi, an'anaviylik qaror topadi. Inson o'z qiziqish va intilishlarini jamoa hayoti bilan bog'laydi. Atrofdagilarga ishonchi ortadi, do'stlik va muhabbat rishtalari mustahkamlanadi. Bu jarayonlarda tadbirkor rahbar zimmasiga katta mas'uliyat yuklanadi. Bunda tadbirkorning o'ziga xos ish yuritishi, boshqaruv malakasi, tashkilotchiligi, tarbiyaviy ishlarni olib borish mahorati yaqqol namoyon bo'ladi.

Yaxshi tadbirkor rahbar uchun ma'lum shaxsiy sifatlar zarur. U qat'iyatliligi va chaqqon, ziyrak bo'lishi kerak. Tadbirkor o'ziga kerakli fikrlarni yig'a bilishi kerak. 99 foiz ilg'or g'oyalar mutaxassislar bilan muloqotda yuzaga kelsa, 1 foiz g'oyalar odamlarni eshita bilishida paydo bo'ladi. Buning uchun suhbatlashishni bilish, o'rganish, shaxsiy g'arazlarni unutish, g'oyalarni tartibga solish, eng asosiysi, doimo o'qish-o'rganish kerak. Aks holda, u o'z ishini baholay olmaydi.

Tadbirkor rahbar bozor sharoitida o'z huquqidan to'la foydalanishi va zarur hollarda quyidagilarni amalga oshirishi, ya'ni yomon xodimlardan voz kechishi, o'z xodimlaridan zaruriy natijalarni talab etishi, fikrlash qobiliyatiga ega bo'lganlarni g'oyalarga yo'naltirishi kerak va hokazo.

Shular bilan bir qatorda u qat'iy buyruqlar berishi, buyruqning bajarilish natijalaridan voqif bo'lib turishi zarur. Shuning uchun u xodimlarning ichki xususiyatlarini bilishi kerak. Ba'zan xodimlar ataylab, mehnat intizomini buzadilar. Bunga sabab — moddiy ta'minotning o'z vaqtida bo'lmasligi, bir necha vazifani bir vaqtda berilishi, ularning aniq bajarilish vaqti ko'rsatilmaganligi, mukofotlash shaklining nomukammalligidir. Tadbirkor rahbar kishilarning bunday kamchiliklariga barham berish ishiga sabr-toqat bilan yondashishi kerak.

Tadbirkor rahbar kamsuqum, qat'iy, halol, shijoatli bo'lib, ishchi-xizmatchilarning fikri, taklifi, mulohazalari bilan hisoblashib, demokratik usulda ish ko'radi. Shu bilan bir qatorda, korxonada intizomni, tartibni talabchanlik bilan nazoratga oladi.

Sifat bilan ko'rsatkichni e'tibordan chetda qoldirmaydi. Mehnatni aniq hisob-kitob, reja bilan yuritishga erishadi. O'zining qobiliyatiga obyektiv baho bera oladi. Kadrlarni tanlashda, ish jarayonida tanish-bilishchilikka emas, asl mutaxassislarga suyanadi.

Qisqa xulosalar

Tadbirkor faoliyati faqat tadbirkorlikning huquqiy va tashkiliy asoslariga bog'liq bo'lmay, u insonlar, qo'l ostida xizmat qiluvchi mutaxassislar va ishchilar, ayniqsa, chet ellik hamkasblari biznesmenlar doirasida umumaxloq iy me'yorlarga rioya qilishi bilan ham baholanadi. Ishdagi muvaffaqiyatning yarmidan ko'prog'i uning odobi, madaniyati, dunyoqarashi, ishbilarmonlik qoidalarini qay darajada bilishiga bevosita bog'liqdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoiti tadbirkor rahbarlardan boshqaruv uslublarini takomillashtirishni talab etadi. Boshqaruv uslublari, asosan, ongli ravishda muayyan maqsadlarga erishish uchun xizmat qiladi. Ular mohiyati va maqsadiga ko'ra tarbiyaviy, moddiy-rag'batlantiruvchi va ma'muriy-tashkiliy turlarga bo'linadi.

Boshqaruvda uzoq va yaqin muddatlarga mo'ljallangan rejalar tuzish, qarorlar qabul qilish, ijrochilar o'rtasida ishlarni taqsimlash, qarorlar ijrosini nazorat qilish, ijrochilarni rag'batlantirish rahbar zimmasidadir.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Biznesda boshqaruv psixologiyasining mazmuni va mohiyati nimada?
2. Boshqarish san'ati deganda nimani tushunasiz?
3. Tadbirkor rahbar faoliyatining boshqarish san'atidagi xarakterli xususiyatlar nimalardan iborat?
4. Tadbirkor rahbarning ruhiy-psixologik xususiyatlari nimada?
5. Qanday tadbirkor rahbar muvaffaqiyatga tez erishadi?
6. Tadbirkor rahbar qanday talablarga javob berishi kerak?
7. Rahbarda qanday sifatlar mujassamlashgan bo'lishi darkor?
8. Rahbarlik uslubidagi salbiy qusurlar qaysilar?
9. Tadbirkor madaniyati deganda nimani tushunasiz?
10. Tadbirkor rahbar nizoli vaziyatlarda qanday yo'l tutishi lozim?

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011-yil 22 yanvar.

2. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir/I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2010. 80-b.

3. O'zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

4. *Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. O'quv qo'llanma. — T.: TDIU, 2010. — 267-b.

5. *G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik - mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185-b.

6. *Лапуста М. Г.* Малое предпринимательство: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 685 с.

7. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. 2е изд., перераб. И доп. — М.: ЮНИТИ ДАНА, 2008. — 367 с.

X BOB KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'EKTLARINING EKSPORT SALOHIYATINI BAHOLASH

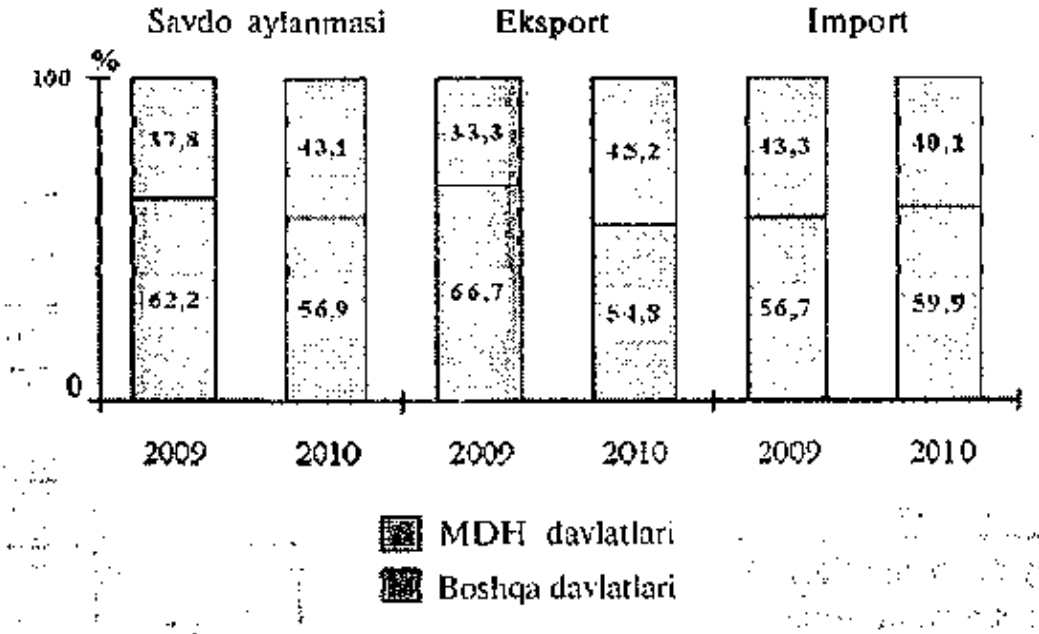
10.1. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportchi korxonalarning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi

Eksport diversifikasiyasi, ya'ni xorijga sotilayotgan tovar va xizmatlar nomenklaturasining kengayishi, jami eksportda alohida tovar yoki xizmat turi (ayniqsa, xomashyo) ulushining katta bo'lishiga barham berilishi, mahsulotlarimiz eksport qilinayotgan mamlakatlar geografiyasini kengaytirish eksport hajmining barqaror bo'lishini ta'minlaydi, milliy iqtisodiyotning tashqi bozordagi salbiy o'zarishlarga ta'sirchanligi darajasini pasaytiradi.

Eksport tarkibida bir yoki bir necha tovarlar ulushining sezilarli darajada ortib ketishi bu tovarlar narxi pasaygan yoki ularga tashqi talab qisqargan holatlarda eksportchi korxonalarni og'ir ahvolga solib qo'yishi mumkin. Buning natijasida eksport hajmining qisqarishi valyuta tushumlarining kamayishi, tashqi savdo balansining yomonlashuvi va korxonalar moliyaviy ahvolining tanglikka yuz tutishiga olib kelishi mumkin. Shuningdek, eksport umumiy hajmining kam sonli davlatlarga bog'lanib qolishi ham qaltis holat hisoblanadi .

Prezidentimiz ma'ruzalarida ilgari surilgan tayyor raqobatbardosh mahsulotlar eksportini faol oshirish va bu mahsulotlar etkazib beriladigan mamlakatlar geografiyasini yanada kengaytirish vazifasini amalga oshirish eksport hajmini barqaror o'stirish, tashqi bozordagi o'zgarishlar ta'sirida uning hajmi keskin kamayishi xavfini bartaraf etish imkonini beradi.

Eksport qilinayotgan tovarlarni diversifikasiya qilish, ularni import qiluvchi mamlakatlar geografiyasini kengaytirish bu



10.1.1-rasm. **O'zbekiston Respublikasi tashqi savdo aylanmasi dinamikasi.**

mamlakatlardan biri yoki bir guruhining iqtisodiyotida muammolar ro'y berganda ham eksport hajmining keskin pasayib ketishiga yo'l qo'ymaslik imkonini beradi.

O'tgan yillar mobaynida eksport qiluvchi korxonalarni qo'llab-quvvatlash borasida amalga oshirilgan chora-tadbirlar iqtisodiyotimizning eksport salohiyatini yuksaltirish, tashqi savdo tarkibida ijobiy siljishlarga erishish, uning hajmini barqaror o'stirish imkonini bermoqda.

Ma'lumotlardan ko'rinadiki, respublikamiz tashqi savdo aylanmasi muttasil o'sib bormoqda. Xususan, bu ko'rsatkich 2010 yilda 21844,2 mln. AQSh dollarini tashkil etib, 2005 yilga nisbatan 2,23 marta, 2008-yilga nisbatan 0,06 foizga o'sdi. Bu eksport hajmi 2,4 foizga o'sgani holda import hajmining 2,74 foizga kamayishi natijasida ro'y berdi.

Ayni chog'da, jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozining ta'sirida ko'pchilik mamlakatlarda eksport hajmining keskin qisqarishi kuzatilmoqda. Jumladan, 2009-yilda eksport hajmlarining qisqarishi Rossiya Federatsiyasida 44,2 foiz, Ukrainada 48,7 foiz, Qozog'istonda 47,7 foizni tashkil etdi.

10.1.1-jadval

O‘zbekiston eksportining tovar tarkibi

Ko‘rsatkichlar	2000-y.	2005-y.	2008-y.	2009-y.
Eksport jami (mln.AQSh doll.)	3267,6	4853,0	11493,3	11771,3
Eksport jami, foizda	100,0	100,0	100,0	100,0
Shu jumladan (jamiga nisbatan foizda):				
Paxtatolasi	27,5	19,1	9,3	8,6
Kimyo mahsulotlari, plastmassa va plastmassa mahsulotlari	2,9	5,3	5,6	5,0
Qoravarangli metallar	6,6	9,2	7,0	5,0
Mashinavauskunalar	3,4	8,4	7,6	2,9
Oziq-ovqat mahsulotlari	5,4	3,8	4,5	6,0
Energiyaresurslari	10,3	11,1	24,7	34,2
Xizmatlar	13,7	12,2	10,4	8,8
Boshqalar	30,2	30,5	30,9	29,5

2000-2009 yillar davomida ekport va importni diversifikasiya qilish, uning tarkibini takomillashtirish borasidagi chora-tadbirlar natijasida mamlakatimiz eksportining tovar tarkibida ijobiy siljishlar ro‘y berdi.

Xususan, boshqa tovarlar pozisiyalari bo‘yicha eksport hajmining jadal o‘sishi paxta tolasining jami eksportdagi ulushini 2000-yildagi 27,5 foizdan, 2008-yilda 9,3 foizga, 2009-yil yakunlariga ko‘ra esa 8,6 foizgacha pasayishiga olib keldi.

2000-2009-yillarda respublikamiz importi tarkibida ijobiy siljishlar ro‘y berdi. Mamlakatni modernizatsiyalash, texnik va texnologik jihatdan qayta qurollantirish tadbirlarining keng miyosda amalga oshirilishini ta’minlash jami import hajmida mashina va uskunalar importi ulushining jadal o‘sishiga olib keldi.

10.1.2-jadval

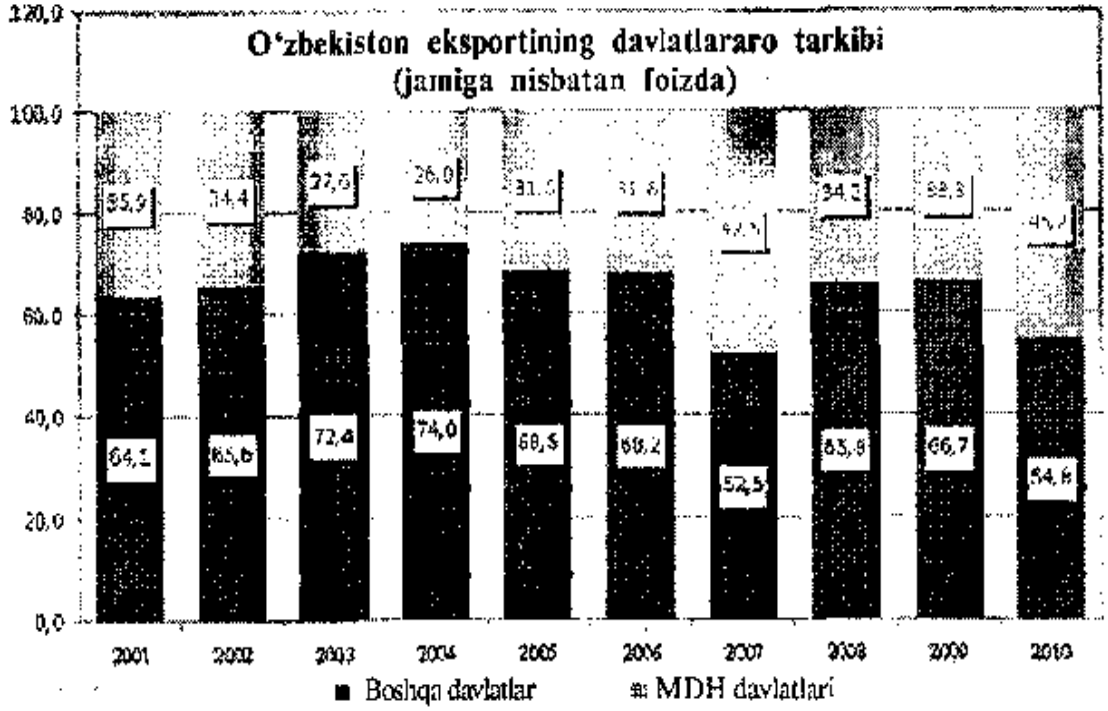
O‘zbekiston importining tovar tarkibi

Ko‘rsatkichlar	2000 y.	2005 y.	2008 y.	2009 y.
Import jami (mln.AQSh doll.)	2944.5	4091,3	9704,0	9438,3
Import jami, foizda	100,0	100,0	100,0	100,0
Shu jumladan (jamiganisbatan foizda):				
Kimyo mahsulotlari, plastmassa va plastmassa mahsulotlari	13,6	13,6	11,6	11,1
Qoravarangli metallar	8,6	10,3	7,7	6,3
Mashinavauskunalar	35,4	43,3	52,4	56,5
Oziq-ovqat mahsulotlari	12,3	7,0	8,3	9,0
Energiyaresurslari	3,8	2,5	4,6	5,3
Xizmatlar	8,5	10,4	4,4	4,4
Boshqalar	17,8	12,9	11,0	9,2

10.2. Eksportning tovar va geografik tarkibini takomillashtirish

Tashqi savdo aylanmasi, xususan, eksportning geografik tarkibida MDH mamlakatlarining ulushi 2010-yil yakunlariga ko‘ra, 43,1 foizni tashkil etdi. 2010-yilda mamlaktimiz korxonalari eksportining 29,2 foizi Rossiya Federasiyasi, 9,5 foizi Xitoy, 8,3 foizi Qozog‘iston hissasiga to‘g‘ri keldi.

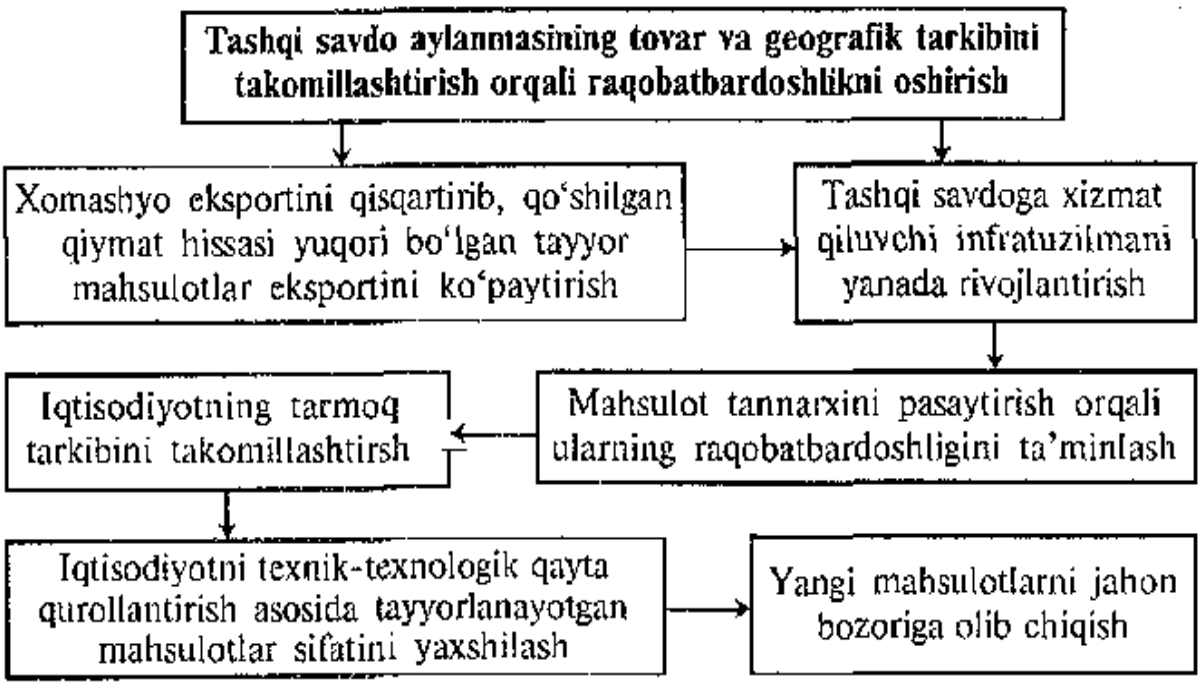
Uzoq xorij davlatlariga qilingan eksportning jami eksportdagi ulushi 2008 yilda 65,8 foiz, 2009-yilda esa 66,7 foizni tashkil etdi. Bu mamlakatlar bo‘yicha mamlakatimiz eksportining difersifikatsiyalashuv darajasi nisbatan chuqurroq bo‘lib, 2009-yil ma’lumotlariga ko‘ra faqat Xitoy (9,7%), Shveysariya (7,9%), Afg‘oniston (3,3%), Turkiya (3,2%), Eron (2,7%), Germaniya



10.2.1-rasm. **O'zbekiston eksportining davlatlararo tarkibi.**

(2,2%), AQSh (1,7%) ning mamlakatimiz eksportidagi ulushi 1 foizdan yuqoridir.

Respublikamiz eksporti va importining tovar va geografik tarkibini takomillashtirish orqali raqobatbardoshlikni oshirish bir qator vazifalarning amalga oshirilishini taqozo etadi.



10.2.2-rasm. **Tashqi savdo aylanmasining tovar va geografik tarkibini takomillashtirish orqali raqobatbardoshlikni oshirish.**

Xorijiy davlatlarda mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan yoki ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish mumkin bo'lgan mahsulotlarga talabni o'rganish, bunday tovarlar bozorlariga kirib borish va raqobat qilish strategiyasini ishlab chiqish eksport qilinayotgan tovarlar sonini va mamlakatlar geografiyasini kengaytirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Jahon bozorlarida korxonalarimiz mahsulotlarining raqobatbardoshligini ta'minlashda quyidagi chora-tadbirlarning amalga oshirilishi muhim ahamiyat kasb etadi:

— eksport qiluvchi korxonalarga mahsulot tayyorlash va sotish xarajatlarini kamaytirishda ko'maklashish;

— ularni tashqi bozor kon'yunkturasidagi o'zgarishlar, istiqbolli bozorlar, raqobatchilar to'g'risida olib borilgan tadqiqotlar natijalari bilan tanishtirish;

— transport-kommunikasiya tizimlarini rivojlantirish;

— yangi transport yo'lakiarini ochish orqali transport xarajatlarini kamaytirish va h.k.

Bu borada har bir tarmoq uchun ishlab chiqilishi ko'zda tutilayotgan 2010-2012 yilga mo'ljallangan tayyor mahsulotni yangi tashqi bozorlarga chiqarish bo'yicha maxsus dasturlarda eksport hajmini oshirish, eksport qilinadigan yuklarni tashish tizimini takomillashtirish, eksportchi korxonalarni marketing, moliya va tashkiliy-h uquqiy qo'llab-quvvatlash masalalari o'z aksini topadi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, eksport hajmini oshirish, uning tarkibini takomillashtirish, umuman tashqi savdo aylanmasini diversifikatsiya qilish iqtisodiyotimiz tarkibiy tuzilishida sifat o'zgarishlariga erishish, uning raqobatbardoshligini oshirish orqali iqtisodiy yuksalish va aholi turmush farovonligini yanada ko'tarish maqsadlariga xizmat qiladi.

Qisqa xulosalar

Eksport diversifikasiyasi, ya'ni xorijga sotilayotgan tovar va xizmatlar nomenklaturasining kengayishi, jami eksportda alohida tovar yoki xizmat turi (ayniqsa, xomashyo) ulushining katta bo'lishiga barham berilishi, mahsulotlarimiz eksport qilinayotgan

mamlakatlar geografiyasini kengaytirish eksport hajmining barqaror bo'lishini ta'minlaydi, milliy iqtisodiyotning tashqi bozordagi salbiy o'zgarishlarga ta'sirchanligi darajasini pasaytiradi.

Eksport tarkibida bir yoki bir necha tovarlar ulushining sezilarli darajada ortib ketishi bu tovarlar narxi pasaygan yoki ularga tashqi talab qisqargan holatlarda eksportchi korxonalarni og'ir ahvolga solib qo'yishi mumkin. Buning natijasida eksport hajmining qisqarishi valyuta tushumlarining kamayishi, tashqi savdo balansining yomonlashuvi va korxonalar moliyaviy ahvolining tanglikka yuz tutishiga olib kelishi mumkin. Shuningdek eksport umumiy hajmining kam sonli davlatlarga bog'lanib qolishi ham qaltis holat hisoblanadi.

Eksport hajmini oshirish, uning tarkibini takomillashtirish, umuman tashqi savdo aylanmasini diversifikasiya qilish iqtisodiyotimiz tarkibiy tuzilishida sifat o'zgarishlariga erishish, uning raqobatbardoshligini oshirish orqali iqtisodiy yuksalish va aholi turmush farovonligini yanada ko'tarish maqsadlariga xizmat qiladi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Mamlakatning raqobatbardoshligini ta'minlovchi omillarni sharhlab bering.
2. Tarkibiy o'zgarishlar siyosatining maqsadi va vazifalari nimalardan iborat?
3. Tarmoq ichidagi, tarmoqlararo va xalqaro sanoat kooperatsiyasining ahamiyati va iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini takomillashtirishdagi rolini izohlang.
4. Mamlakatimizda loyihalarni mahalliylashtirish dasturiga kiritish va monitoringini olib borish mexanizmi qanday joriy etilgan?
5. Respublikamizda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish omillari va yo'nalishlari nimalardan iborat?
6. Kichik biznesni rivojlantirishda bozor infratuzilmalarining rolini tushuntiring.
7. Eksportni diversifikasiya qilish yo'nalishlari va imkoniyatlari nimalardan iborat?
8. Tarkibiy o'zgarishlar siyosatini davom ettirish bo'yicha belgilangan vazifalarning o'zaro bog'liqligini izohlab bering.

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011 yil 22 yanvar.

2. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir/I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2010. 80 b.

3. *Karimov I.A.* Jahon moliyaviy-i qtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari / I.A.Karimov. T: O'zbekiston, 2009. 56-b.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning «Mamlakatimizni modernizatsiya qilish va kuchli fuqarolik jamiyati barpo etish ustuvor maqsadimizdir» hamda «Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir» nomli ma'ruzalarini o'rganish bo'yicha o'quv-uslubiy majmua. Toshkent: Iqtisodiyot. 2010. — 342-b.

5. O'zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

6. *G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik - mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185-b.

XI BOB O‘ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

11.1. O‘zbekistonda ilg‘or ilm-fan yutuqlari va innovatsion texnologiyalarga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari

Mamlakatimiz iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishning asosiy omillaridan biri innovatsiyalardir. Innovasion texnologiyalar yordamida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini chuqur qayta tuzish va ish unumdorligini yanada oshirish mumkin. Ma’lumki, bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasi nafaqat milliy iqtisodiyotning o‘sish sur’atlarini jadallashtirishda, balki bugungi kun uchun dolzarb hisoblangan aholini ish bilan ta’minlash va turmush darajasini oshirish masalalarini hal etishda ham etakchi o‘rin tutmoqda.

Kichik biznesning ixcham va harakatchanligi, bozor kon’yunkturasi o‘zgarishlari va iste’molchilar ehtiyojlariga tez moslasha olishi uni jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozining salbiy oqibatlarini bartaraf etish va inqirozdan keyin iqtisodiyot tarmoqlarini barqaror rivojlantirish sharoitida yangi ish o‘rinlarini yaratish va aholi daromadini oshirish borasida eng qulay va maqbul vositaga aylantirmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta’kidlaganidek: «Bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik o‘zining iqtisodiyotimizdagi o‘ta muhim va salmoqli hissasi, roli va ta’siri, sodda qilib aytganda, boshqa hech bir soha va yo‘nalish o‘rnini bosolmaydigan katta ahamiyati bilan davlat va jamiyatimiz rivojida alohida o‘rin egallaydi»[1].

[1] *I. A. Karimov.* «Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo‘lini izchil davom ettirish — taraqqiyotimizning muhim omilidir». O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilingan kunning 18 yilligiga bag‘ishlangan tantanali yig‘ilishdagi ma’ruzasidan. Xalq so‘zi, 2010-yil 8 dekabr.

Darhaqiqat, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning izchil rivojlanib borishini ta'minlash orqali mamlakatimizda jamiyatimizning ijtimoiy-siyosiy tayanchi va poydevori bo'lgan o'rta sinfning shakllanishiga va uning tobora mustahkam bo'lib borishiga erishilmoqda.

Shunday ekan, endilikda kichik biznesni nafaqat son jihatdan ko'paytirish, balki uni avvalo sifat jihatdan ham rivojlantirishimiz, bu borada oddiy ishlab chiqarishdan ichki va tashqi bozorga yo'naltirilgan murakkab, yuksak texnologiyaga asoslangan ishlab chiqarishga o'tish masalasiga alohida e'tibor qaratishimiz darkor.

Yurtimizda fan, ta'lim va ishlab chiqarishning integratsiyalashuvini yanada chuqurlashtirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining innovatsion rivojlanish yo'llarini ishlab chiqish orqali ilm-fan va ishlab chiqarish o'rtasida o'zaro foydali aloqalarni mustahkamlashga bo'lgan e'tibor yildan-yilga oshib bormoqda.

Bugungi kunda iqtisodiyotimizning asosiy tarmoqlarini modernizatsiya qilish va texnik yangilash, mamlakatimizning yangi marralarni egallashi uchun kuchli turtki beradigan va jahon bozorida raqobatdoshligini ta'minlaydigan zamonaviy innovatsiya texnologiyalarini joriy qilish bo'yicha maqsadli loyihalar amalga oshirilmoqda.

Respublikamizda innovatsion faoliyatni yanada rivojlantirishda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 15 iyuldagi «Innovasion loyihalar va texnologiyalarni ishlab chiqarishga tadbiq etishni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida«gi № PQ-916-sonli Qarorining qabul qilinishi va uning asosida «O'rta muddatli istiqbolda innovatsion mahsulotlar va texnologiyalarni rivojlantirish chora-tadbirlari kompleksi»ning ishlab chiqilishi muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda.

Bugungi kunda respublikamizda yalpi ichki mahsulotning 52,5 foizdan ko'prog'i kichik biznes subyektlari tomonidan ishlab chiqarilayotganiga qaramasdan, yuqori texnologik jarayonlarni talab etadigan sanoat tarmog'idagi (19,6 %) va eksportdagi (13,4 %)

ulushi kichik biznesning mavjud salohiyati darajasida emas[1]. Mazkur soha va tarmoqlarda kichik biznes taraqqiyotini ta'minlash, umuman, iqtisodiyotning etakchi tarmoqlarini barqaror rivojlantirishning asosiy yo'nalishlaridan biri sifatida innovatsion jarayonlarni faollashtirish, ayniqsa, kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rag'batlantirish yuqori samara beradi.

Kichik biznes subyektlarida yangi texnika va innovatsion texnologiyalarni ishlab chiqarishga yuqori tavakkalchiliklarsiz joriy etish, yangi ishlab chiqarish quvvatlarini barpo etib, undan samarali foydalanish jarayoni yirik korxonalarga nisbatan tezroq ro'yobga chiqadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan «Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili» bo'yicha qabul qilinadigan davlat dasturida asosiy ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida yuqori texnologiyalarni talab etadigan iqtisodiyot tarmoqlarida innovatsion texnologiyalarga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga keng yo'l ochib berishga alohida e'tibor qaratish zarurligi ko'rsatib o'tildi[2].

Hozirgi vaqtda yurtimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik asosan savdo-sotiq, xizmat va aloqa sohasida, qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishlash bo'yicha ko'proq rivoj topmoqda.

Jahon iqtisodiyoti globallashuvi va raqobat muhiti kuchayib borishi, mahsulotlar hayotiylik davri keskin qisqarishi, bozor kon'yunkturasi va iste'molchilar ehtiyojlari tez o'zgarishi jarayonlari bugungi kunda har bir xo'jalik yurituvchi subyektdan raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini ishlab chiqishni hayotiy zaruriyatga aylantirmoqda. Bu esa ularning innovatsion faoliyatini rivojlantirish va samarali boshqarishni talab etmoqda.

---

[1] O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari.

[2] *I. A. Karimov.* «Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo'lini izchil davom ettirish — taraqqiyotimizning muhim omilidir». O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilingan kunning 18 yilligiga bag'ishlangan tantanali yig'ilishdagi ma'ruzasidan. // Xalq so'zi, 2010-yil 8 dekabr.

Shu jihatdan, yuqori texnologiyalarni talab etadigan zamonaviy ishlab chiqarish tarmoqlarini tashkil etishda, innovatsion va nanotexnologiyalar, farmakologiya va farmasevtika, axborot-kommunikasiya tizimi, biotexnologiya, muqobil energetika turlaridan foydalanish sohasida, muxtasar qilib aytganda, ilg'or ilm-fan yutuqlariga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish o'zining ijobiy samarasini beradi[1].

Kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyati eng avvalo, amaliyotga yangi, takomillashgan ishlab chiqarishni joriy etish, ikkinchidan, mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarining barcha turlarini qisqartirish, uchinchidan, ishlab chiqariladigan mahsulotlar narxlarini pasaytirishda ularning iste'mol va sifat xususiyatlarini doimiy ravishda oshirib borishni talab etadi.

Kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rivojlantirishdan maqsad butun ishlab chiqarish tizimini yangilash hisobiga ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, ilmiy-texnik, intellektual va iqtisodiy salohiyatdan samarali foydalanish asosida soha raqobatbardoshligini oshirishdan iborat.

Bizning fikrimizcha, O'zbekistonda ilg'or ilm-fan yutuqlari va innovatsion texnologiyalarga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish va uning samaradorligini oshirish quyidagi omillar hisobiga muhim zaruriyat hisoblanadi:

birinchidan, kichik biznesning bozor kon'yunkturasi o'zgarishlari va iste'molchilar ehtiyojlariga nisbatan tez moslasha olish xususiyatlariga ega ekanligi innovatsion texnologiyalarni joriy etishda yirik korxonalarga nisbatan yuqori tavakkalchilikning pastligi jihatidan yaxshi samara beradi;

ikkinchidan, kichik biznes subyektlari faoliyatiga innovatsion texnologiyalar joriy etilishi ularning yuqori transaksion harajatlarini kamaytirib, rentabellik ko'rsatkichlarini oshiradi;

---

[1] *I. A. Karimov.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'kljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011-yil 22 yanvar.

uchinchidan, kichik biznes subyektlarining yangiliklarni tezkorlik bilan o'zlashtira olish salohiyati ularga innovatsiyalarni tijoratlashtirishdan yuqori daromad olish imkoniyatini beradi;

to'rtinchidan, kichik biznes subyektlari faoliyatiga boshqaruvning innovatsion texnologiyalari joriy etilishi ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar tannarhini kamaytirish, tovar va xizmatlar nomenklaturasini oshirish, yangi tovarlar turlarining sotish hajmlarini kengaytirish hamda mahsulot sotishning istiqbolli bozorlarini o'zlashtirish hisobiga ularning eksport salohiyati va raqobatbardoshligini oshiradi.

Mamlakatimizda innovatsiya faoliyatini rivojlantirish uchun ilmiy, me'yoriy-huquqiy asoslar mavjud va kadrlar salohiyati ancha yuqori darajada. Biroq, mazkur salohiyatdan samarali foydalanish ko'rsatkichi talab darajasida emas. Faoliyat ko'rsatayotgan 222 ta ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik muassasalarining 8,5 foizigina innovatsiya faoliyati bilan shug'ullanadi. Intellektual mulk obyektlaridan foydalanish darajasi ham nisbatan past. Masalan, 2010-yilda kichik biznes subyektlari tomonidan 78 ta patent olingan, xalos (11.1.1-jadval).

Respublikamizda innovatsiya muhitining bugungi ahvoli qisqa muddatlarda kichik biznes innovatsion faoliyatini rivojlantirishning yuqori darajasiga erishish imkonini bermaydi. Shu bois, uni rivojlantirish davlat tomonidan mazkur yo'nalishdagi aniq chora-tadbirlarni belgilashni taqozo etadi. Bu borada asosiy e'tibor avvalambor, quyidagilarga qaratilishi lozim:

— kichik biznesning ilmiy-texnikaviy axborotdan foydalanish, innovatsion loyihalarni ishlab chiqarishga joriy etishdagi yuqori transaksion harajatlarini kamaytirish;

— kichik korxonalar uchun yangi texnologiyalarni sinovdan o'tkazish va ularni jalb etishdagi yuqori tavakkalchiliklarni bartaraf etish;

— innovatsion ishlanmalar va ularni joriy qilish uchun o'z resurslarini taklif qiluvchi moliyaviy va investisiya institutlari bozori tashkil etilishini rag'batlantirish;

— yirik korxonalarning kichik biznes subyektlari innovatsion loyihalarini hissador tashkilot sifatida ulushli moliyalashtirishdan oladigan manfaatdorligini oshirish;

11.1.1-jadval

O‘zbekiston Respublikasining fan-texnologiyalar va innovatsiya salohiyatining asosiy indikatorlari

№	Innovasion salohiyat ko‘rsatkichlari	2005 yil	2006 yil	2007 yil	2008 yil	2009 yil	2010 yil
1.	Ilmiy-tadqiqot vatajriba-konstruktorlik muassasalari soni	152	169	171	183	222	222
1.1.	Tajriba-konstruktorlik tashkilotlari soni	9	11	13	14	19	19
1.2.	Innovasion markazlar soni	5	5	6	7	9	13
2.	Innovasion loyihalarni amalga oshirish uchun ajratilgan moliyaviy mablag‘lar dinamikasi, o‘tgan yilga nisbatan % hisobida	114,7	118,1	122,3	134,1	196,2	136,3
2.1	Innovasiya ilmiy-texnika dastrlari soni	185	197	179	194	171	221
3.	Ilmiy-tadqiqotchilikva tajriba-konstruktorlik ishlari bilan shug‘ullanayotgan ilmiy xodimlar soni	17989	20189	22403	24189	26145	26367
3.1.	Fan doktorlari soni	2104	2212	2311	2590	2721	2989
3.2.	Fan nomzodlari soni	8109	8403	8629	8760	9231	9301
4.	Bajarilayotgan davlat ilmiy-texnika dasturlari soni	1522	1612	1577	1789	1217	1264
5.	Davlat ilmiy-texnika dastur-larigaajratilgan byudjet mab-lag‘lari dinamikasi, o‘tgan yilga nisbatan % hisobida	112,3	119,6	126,9	135,6	180,5	137,7
6.	Kichikbiznes subyektlari tomonidan olingan patentlar soni	42	53	47	51	69	78

Manba: Indikatori nauki, texnologiy i innovatsionnoy deyatelnosti Respubliki Uzbekistan. Komitet po koordinasii razvitiya nauki i texnologiy pri Kabinete Ministrov Respubliki Uzbekistan. Statisticheskiy sbornik. — T.: Izd-vo «Fan va texnologiya», 2010. — S.122.

— fan-ta'lim-ishlab chiqarish integratsiyasi samaradorligini oshirish va ularni o'zaro bog'laydigan innovatsion vositachilar tarmog'ini rivojlantirish va h.k.

Kichik biznes subyektlari mahsulotlarini jahon bozorlariga olib chiqish va xalqaro bozorlar standartlariga moslashtirish orqali ularni tashqi iqtisodiy faoliyat jarayonlariga keng jalb etish, zamonaviy axborot texnologiyalari yutuqlaridan foydalanilgan holda kichik biznesni ma'lumotlar bilan ta'minlash sifatini oshirish hamda innovatsion marketing tadqiqotlarini olib borish kabi uslubiy yordamlar ko'rsatishda kichik biznes innovatsion faoliyatini rivojlantirishga ko'maklashuvchi infratuzilmalar faoliyatini tubdan isloh qilish lozim. Xizmat ko'rsatuvchi infratuzilmalar kichik biznes subyektlarining o'sib borayotgan talab va ehtiyojlarini to'liq qondirish orqali ularning innovatsion faoliyatini rivojlantirishni rag'batlantirishda etakchi kuchga aylanishi zarur.

Innovasion iqtisodiy rivojlanish yo'liga o'tishda kichik va xususiy tadbirkorlikning rolini oshirish quyidagi yo'nalishlar orqali amalga oshirilishi maqsadga muvofiq:

— ishlab chiqarishda innovatsiya va nanotexnologiyalarni qo'llash;

— muqobil energiya turlaridan foydalanish, ayniqsa quyosh energiyasidan foydalanish;

— farmakologiya va farmasevtika sohasi salohiyatidan foydalanish;

— ishlab chiqarishda biotexnologiyalarni qo'llash;

— kam suv talab qiladigan texnologiyalarni ishlab chiqish va amaliyotga joriy qilish;

— qishloq xo'jaligi ekinlari yangi serhosil navlarini, mahsuldor chorva mollari turlarini yaratish;

— sanoat va maishiy chiqindilarni qayta ishlash va h.k.

Agarda biz zamonaviy, ilg'or va tejamkor texologiyalardan foydalanishga hamda tovarlarning yuqori sifati va iste'mol xususiyatlarini ta'minlashga xizmat qiladigan innovatsion texnika va texnologiyalarni yaratish tizimini joriy etsak, bu sohaga yoshlarni jalb qilgan holda, aholimizning ichki ehtiyojlarini ta'minlash bilan birgalikda, eksport qilishga xizmat qiladigan raqobatbardosh, sifatli

mahsulotlarni ishlab chiqarishni yanada ko'chaytirishga erishishimiz mumkin.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini innovatsion asosda rivojlantirishda quyidagilarni hisobga olish maqsadga muvofiqdir:

Birinchidan, sanoat korxonalari xodimlarni rag'batlantirib ularni ko'proq marketing tadqiqotlarini olib borishga jalb qilish orqali, yangi innovatsion g'oyalarni ishlab chiqishga yo'naltirish;

Ikkinchidan, sanoat korxonalarida ishlayotgan yosh xodimlar tomonidan yaratilayotgan innovatsion loyihalarni amaliyotda qo'llashdan oldin korxona xududiga tegishli joylarda sinov maydonchalarini tashkil etishni yo'lga qo'yish;

Uchinchidan, kichik biznes vakillari va xususiy tadbirkorlar uchun kreditlar va ular uchun zarur resurslaridan foydalanish imkoniyatini kengaytirish va yaratilayotgan innovatsion loyihalarni kreditlash tizimini yaratish;

To'rtinchidan, viloyatlarning chekka tumanlarida ishlab chiqarishda eng muhim omil bo'lgan elektr energiyasi, tabiiy gaz, ichimlik suvi va shu kabi kommunal xizmatlar uzluksizligini taminlash bilan bog'liq bo'lgan muammolarni hal etish;

Beshinchidan, yaratilgan innovatsion mahsulotlar va mini-sexlar savdo yarmarkalarini tashkil etish;

Oltinchidan, kichik biznesning eksport salohiyatini rivojlantirish uchun zarur tashkiliy, huquqiy, moliyaviy mexanizmlarini shakllantirish va sharoitlarni yanada yaxshilash orqali kelgusida chetga xomashyo emas, balki yuqori qo'shimcha qiymatga ega tayyor mahsulotni eksport qilishga erishish.

O'zbekistonda innovatsiya faoliyatini yuqori darajada rivojlantirish va iqtisodiy samaradorligini oshirish uchun Milliy innovatsion tizim (MIT)ni to'liq shakllantirish lozim. Bunda respublikamizda innovatsion iqtisodiyotga o'tish konsepsiyasini va MITni shakllantirish strategiyasini ishlab chiqish zarur. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasining innovatsiya faoliyatini samarali rivojlantirishga qaratilgan «Innovasiya faoliyati to'g'risida«gi qonunini ishlab chiqish va qabul qilish lozim.

Xulosa o‘rnida shuni ta’kidlash lozimki, hozirgi raqobat kuchayib borayotgan sharoitda kichik biznes subyektlari o‘z faoliyatlarida doimo yangi innovatsiyalarni qo‘llamasdan, yirik korxonalar bilan hamkorlikni yaxshi yo‘lga qo‘ymasdan bozorga yangi mahsulot yoki texnologiyalarni kiritishlari mushkuldir. Bunda kichik biznes korxonasining boshqaruv faoliyatiga innovatsion menejment usul va texnologiyalarini tadbiq etish, amaldagi boshqaruv usullarini muntazam ravishda takomillashtirib borish kichik biznes subyektining kelgusidagi muvaffaqiyatini belgilab beradi.

11.2. Aholi bandligini samarali ta’minlash va farovonligini yuksaltirishning muhim omili sifatida oilaviy biznesni rivojlantirish istiqbollari

Mustaqillik yillarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni, fermerlik harakatini rivojlantirish, xususiy sektorning mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushini oshirishga qaratilgan tizimli va tadrijiy chora-tadbirlar izchil olib borilmoqda. Chunonchi, xususiy sektorning erkin va mustaqil rivojlanishini ta’minlaydigan zarur huquqiy asoslar yaratildi va ular faol takomillashtirib borilmoqda.

Bularning barchasi yurtimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va yangi bosqichga olib chiqishda zarur bo‘lgan siyosiy, iqtisodiy hamda ijtimoiy sharoit shakllangani ifodasidir. Albatta, erishilgan yutuq va natijalar ko‘lamini yanada kengaytirish, sohaga yangi huquqiy munosabatlarni joriy etishni davrning o‘zi talab qilmoqda. Davlatimiz rahbari Oliy Majlis palatalarining 2010 yil 12 noyabrda bo‘lib o‘tgan qo‘shma majlisida ilgari surgan «Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi«da ham bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni kengaytirish uchun biznesning yangi tashkiliy-huquqiy shakli sifatida oilaviy biznesni qonuniy belgilab qo‘yish vaqti keldi, deb alohida qayd etildi. Darhaqiqat, Prezidentimiz ta’kidlaganidek, yurtimizda biznesni

tashkil qilishning mazkur shakli biznesni yuritishda yuzaga kelgan milliy an'analarimizga, xo'jalik yuritish faoliyatining mavjud holatiga to'la mos keladi. Bunday biznesni tashkil qilishning qonunchilik bazasi yaratilsa, oilaviy biznesning huquqiy kafolatlarini kuchaytirish, iqtisodiyotning turli sohalarida uning jadal va keng rivojlanishi hamda yangi ish o'rinlarining ochilishiga sharoit tug'iladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov milliy qishloq xo'jaligimiz taraqqiyotining ko'p ming yillik taraqqiyot yo'li — mehnat mentalitetiga asoslanib, oilaviy tadbirkorlik, xususan oilaviy fermerlik harakatini ustuvor rivojlantirish masalasini kun tartibiga qo'ydi. Bu aslo bejiz emas. Zero, Prezidentimiz o'zining «Yuksak ma'naviyat — engilmas kuch» nomli mashhur asarida o'rinli ta'kidlaganidek: «Har qaysi millatning o'ziga xos ma'naviyatini shakllantirish va yuksaltirishda, hech shubhasiz, oilaning o'rni va ta'siri beqiyosdir. Chunki insonning eng sof va pokiza tuyg'ulari, ilk hayotiy tushuncha va tasavvurlari birinchi galda oila bag'rida shakllanadi»[1]. Bu ko'p qirrali jarayonda oilaviy mehnat an'analari alohida ahamiyat kasb etadi.

Oilaviy mehnat an'analari har bir farzandning mehnat haqidagi dastlabki tasavvurlari, kasbga bo'lgan qiziqish va intilishi, zamonaviy ilmlarni o'rganishga bo'lgan harakatini belgilanishida tarbiya o'chog'i bo'lib xizmat qiladi. Millatimizda azal-azaldan oilaviy dehqonchilik va chorvachilik mehnat madaniyati ustuvor bo'lib kelgan. Bugun shu mehnat madaniyatining yanada barqaror o'sishi va rivojlanishi uchun barcha zaruriy huquqiy, siyosiy, moddiy va ma'naviy shart-sharoitlar yaratilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlaganidek: «Bugungi kunda kichik biznes va tadbirkorlikni kengaytirish uchun biznesning yangi tashkiliy-huquqiy shakli sifatida oilaviy biznesni qonuniy belgilab qo'yish vaqti keldi». Prezidentimiz tomonidan ta'kidlab o'tilgan bu muhim xulosa mehnatni tashkil etish va boshqarishda tarix sinovlaridan juda ko'p bor o'tgan va samarali

[1] *I. A. Karimov.* Yuksak ma'naviyat — yengilmas kuch. T.: «Ma'naviyat», 2008. — 12-bet.

hisoblangan oilaviy mehnat jamoalarini nazarda tutadi. Oilaviy fermerlik — an'anaviy mehnat jamoalari ichida eng ko'p tarqalgan xo'jalik yuritish usuli hisoblanadi. Shu ma'noda «Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish Konsepsiyasi«da ko'rsatib o'tilgan oilaviy tadbirkorlikning qonunchilik bazasini yaratish to'g'risidagi taklif juda katta ahamiyat kasb etadi. Bu yo'nalishda qabul qilinadigan qonunlar oilaviy biznes va tadbirkorlikni huquqiy asoslarini tashkil qilibgina qolmay, balki hozirda bu yo'nalishda mavjud turli ma'muriy-byurokratik to'siqlar, o'rinsiz aralashuvlarga barham berib, oilaning qonun kuchiga va o'ziga bo'lgan ishonchini ortishiga olib keladi.

Oilaviy tadbirkorlik — yuridik shaxs maqomini olmagan jismoniy shaxslarning birgalikdagi tadbirkorlik faoliyati shakli bo'lib, bu faoliyat er-xotinlar tomonidan, ularga umumiy birgalikdagi mulk huquqi asosida tegishli bo'lgan umumiy mulk negizida amalga oshiriladi.

Oilaviy tadbirkorlik er bilan xotinning va ularga ko'maklashuvchi oila a'zolarining shaxsiy mehnatiga asoslanadi.

Bunda aholining ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamlariga kiruvchi oilaviy tadbirkorlik subektlariga mikrokreditlar birinchi navbatda beriladi. Bular:

— kam ta'minlangan oilalar;

— tarkibida nogironlar hamda aholining ijtimoiy himoyaga muhtoj guruhlariga kiritilgan boshqa shaxslar bo'lgan oilalar;

— tarkibida ikki va undan ortiq ishsizlar bo'lgan oilalar.

Oilaviy tadbirkorlik subektlariga mikrokreditlar O'zbekiston Respublikasi Mehnat vazirligi huzuridagi Ish bilan ta'minlash jamg'armasining kredit yo'nalishi hisobidan, 6 oygacha davom etadigan imtiyozli davr bilan, ikki yilgacha muddatga beriladi.

Oilaviy tadbirkorlik subektlariga ish bilan ta'minlash fondining kredit yo'nalishi hisobidan beriladigan mikrokreditlar eng kam ish haqi miqdorining 150 baravaridan oshmasligi kerak.

Oilaviy tadbirkorlik subektlariga mikrokreditlar imtiyozli foiz stavkasi bilan ajratiladi. Bu foiz stavkasi amaldagi Markaziy bank qayta moliyalash stavkasining 1/4 qismini tashkil etadi.

Shu kunlarda ekspert va olimlar, mutasaddi idoralar tomonidan «Oilaviy tadbirkorlik to'g'risida«gi qonun loyihasini ishlab chiqish bo'yicha bir qator ishlar amalga oshirilmoqda, bu boradagi xalqaro huquq va milliy qadriyatlarimiz, tajribalarimiz tahlil qilinmoqda. Umuman, oilaviy tadbirkorlik oila a'zolari tomonidan birgalikda boshqarish va tasarruf etish huquqi bo'yicha faoliyat yuritadigan tadbirkorlik subyektidir. Ayni paytda «Oilaviy tadbirkorlik to'g'risida»gi ishlab chiqilayotgan qonun loyihasida Fuqarolik, Mehnat kodekslari, «Bola huquqlarining kafolatlari to'g'risida«gi Qonunda belgilangan tartib-taomoyillar asosida mehnat va o'zaro mulkiy munosabatlarni aniqlashtirish zarur.

Fikrimizcha, oilaviy tadbirkorlik harakatini yanada rivojlantirishga qaratilgan qonunda quyidagi muhim jihatlarga alohida e'tibor qaratish zarur:

— oilaviy tadbirkorlikni moddiy va moliyaviy qo'llab-quvvatlash mexanizmini samarali tashkil etish va mustahkamlash, tijorat banklar bilan o'zaro hamkorlik aloqalarini har tomonlama mustahkamlash, bunga hozirda mavjud ayrim sun'iy to'siqlarga to'liq barham berish;

— har bir oilaning mehnat an'analariga katta hurmat bilan qarash, uni tiklash va rivojlantirish, mavjud ishchi kuchlaridan samarali foydalanishga erishish;

— mahalliy hokimiyat kuchi bilan oilaviy biznes yuritish uchun zaruriy moddiy va ma'naviy shart-sharoitlarni yanada kengaytirish, ularni har tomonlama qo'llab-quvvatlash asosida o'z mahsulotlari bilan ichki va tashqi bozorga erkin chiqishini ta'minlash;

— ta'lim tizimida oilaviy biznes sirlarini chuqur o'rganish va tahlil qiluvchi maxsus fanlarni kiritish, oila va ta'lim tizimini o'zaro yaqin hamkorlik aloqalarini yanada mustahkamlash;

— oilaviy biznesga xorijiy investisiyalar, ilg'or va zamonaviy minitexnologiyalarning kirib kelishiga keng yo'l ochish, chetga tayyor mahsulotni eksport qilish hajmini yanada oshirish va boshqalar.

Yuqoridagi takliflar asosida yangi qonun loyihasini ishlab chiqishda mahalliy kengash deputatlarining o'rni va roli juda katta.

Bu birinchi navbatda ularning kundalik foliyatida oilaviy tadbirkorlik subyektlari bilan bir safda turib mehnat qilayotganligi, ular faoliyatiga doir barcha muammolarni yaxshi bilishlari bilan bog'liq.

Bugungi kunda oilaviy tadbirkorlikka bandlikni ta'minlash, aholi farovonligini yuksaltirishning eng muhim omillaridan biri sifatida qaralmoqda. Uni iqtisodiyotning tayanchi va harakatlantiruvchi kuchi sifatida e'tirof etishlarining boisi ham, aslida, mana shunda. Oilaviy biznesning o'ziga xosligi shundaki, u ko'p asrlik oilaviy an'analar, qadriyatlar bilan uyg'un rivojlanadi. Misol uchun, Buyuk Britaniyadagi oilaviy biznes korxonalarining to'rtdan bir qismi qariyb to'rtta avloddan beri o'tib kelar ekan. Shvesiyada mehnat bilan band aholining 61 foizi oilaviy tadbirkorlik sohasida ishlayotgani ham uning nechog'li katta ahamiyatga ega ekanligidan dalolatdir.

Xalqaro oilaviy tadbirkorlik tadqiqotlari akademiyasining o'rganishicha, bugungi kunda rivojlanayotgan davlatlar iqtisodiyotida oilaviy biznes izchil taraqqiy etib bormoqda. Chunonchi, ko'plab rivojlanayotgan davlatlarda yalpi ichki mahsulot tarkibida oilaviy biznesning ulushi 55 foizgacha etar ekan. Bularning barchasi yurtimizda ham oilaviy tadbirkorlikning huquqiy asoslarini yaratish ayni zarurat ekanligini ko'rsatadi. Zero, biznesning mazkur tarmog'ini rivojlantirish uchun mamlakatimizda barcha shart-sharoit, tajribalar mavjud. Avvalo, joylarda oilaviy sulolalar tomonidan uzoq yillar davomida shug'ullanib kelinayotgan oilaviy kasb-korlar, ya'ni kosiblik, duradgorlik, novvoylik, asalarichilik, baliqchilik, chorvachilik, dehqonchilik, pillachilik, bog'dorchilik, uzumchilik, hunarmandchilik, miskarlik, ko'nchilik, zargarlik, naqqoshlik, kulollik, yog'och o'ymakorligi, pichoqchilik, to'qimachilik, po'stindo'zlik singari yo'nalishlarda oilaviy biznes subyektlarini tashkil etish va rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Shu bilan bir qatorda, aholiga maishiy xizmat ko'rsatishda ham oilaviy tadbirkorlik subyektlarini yo'lga qo'yish ayni muddaodir.

Albatta, respublikamizda oilaviy yangi qonun loyihasini tayyorlashda aynan oilaviy biznesning o'ziga xos jihatlaridan kelib chiqib, bir qator masalalarga e'tibor qaratish lozim.

Avvalo, oilaviy tadbirkorlik subyekti sifatida ro'yxatdan o'tishi mumkin bo'lgan faoliyat turlarini aniq belgilash, bunday tuzilmalarni davlat ro'yxatidan o'tkazishda byurokratik to'siqlarning oldini oladigan tartiblarni joriy etish, huquqiy maqomini aniqlashtirish talab etiladi. Bunda, ayniqsa, davlatimiz rahbari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini tashkil etish tartibini takomillashtirish bo'yicha ko'rilayotgan chora-tadbirlarga suyanish, ayni paytda xalqaro tajribaning ilg'or yutuqlaridan foydalanish zarur.

Shu bilan birga, oilaviy tadbirkorlik subyektlarining huquq va majburiyatlarini, ayni chog'da oila a'zolarining ushbu tadbirkorlik subyekti faoliyati doirasidagi munosabatlarini aniqlashtirish zarur. Bunda oila a'zolari quyidagi huquqlarga ega: korxona boshqaruvida, qarorlar qabul qilishda, moliyaviy-xo'jalik faoliyatini nazorat qilishda qatnashish; bir-birining huquqlarini qisman yoki to'liq ifoda etish; korxona nizomida belgilangan tartibda ko'rilgan daromaddan ulush olish; ayni paytda oilaviy korxona tarkibidan chiqayotganda korxona nizomida ko'rsatilgan tartibda kompensasiya olish; ijtimoiy sug'urta qilinish va ish davrlarini qonun hujjatlarida belgilangan tartibda mehnat stajiga kiritish; amalga oshirilayotgan faoliyat turiga muvofiq bo'lgan buyumlar yoki tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish, shuningdek, ularni mustaqil ravishda yoki qonun hujjatlarida belgilangan tartibda boshqacha tarzda sotish; amalga oshirilayotgan faoliyatdan olingan daromadni barcha soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langandan keyin, qonun hujjatlarida belgilangan tartibda tasarruf etish; O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida belgilangan tartibda boshqa imtiyoz va huquqlardan foydalanishi mumkin.

Oilaviy korxona mulkdorlari ayni paytda oilaviy tadbirkorlik subyekti faoliyatida shaxsiy mehnati bilan qatnashishi lozim, ya'ni oilaviy tadbirkorlikni amalga oshirishda vaqtinchalik ishlarni bajarish uchun oila a'zolari hisoblanmaydigan fuqarolar jalb etilmasligi kerak. Korxonaning mulkiy majburiyatlari, chunonchi, to'lov qobiliyati yo'qolgan hollarda o'z shaxsiy mulki bilan yakdil javobgar bo'lish majburiyatiga ega bo'lmog'i lozim. Shuningdek,

oilaviy tadbirkorlikda ishlovchi xodimlar, ya'ni oila a'zolari doimiy ishlovchi xodim sifatida e'tirof etilib, mehnat daftarchasi yuritilishi kerak.

Hozirgi paytda oilalar daromadining to'rtdan bir qismi tadbirkorlik evaziga paydo bo'lmoqda. Kelajakda oila ehtiyojining 50 foizini shu yo'l bilan qoplanishiga erishish lozim. Bu respublikamiz uchun o'ta muhimdir. Chunki, Evropa mamlkkatlarida bir ishlovchiga 0,7 kishi mehnat yoshiga etmagan bolalar va nafaqadagi qariyalar to'g'ri kelsa, bu ko'rsatkich respublikamizda 2,7 kishini tashkil qiladi. Tabiiyki, bunday sharoitda faqat oylik maosh bilan oilaning ehtiyojini to'liq ta'minlab bo'lmaydi. Shu tufayli, kelajakda har bir oilaning farovonligini ta'minlash uchun oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish maqsadga muvofiqdir.

Oilaviy tadbirkorlikning asosiy yo'nalishlariga kichik biznes, *shahsiy tadbirkorlik, fermer xo'jaliklari, dehqon xo'jaliklari* kabi oilaviy mulkka asoslangan faoliyat turlari kiradi. Oilaviy tadbirkorlar mulkning asosiy qismi mamlakatimizda davlat mulkini xususiylashtirish evaziga shakllandi.

Mamlakatimizda mulkdorlar sinfi shakllanmoqda, kichik biznesga asoslangan oilaviy tadbirkorlikning rivojlantirish uchun tegishli sharoitlar, ularni iqtisodiy asoslari yaratilmoqda. Endigi eng muhim vazifa ko'chmas mulk obyektlari davlatniki bo'ladimi, nodavlat bo'ladimi, ularning samarali ishlashini ta'minlab, mamlakatimiz iqtisodiyotining rivojlanishini jadallashtirishdan iboratdir.

Mulkning samarali ishlashini ta'minlash davlatga ham, mulkdorga ham manfaat keltiradi. Agar obyekt davlat tasarrufida bo'lsayu, hech faoliyat ko'rsatmasa, buning foydasidan ko'ra zarari ko'p. Shu tufayli, uni arzonlashtirilgan qiymatda bo'lsada, sotish afzalligi lozim degan xulosaga kelindi. Bunday usul amaliyotda ham joriy qilindi.

Ishlatilmay, foydalanilmay turgan mulkning ishlatilishi jamiyat uchun juda katta manfaat keltiradi. Birinchidan, yangi ish o'rinlari yaratiladi, ikkinchidan, mamlakatimiz bozori uchun mahsulot (xizmat) ishlab chiqariladi va uchinchidan, bu faoliyat natijasida

davlat byudjetiga soliq to'lash yo'li bilan davlatning iqtisodiy qudrati oshishiga ulush qo'shiladi.

Oilaviy tadbirkorlikning muhim yo'nalishlaridan biri oilalarning shaxsiy tomorqasida faoliyat ko'rsatishidir. Bu ham Vazirlar Mahkamasining 1994-yil 29 noyabrda qabul qilingan «Erdan foydalanish samaradorligini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida«gi qarori bilan tartibga solinadi. Ushbu qarorga asosan, mamlakatimizda er maydoni uy-joy qurilish, erga umrbod egalik qilish va meros qilib qoldirish huquqi bilan kim oshdi savdosi orqali sotish ko'zda tutilgan. Bu tadbir aholining yashashi bilan birga tadbirkorlik bilan shug'ullanish imkonini ham beradi. Shu tufayli, bu masala mamlakatimizda o'z rivojini topmoqda. Ko'rinib turibdiki, bu tadbir ham mulkdorlar sinfini va tadbirkorlar doirasini kengaytirish yo'llaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda.

Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish bozor munosabatlari sharoitida muhim ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega. Bu eng avvalo, oilalar farovonligini oshirishning muhim omilidir. Zero, ish haqi, o'rtacha daromad kabi ko'rsatkichlar bozor munosabatlari sharoitida o'zining yashovchanlik mohiyatini yo'qotdi.

Mamlaktimiz taraqqiyotini pirovard maqsadi ozod va obod Vatan, erkin va farovon hayot kechirishga qaratilgan ekan, demak, iqtisodiy ko'rsatkichlar faqat o'rtacha ish haqi yoki boshqa o'rtacha ko'rsatkichlar bilan emas, balki har bir shaxs, fuqaroning farovonligi bilan belgilanadi.

Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishni yana bir omili ulardan olingan soliqlar yukini kamaytirishdir. Bu oilaning o'z mablag'lari bilan ishlab chiqarish yoki boshqa faoliyat turlarini kengaytirish imkonini beradi. Soliq yukini kamaytirish hozirgi paytda juda muhimdir. Chunki, juda ko'p oilalar hali tadbirkorlikka qo'l urgan emas, qo'l urganlar esa, shu jarayonga ko'nikma hosil qilmagan. Bu holat, albatta oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishga salbiy ta'sir qiladi. Shu tufayli, oilaviy tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi shaxslarga soliq solish bazasini qisqartirish, stavkasini pasaytirish, byudjetdan tashqari jamg'armalarga to'lanadigan majburiy ajratmalarni kamaytirish lozim.

Ushbu holatlardan shunday xulosa qilish lozimki, jamiyatda tadbirkorlar sonini butun aholiga nisbatan emas, balki oilalar soniga nisbatan olish lozim. Har bir oilada tadbirkor bo'lishiga erishsakgina butun aholining farovonligini ta'minlashga muvaffaq bo'lamiz.

Ishsizlik va oila bir-biri bilan bevosita bog'liq. Ishsiz u qayerdandir kelgan emas yoki jamiyatdan ajralib qolgan shaxs ham emas. Ishsiz bu ham oilamiz a'zosi. Oiladan bir kishi juda serdaromad ishda ishlasa, shu oila farovon, agar u ishsiz qolsa, shu oila kambag'allikka mahkum qilingan bo'ladi. Shu tufayli har bir oilada shunday ruhiyat shakllanishi kerakki, unda ishsiz odam bo'lmasligi kerak.

Hozirgi paytda qishloqlarda ham biznes bilan shug'ullanish uchun sharoit etarli. Zero, uning qonuniy asosi yaratildi, tegishli me'yoriy hujjatlar ham ishlab chiqildi.

Hozirgi paytda oilaviy biznesni rivojlantirish uchun uning qonuniy asoslari bilvosita yaratildi. Bularga «Tadbirkorlik faoliyatini erkinliklarining kafolatlari to'g'risida», «Fermer xo'jaliklari to'g'risida», «Dehqon xo'jaliklari to'g'risida» kabi qonunlarni kiritish mumkin. Ammo, hozirgi iqtisodiy muhit alohida «Oila tadbirkorligi va uni qo'llab - quvvatlash to'g'risida«gi *qonunni qabul qilishni* taqozo qiladi. Bunday qonunni yaratilishi tabiiyki, islohotlar jadallashishida, eng muhim, oilalarning farovonligini oshishida asosiy omil bo'lib hizmat qiladi.

Agar nazariy jihatdan qaraydigan bo'lsak, kichik biznes rivoj topgan joyda ishsizlik muammosi bo'lishi mumkin emas. Chunki, odam ishsiz bo'lsa, o'ziga ish topishi, o'zining tadbirkorlik faoliyatini yuritishi uchun tegishli sharoit yaratilishiga intiladi. Bu eng avvalo, oilaviy biznesda namoyon bo'ladi.

Ishsizlik va oilaviy tadbirkorlik bir-biri bilan uzviy bog'liqdir. Ishsizlikning mavjudligi ishsiz uchun salbiy holat bo'lsada, jamiyat ravnaqi uchun ma'lum ma'noda ijobiy omildir. Chunki, bu birinchidan, ishsiz aholi hamisha yangi ishni, faoliyatni boshlash uchun zahirada turadi. Ikkinchidan, ishdagi kishining ishsiz bo'lib qolish ehtimolining mavjudligi uni tartib-intizomga qattiq rioya qilishga, o'z malakasini doimiy ravishda oshirib borishga undaydi.

Uchinchidan, ishsizlikni paydo bo'lishi kasaba uyushmalarini faoliyatini faollashtiradi, ularning ishchilar ahvolini yaxshilash borasida ish haqini, uni moddiy va ma'naviy rag'batlantirish bo'yicha turli takliflarning ishlab chiqilishiga va erishishiga sabab bo'ladi. To'rtinchidan, ishsiz bo'lib qolish ehtimolidan qo'rqish oqibatida ularning jonbozlik bilan ishlashi natijasida mamlakatda iqtisodiy o'sishga erishiladi. Bu esa, har bir oilada oila a'zolarining o'z ustidan ishlashiga asos bo'ladi.

Ishsizlik oila va jamiyat uchun salbiy oqibatlar keltiradi. Birinchidan, ishsiz mamlakat milliy daromadi yaratilishida va oila farovonligi oshirilishida ishtirok etmaydi. Ikkinchidan, hodim uzoq vaqt ishsiz bo'lsa, oldingi malakasi va tajribasi susayadi. Agar shu malaka bo'yicha ish topmasa, boshqa kasbni egallashga oilaning ancha mablag'i va vaqti ketadi. Uchinchidan, ishsiz kishi ruhiy jihatdan tushkunlikka tushadi. Buni yaxshilashda oilaning roli katta. Bundaylarni oilada ma'naviy qo'llab - quvvatlashga to'g'ri keladi.

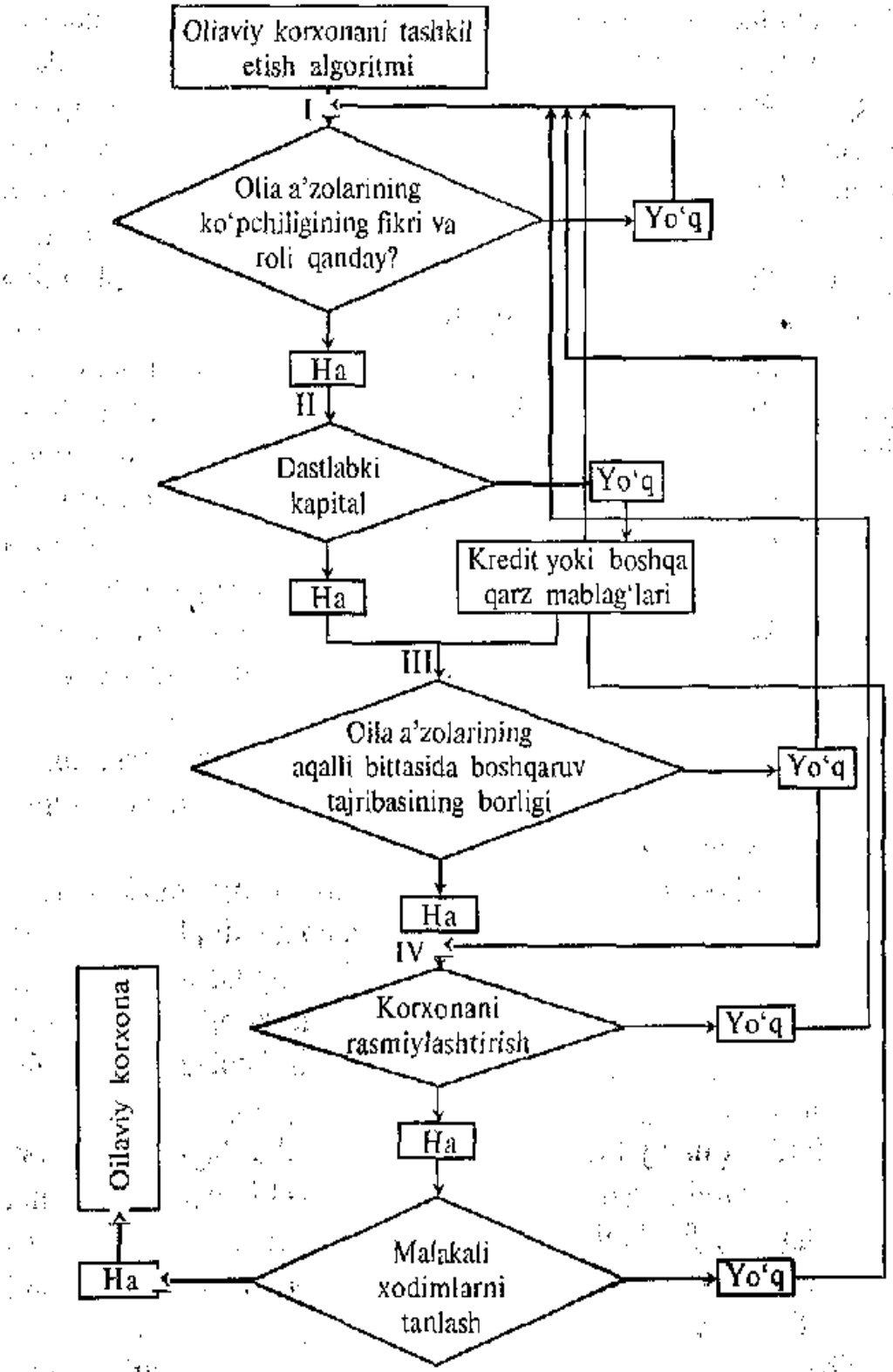
Shu tufayli, oila tadbirkorligini rivojlantirish bugungi kunda mamlakatimiz uchun o'ta muhim tadbir ekanligini idrok qilishimiz va unga tegishli e'tibor qaratishimiz lozim.

Oilaviy korxonani ochish - murakkab, ko'p darajali jarayon bo'lib, bir qator shartlarni bajarilishini talab qiladi (11.2.1-rasm).

Haqiqatda oilaviy korxona deb mulkning asosiy qismi yoki boshqaruv oila a'zolarining qo'lida bo'lgan va oila a'zolarining bir qismi bevosita mazkur korxona ishlovchi istalgan korxonaga aytiladi.

Odatda, oilaviy biznesning shakllari shahardagi oilaviy korxonalarni hamda qishloqda faoliyat yurituvchi dehqon, fermer xo'jaliklarining farqlanishini taqozo etadi. Chunki ularning faoliyat ko'rsatish shart-sharoitlari, ish boshlash talablari bir-biridan tubdan farq qiladi.

Shahar joylarida oilaviy tadbirkorlik yirik va o'rta biznes uchun xos bo'lmagan sohalarda o'z o'rnini topishga intiladi. Bular mayda ulgurji va chakana savdo, maishiy xizmat ko'rsatish, restoran biznesi, choyxona va oshxonalar, kafe va barlar, aholiga transport



11.2.1-rasm. **Oilaviy korxonani tashkil etish algoritmi[1].**

[1] *S.K. Salayev, N.B. Fayzullayev, B.U. Tadjiyev.* O'zbekistonda oilaviy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish yo'nalishlari. — T.: «Fan va texnologiya», 2011. — 21-bet.

xizmati ko‘rsatish, ta’mirlash va qurilish, buxgalterlik ishlari va audit kabilardir.

Oilaviy tadbirkorlikda alohida o‘rinni bir necha avlodlar almashinuvi davomida aksiyalarning nazorat paketlari bitta oila qo‘lida bo‘lgan yirik korporasiyalar, aksiyadorlik jamiyatlar, «moliyaviy imperiyalar» tutadi.

O‘zbekiston Respublikasida oilaviy tadbirkorlikning dinamik rivojlanishi ularning taraqqiyoti uchun muhim bo‘lgan rivojlangan davlatlardagi kabi institusional shart-sharoitlarni yaratishga qaratilgan chora-tadbirlarni amalga oshirishni taqozo etadi. G‘arb tadqiqotchilarining ma’lumotlariga ko‘ra, oilaviy tadbirkorlik subyektlari umumiy kichik korxonalarning 68 foizini tashkil etadi[1].

Oilaviy tadbirkorlik kichik biznesning o‘ziga xos tashkiliy-huquqiy shakli sifatida mamlakat iqtisodiyotidagi ahamiyati katta bo‘lib, u bir qator afzalliklarga ega:

1. Moslashuvchanlik va innovatsiyalarning yuqori darajasi, o‘zgaruvchan bozor talablariga tez moslashish qobiliyati;

2. Oila institutini mustahkamlash kabi muhim ijtimoiy vazifani bajaradi, bolalarni muvaffaqiyatli tarbiyalashga imkon bergani holda, ularni ijtimoiylashtirishga hamda demografik muammolarni hal qilishga imkon beradi;

3. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga bo‘lgan yuqori intilish darajasini ta’minlaydi;

4. Iqtisodiyotning barqaror rivojlanishining zaruriy sharti bo‘lgan fuqarolarning tadbirkorlik nuqtai nazaridan o‘z-o‘zini ro‘yobga chiqarishga imkon beradi.

5. Jamiyatda ijtimoiy-iqtisodiy holatning barqarorlashuviga imkon beradi.

Bir necha yuz yillar davomida shakllangan g‘arb mamlakatlarida tadbirkorlikning rivojlanishi tarixi ko‘rsatishicha, tadbirkorlik oilani mustahkamlanishiga imkon beradi, oila ichidagi ziddiyatlar miqdorini kamaytiradi va maishiy muammolarni echish imkoniyatlarini oshiradi.

---

[1] Дсловая Москва. 2006. №25. (16). С11.

Oilaviy biznes uchun moslashuvchanlik va barqarorlik xos bo'lib, barqaror oilaviy aloqalar oilaviy korxona biznes-tuzilmasida o'z ifodasini topadi va bu esa iqtisodiy faoliyat yuritish tavakkalchiligini pasaytiradi, uning barcha a'zolar rag'batlantirish darajasini oshiradi.

Qarindoshlar ishlaydigan firma bolalarni, oilaning keksa a'zolarini, jismoniy imkoniyati cheklangan kishilarni ishga joylashtirishga imkon beradi. Ularning oila ishida to'la-to'kis qatnashish bola va o'smirlarni ijtimoiylashtirish, ularni kelgusi mehnat faoliyatiga moslashtirish imkonini beradi.

Xo'jalik yuritishning kichik shakli sifatida oilaviy korxonalar yirik va o'rta firmalarning yanada samarali faoliyat yuritishiga yordam beradi. Odatda, oilaviy korxonalar mahalliy xom ashyoda mahalliy bozor uchun ishlagani holda, mintaqaviy bozorni rivojlantirish, takomillashtirishni uncha katta bo'lmagan doimiy buyurtmalar bilan ta'minlashga xizmat qiladi.

Bundan tashqari, oilaviy tadbirkorlikni rivojlanishi ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy barqarorlikning omillaridan biri bo'lgan, «o'rta sinfni» o'sishining asosi bo'lib xizmat qiladi.

Shunday qilib, oilaviy tadbirkorlik zamonaviy O'zbekiston iqtisodiyotida quyidagi **iqtisodiy vazifalarni** bajaradi:

1. Oilaviy biznes - jamiyatning siyosiy barqarorligi va demokratik rivojlanishning kafolati bo'lgan o'rta sinf shakllanishining asosi hisoblanadi.

2. Oilaviy biznes vakillari nafaqat o'z-o'zining samarali bandligini ta'minlaydi, balki yangi ish o'rinlarini ham tashkil etadi.

3. Rivojlangan oilaviy biznes iste'molchilar va bozorning tez o'zgaruvchan talablariga muvofiq holda tovar va xizmatlar ishlab chiqarib, iste'molchilarning asosiy qismiga xizmat ko'rsatadi.

4. Kichik tadbirkorlik sektori innovatsion xarakterga ega bo'lib, tavakkalchilikka asoslangan yangi mahsulot va xizmatlarni tez, qulay va oson o'zlashtiradi.

5. Kichik biznes shaxsning ichki salohiyatini ochishga, mehnat faoliyatida o'z-o'zini namoyon qilishga imkon beradi.

6. Oilaviy tadbirkorlikning ommaviy rivojlanishi jamiyat ruhiyatining o'zgarishiga va aholining aksariyat qismi qadriyatlari

yo‘nalishini yangi ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarga moslashtirishga imkon beradi.

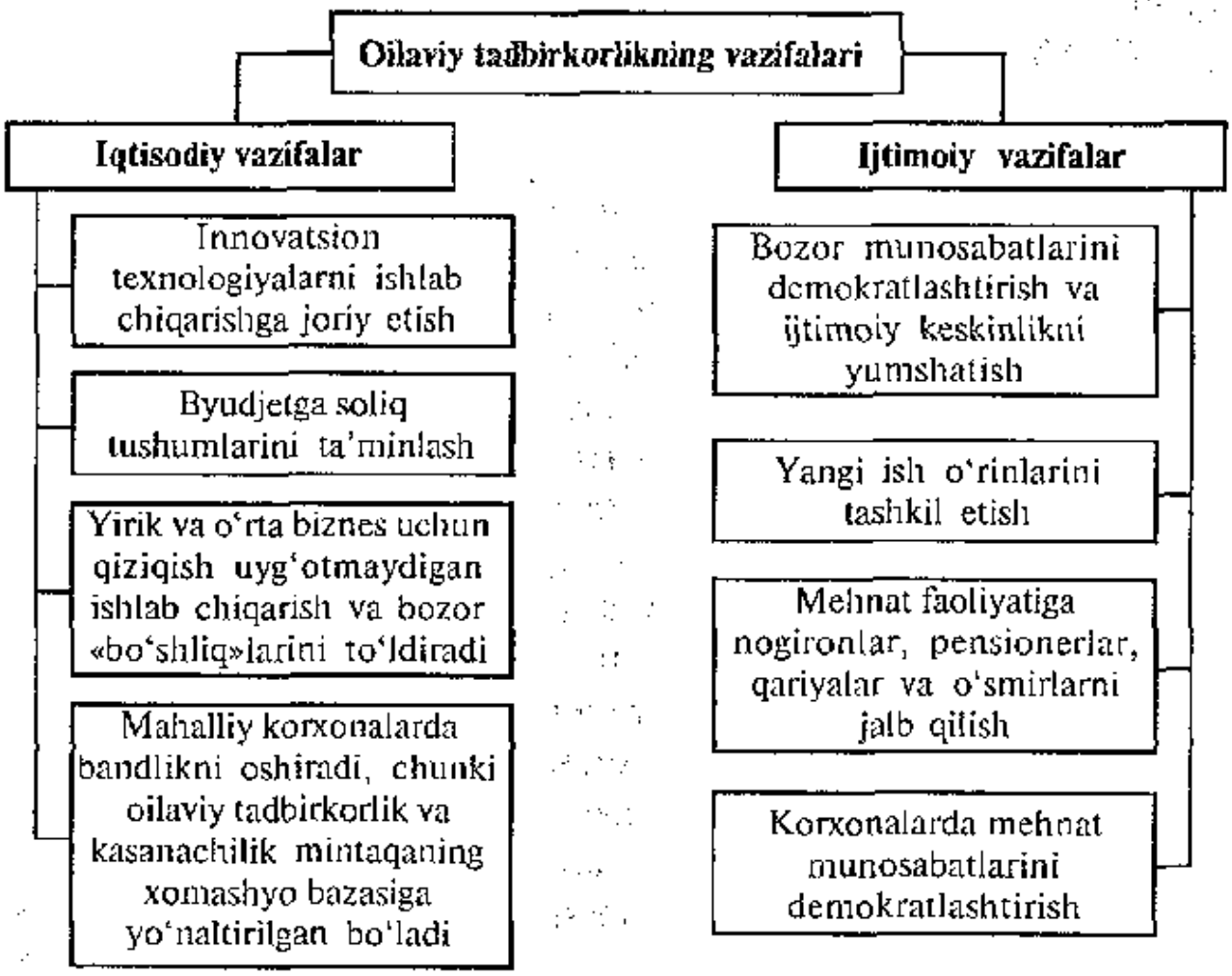
7. Dastlabki bilim, malaka va ko‘nikmalarni amalga oshirish, sinab ko‘rish uchun faoliyat maydoni, «poligon» vazifasini bajaradi.

8. Iste’molchilar bilan bevosita mustahkam aloqalar o‘rnatishga imkon beradi.

9. Maxalliy shart-sharoitlarga tez va oson moslashgani holda, operasion xarajatlari kam bo‘ladi.

10. Oilaviy tadbirkorlikda boshqarish oddiy bo‘ladi va kapital qo‘yilmalar tez qoplanadi va h.k.

Shunday qilib, oilaviy tadbirkorlikning asosiy vazifalarini quyidagicha ifodalashimiz mumkin (11.2.2-rasm).



11.2.2-rasm. **Oilaviy tadbirkorlikning vazifalari**[1].

[1] *S.K. Salayev, N.B. Fayzullayev, B.U. Tadjiyev.* O‘zbekistonda oilaviy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish yo‘nalishlari. — T.: «Fan va texnologiya», 2011. — 25-bet.

Shuningdek, oilaviy tadbirkorlikning iqtisodiy vazifalaridan tashqari ijtimoiy vazifalari ham mavjud. Xususan:

1) Ijtimoiy keskinlikni yumshatadi va bozor munosabatlarini demokratlashtiradi.

2) Yirik biznesdagiga nisbatan ish o'rinlarini yaratish qariyb o'n marta arzon bo'lganligidan kambag'allikka qarshi kurash va ishsizlik darajasini kamaytirish maqsadida yangi ish o'rinlari manbai hisoblanadi.

3) Oilaviy tadbirkorlikning muhim roli — bu ish beruvchilarning ko'pgina toifalari tomonidan ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonida kam foydalaniladigan pensioner, talaba va o'quvchi, nogironlar kabi mehnat resurslarini mehnat faoliyatiga faol jalb qiladi.

4) Oilaviy tadbirkorlik ijtimoiy-mehnat munosabatlari sohasida demokratiyani kengaytirishga imkon beradi. Iqtisodiy faoliyatda tadbirkor yoki yollanma ishchi maqomini tanlashga imkon beradi.

Islohotlarning muvaffaqiyatli amalga oshirilishi ko'pincha, fuqarolarning jamiyatda amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning yo'nalishlari, me'yorlari va qadriyatlar haqidagi tasavvurlariga bog'liq.

Ma'lumki, har qanday mamlakat fuqarolarining mentaliteti tadbirkorlik munosabatlariga ham bevosita ta'sir ko'rsatadi. Oilaviy tadbirkorlik rivojlanishiga mentalitetning ta'sirini o'rganar ekanmiz, O'zbekistonda uning quyidagicha namoyon bo'lishiga amin bo'lamiz:

1. Milliy mentalitet oilaviy korxonaning tashqi institusional muhitiga jiddiy shakllantiruvchi ta'sir ko'rsatadi.

2. Oilaviy biznes korxonalarida mehnat munosabatlari oilaviy munosabatlarda «rollarning» qanday taqsimlanishi haqidagi an'anaviy qarashlar asosida quriladi.

Mentalitetning ta'siri oilaviy korxonada ichki mehnat munosabatlarini qurishda ham o'z ta'sirini ko'rsatadi. O'zbekiston iqtisodiyotida zamonaviy oilaviy tadbirkorlik korxonasini odatda erkak kishi (oila boshlig'i) boshqaradi va moliyaviy hisob, nazorat ayol kishi tomonidan boshqariladi.

Respublikamizda oilaviy biznes uchun xos bo'lmagan xususiyatlarga quyidagilarni kiritishimiz mumkin: qarindoshlar o'rtasida

iqtisodiy munosabatlarni huquqiy mustahkamlanganligi, lavozim (tadbirkorlik) majburiyatlari bilan oilaviy majburiyatlar o'rtasidagi «chegara«ning aniq qo'yilganligi, ayollarning biznesga aralashuv darajasining yuqoriligi.

O'zbekiston Respublikasida oila institutining holati, bugungi kunda uning rivojlanishida hal qilinishi lozim bo'lgan ijtimoiy-iqtisodiy va ahloqiy-ruhiy nuqsonlar borligidan dalolat beradi. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining ma'lumotlariga ko'ra, 2010-yilda respublikamizda 285,4 mingta nikohga qariyb 19,0 mingta ajralishlar to'g'ri kelgan, ya'ni 6,5 foiz oilalar barbod bo'lgan[1]. Albatta, bu ko'rsatkich boshqa mamlakatlardagiga qaraganda ancha kam hisoblanadi va respublikamizda oila institutining nisbatan mustahkamligidan darak beradi. Chunki, Rossiya Federasiyasida 2003-yilda 1091,8 ming nikohga 798,8 ming ajralish to'g'ri kelgan yoki mazkur mamlakatdagi 73,1 foiz oilalar barbod bo'lgan[2].

Bu esa istiqbolda jamiyatning muhim bo'g'ini bo'lgan oila institutini rivojlantirishda mahalla fuqarolar yig'ini, «Oila» respublika ilmiy-amaliy markazi kabi jamoatchilik tashkilotlari rivojlanishini yanada kuchaytirishni taqozo etadi.

BMT ma'lumotlariga ko'ra, kichik korxona, mikrofirma va oilaviy tadbirkorlik subyektlari dunyoning 50 foiz mehnatga layoqatli aholisi uchun asosiy ish beruvchi hisoblanadi, masalan AQShda kichik korxonalar 60 foiz yangi ish o'rinlarini yaratadi. Respublikamizda ham bu ko'rsatkich 2010 yil yakunlariga ko'ra qariyb 50 foizdan ortiq ish o'rin KBXT subyektlari tomonidan yaratilgan. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida ham ishsizlik muammosi ko'pgina rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarda KBXT subyektlari tomonidan echilgan.

BMT va Xalqaro Mehnat Tashkiloti (XMT) kabi xalqaro tashkilotlar tomonidan kichik, shu jumladan, oilaviy tadbirkorlik kambag'allikka qarshi kurashning strategik yo'nalishlaridan biri sifatida qaraladi. 2003-yilda bo'lib o'tgan XMT ning 91-sessiyasida

[1] O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari.
[2] Российский статистический ежегодник. 2004. С. 123.

Xalqaro mehnat byurosi bosh direktorining ma'ruzasida «Mehnat qashshoqlikka qarshi kurash vositasi», tadbirkorlik kambag'allikni engishning muhim vositasi, ijtimoiy keskinlikni yumshatishning asosiy quroli sifatida qaraladi[1].

XMT ning 91-sessiyasidagi yuqoridagi nomi tilga olingan ma'ruzada keltirilgan takliflarni respublikamiz amaliyotiga moslagan holda, bir qator ijtimoiy muammolarni keskinligini kamaytirishga imkon beruvchi, oilaviy tadbirkorlikning raqobatbardoshligini qo'llab-quvvatlovchi quyidagi taklif va tavsiyalarni berish mumkin:

— mahalliy ishlab chiqaruvchilar raqobat afzalliklarini oshirish, davlat va munisipial mulkdan foydalanish bo'yicha imtiyozlar berish, ish beruvchi tadbirkorlar uchun soliq preferensiyalarini taqdim etish, kreditlashning imtiyozli shartlari, kredit oluvchilarning xarajatlarining bir qismini subsidiyalash va h.k.

— ommaviy axborot vositalarini tadbirkorlik tashabbuslarini rivojlanish muammosiga yanada kengroq jalb qilish, tadbirkorlikning ijobiy qiyofasini, oilaviy tadbirkorlikning jamiyat va davlatning rivojidagi tutgan o'rnini yoritishga bag'ishlangan ijtimoiy reklama roliklarini kuchaytirish, «o'z kelajagingni o'zing qur» ruknida tele va radioeshittirishlarni ko'paytirish, tadbirkorlik tashabbuslarini OAVda ommaviy targ'ib qilish;

— mintaqalar aholisi uchun o'z xususiy biznesini yuritish masalalari bo'yicha doimiy «ishonch telefonlari«ni tashkil qilish.

Xulosa qilib aytganda, respublikamizda oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirilishi bir qator vazifalarni hal etishda qo'l keladi. Xususan, mamlakatimizda amalga oshirilayotgan bozor iqtisodiyoti islohotlari sharoitida mulkdorlar sinfining kengayishiga qulay shart-sharoit yaratadi. Shuningdek, aholi bandligini ta'minlash va farovonligini yuksaltirishdek zalvorli yumushlarni oddiy mexanizmlar asosida hal etish mumkin bo'ladi. Qolaversa, uzoq yillik qadriyatlarimiz, milliy an'analarimizning ham izchil rivojlanishini ta'minlaydi.

---

[1] «Mehnat qashshoqlikka qarshi kurash vositasi sifatida» nomli xalqaro mehnat byurosi Direktorining 2003-yildagi ma'ruzasi // www.iCo.ru.

11.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyot tarmoklarida rivojlantirish masalalari

Respublikamizning iqtisodiy taraqqiyoti, iqtisodiy mustaqilligi, xalqining faravon turmush darajasi, qolaversa mehnat resurslarining ish bilan bandlik darajasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivoji bilan bog'liqdir. Bu holat esa korxonalarning iqtisodiy erkinligini rag'batlantirish darajasining rivojlanishi bilan tavsiflanadi.

Istiqbolda iqtisodiyot tarmoqlarida ham o'zgarishlar yuzaga keladi. Bu holat ham kichik tadbirkorlikning rivojlanishi asosida ro'y beradi.

11.3.1-jadval

Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha mahsulot (ishlar, xizmatlar) hajmida kichik biznes va tadbirkorlikning ulushi (foiz hisobida)

Tarmoqlar	Jami	Kichik tadbirkorlikning umumiy ishlab chiqarishdagi hajmi		
		2000 y.	2005 y.	2010 y.
Sanoat	100	11,3	9,8	19,6
Qishloq xo'jaligi	100	72,4	84,7	99,4
Qurilish	100	36,8	49,4	54,8
Savdo	100	45,9	44,0	50,5
Pullik xizmat	100	37,9	52,0	47,7

Umumiy sanoat mahsulotini ishlab chiqarishda istiqbolda o'zgarishlar sanoat sohasiga talab natijasida sodir bo'ladi, shuningdek qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlovchi kichik korxonalarning rivojlanish hisobiga bu soha yanada yuksaladi. Savdo aylanmasining to'liq muvofiqlashuvi natijasida bu sohada ko'rsatkich ulushi pasayishi sodir bo'ladi.

Hududlarning mashinasozlik va metallga ishlov berish, engil sanoat, ayniqsa, trikotaj, tikuvchilik buyumlari tayyor mahsulot ishlab chiqarishga ixtisoslashgan sohalarida kichik biznesning o'rni va ulushi etarli darajada emas. Vaholanki barcha sohada ishlab chiqarish faolligi tenglashsa , ijobiy natijalarga erishamiz.

Respublikamizda kichik korxonalar tomonidan tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishning o'sishini yaratilgan imkoniyatlardan faollik bilan foydalanish evaziga ta'minlash mumkin. Bizning hisoblarimizga ko'ra, 2015-yilga borib, respublika bo'yicha kichik biznesning ishlab chiqarilgan YaIM hajmidagi ulushini 61,1 foizga etkazish, kichik tadbirkorlik korxonalarining yillik mahsulot ishlab chiqarishining o'sishi 2,5 foizdan kam bo'lmagan holatdagina amalga oshadi.

Buning uchun hududlardagi kichik tadbirkorlik korxonalarning respublika bo'yicha ishlab chiqarilgan YaIM dagi ulushi istiqbolda qo'yidagi holatda o'sib borishiga erishish zarur (inersion tarzda).

11.3.2-jadval

Respublika YaIMda hududlardagi kichik korxonalarning yalpi hududiy mahsulotdagi ulushining istiqbolda o'sib borishi*

Respublika hududlari	2000 y.	2005 y.	2010 y.	2015 y.	2015-yil 2005 yilga nisbatan foiz hisobida
O'zbekiston Respublikasi	31,0	38,2	52,1	66,1	173,0
Qoraqalpog'iston Respublikasi	26,9	48,9	57,9	66,9	136,8
viloyatlar					
Andijon	32,9	38,7	49,9	61,1	157,8
Buxoro	33,0	44,4	51,1	57,8	130,1
Jizzax	37,1	64,4	73,0	79,8	123,9
Qashqadaryo	25,8	38,4	45,8	58,4	152,0
Navoiy	21,5	20,9	33,5	46,1	220,0
Namangan	33,4	51,4	75,4	81,4	158,3
Samarqand	44,3	54,5	68,3	78,9	144,7
Surxondaryo	39,1	45,9	64,8	81,7	177,9
Sirdaryo	38,9	58,8	72,5	80,6	137,0
Toshkent	34,0	36,3	45,6	54,9	151,2
Farg'ona	32,0	43,9	64,7	82,3	187,4
Xorazm	34,2	54,2	78,3	81,9	151,1
Toshkent sh.	41,5	54,3	70,2	79,1	145,6

* O'zbekiston Respublikasining statistik axborotnomasi asosida hisoblandi.

Albatta bu ko‘rsatkich rivojlangan davlatlarda, masalan AQSh da 75-82 foizni, Yaponiyada 81 foizni, Italiyada 74 foizni tashkil etadi. Respublikamiz kichik biznesning bunday ko‘rsatkichlarga erishishi tadbirkorlik faolligi orqali amalga oshadi. Istiqbolda kutiladigan natijalar asosan kichik tadbirkorlikning faol rivojlanishi evaziga ro‘y beradi. Bu esa ular tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulot miqdorining o‘sish dinamikasini ta’minlaydi.

11.3.3-jadval

Istiqbolda hududlar bo‘yicha kichik tadbirkorlik korxonalari tomonidan mahsulot ishlab chiqarishning o‘sishi (mln. so‘m hisobida)

Hududlar	2000 y.	2005 y.	2010 y.	2015 y.	2015-yil 2005 yilga nisbatan o‘sish % larda
O‘zbekiston Respublikasi	892573,0	956838,2	1089938,7	1223039,2	127,8
Qoraqalpog‘iston Respublikasi	18786,6	22919,6	24982,3	27045	117,9
viloyatlar					
Andijon	70178,8	74249,1	82564,9	90880,7	122,3
Buxoro	46619,4	51934,0	55413,5	58893,1	113,3
Jizzax	31281,6	39821,3	43245,9	46670,5	117,1
Qashqadaryo	61485,8	69233,0	74356,2	79479,4	114,7
Navoiy	24940,4	25065,1	29100,5	33135,9	131,1
Namangan	50919,4	60084,8	74505,1	88925,4	147,9
Samarqand	67851,2	74772,0	85090,5	95409,0	127,5
Surxondaryo	82241,4	87833,5	104434,0	121034,5	137,7
Sirdaryo	34155,4	40952,3	46562,7	52173,1	127,3
Toshkent	110782,4	112665,7	123143,6	133621,5	118,5
Farg‘ona	104838,6	117314,3	141715,6	166116,9	141,5
Xorazm	36708,7	44050,4	54666,5	65282,6	148,1
Toshkent sh.	219770,8	247901,4	287813,5	327426,6	132,1

* O‘zbekiston statistikasi axborotnomasi asosida hisoblandi.

Hududlar bo‘yicha mahsulot ishlab chiqarish hajmining istiqbolda o‘sib borish dinamikasini korxonalar miqdorining o‘sib borish holati bo‘yicha tahlil etsak, bu holat qo‘shimcha yangi kichik korxonalarning tashkil etilishi hisobiga amalga oshadi.

Yaratilgan imkoniyatlardan samarali foydalangan hududlarda yalpi hududiy mahsulotning yuqori sur’atlar bilan o‘sishi ta’minlanadi. Jumladan kichik korxonalarning ishlab chiqarish samaradorligini oshirish evaziga istiqbolda ko‘zlangan natijalarga erishish ta’minlanadi.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi iqtisodiy faoliyat jarayonlari va uning natijalarini aks ettiruvchi ko‘rsatkichlarda kichik biznes ulushining yuqori bo‘lishiga ham bog‘liq ekanligi shubhasizdir.

Kam xarajat hisobiga yangi ish o‘rinlari yaratish imkoniyati, yirik biznes kirib bora olmaydigan bozor segmentlarini egallay olish qobiliyati, ayniqsa, xizmat ko‘rsatish sohasi va uncha katta bo‘lmagan mahalliy resurs bazalarini o‘zlashtirishda juda qulay tashkiliy shakl ekanligi kichik biznesni rivojlantirishning ahamiyati beqiyosligini ko‘rsatadi. Shu sababli ham kichik biznesni jadal rivojlantirish masalasi mahsulot ishlab chiqarishni mahalliylashtirish, xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish, shuningdek mamlakatning eksport salohiyatini oshirish masalalari bilan chambarchas bog‘langan.

Qisqa xulosalar

Respublikamizning iqtisodiy taraqqiyoti, iqtisodiy mustaqilligi, xalqining farovon turmush darajasi, qolaversa mehnat resurslarining ish bilan bandlik darajasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivoji bilan bog‘liqdir. Bu holat esa korxonalarning iqtisodiy erkinligini rag‘batlantirish darajasining rivojlanishi bilan tavsiflanadi.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi iqtisodiy faoliyat jarayonlari va uning natijalarini aks ettiruvchi ko‘rsatkichlarda kichik biznes ulushining yuqori bo‘lishiga ham bog‘liq ekanligi shubhasizdir.

Kam xarajat hisobiga yangi ish o'rinlari yaratish imkoniyati, yirik biznes kirib bora olmaydigan bozor segmentlarini egallay olish qobiliyati, ayniqsa, xizmat ko'rsatish sohasida va uncha katta bo'lmagan mahalliy resurs bazalarini o'zlashtirishda juda qulay tashkiliy shakl ekanligi kichik biznesni rivojlantirishning ahamiyati beqiyosligini ko'rsatadi. Shu sababli ham kichik biznesni jadal rivojlantirish masalasi mahsulot ishlab chiqarishni mahalliylashtirish, xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish, shuningdek mamlakatning eksport salohiyatini oshirish masalalari bilan chambarchas bog'langan.

Kichik biznesni rivojlantirish borasida yaratilgan qulay shart-sharoitlar sohaning iqtisodiy rivojlanishdagi, aholini ish bilan bandliligi va daromadlarining o'sishidagi roli yanada kuchayishi hamda YaIM, eksport va tarmoqlar hamda sohalarning ishlab chiqarish ko'rsatkichlaridagi ulushi ortib borishiga xizmat qiladi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Iqtisodiy o'sishni ta'minlashda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ahamiyatini izohlang.
2. 2009-yilda kichik biznes sohasida qancha yangi ish o'rinlari tashkil etildi?
3. Mamlakatimizda bandlik muammosini hal etishda kichik biznes imkoniyatlarini tushuntiring.
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish aholining daromadlari va farovonligini oshirishga qanday ta'sir ko'rsatmoqda?
5. Kichik biznes imkoniyatlaridan yanada kengroq foydalanishdagi muammolar va ularni bartaraf etish yo'llari bo'yicha o'z fikringizni bayon eting.
6. Xududiy kesimda belgilangan maqsad va vazifalarni aniqlashtirishda qanday holatlarni hisobga olish maqsadga muvofiq?
7. Kichik tadbirkorlik subyektlarini axborot-konsalting xizmatlari bilan qo'llab-quvvatlash qanday choralar orqali ta'minlanadi?
8. Kichik biznes subyektlarining moddiy-texnik ta'minoti bo'yicha kelgusida, xususan, 2008-2015-yillarda amalga oshiriladigan ishlar nimalardan iborat bo'lishi lozim?

9. Mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes subyektlarining ulushi va ahamiyatini tubdan oshirish maqsadida qanday yo'nalishlarda kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish ko'zda tutilgan?
10. Samarali eksport faoliyatini amalga oshirishlari uchun kichik biznes subyektlari qanday axborotlar bilan ta'minlangan bo'lishlari zarur?

Adabiyotlar

1. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2011 yil 22 yanvar.

2. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir/I.A.Karimov. Toshkent: «O'zbekiston», 2010. 80-b.

3. *Karimov I.A.* Jahon moliyaviy-i qtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari / I.A.Karimov. T: O'zbekiston, 2009. 56-b.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning «Mamlakatimizni modernizatsiya qilish va kuchli fuqarolik jamiyati barpo etish ustuvor maqsadimizdir» hamda «Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir» nomli ma'ruzalarini o'rganish bo'yicha o'quv-uslubiy majmua. Toshkent: Iqtisodiyot. 2010. 342-b.

5. O'zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

6. *Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. O'quv qo'llanma. — T.: TDIU, 2010. — 267-b.

7. *G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik - mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185-b.

IZOHLI LUG‘AT

Avizo — o‘zaro hisob-kitob holatidagi o‘zgarishlar, pul o‘tkazilishi, mol jo‘natilganligi haqida axborot hujjati; hisob-kitob ishlari bajarilgani haqida bir tomonning ikkinchisiga jo‘natgan axboroti.

Agent — turli kelishuvlarni tayyorlash, ayrim ishlarni bajarishda boshqa (yuridik yoki jismoniy) shaxs hisobidan va uning nomidan faoliyat ko‘rsatuvchi shaxs. Savdoda savdo agenti bilan ishlab chiqarish korxonasi, firmasi yoki xususiy shaxs kelishadi va kelishuv asosida ishonch qog‘oziga tayanib, faoliyat yuritadi.

Akkreditiv — naqd pulsiz hisob-kitob bo‘ladigan bank schyotining turi; kredit muassasasidan olish mumkin bo‘lgan, aniq oluvchi ko‘rsatilgan qimmatbah o qog‘oz.

Aksept — tashkilotlar o‘rtasidagi naqd pulsiz hisoblashishning bir shakli; takliflarni qabul qilish, kelgan hujjatlar va molga pul to‘lashga rozilik berish ifodasi.

Aksiz — ommaviy iste’molga xos oziq-ovqat mollari hamda nooziq-ovq at mollariga qo‘yiladigan egri soliq. Ushbu soliq davlatga shunday mahsulot ishlab chiqaruvchi va sotuvchilar tomonidan to‘lanadi hamda narxning oshirilishi bilan aholi gardaniga yuklatiladi.

Aksiya — aksiyadorlar jamiyati a’zosining mablag‘ qo‘shganligi haqida guvohlik beruvchi qimmatbah o qog‘oz. Aksiya sotib olgan shaxs aksiyador hisoblanib, ma’lum huquq va majburiyatga ega bo‘ladi.

Aksiyadorlik jamiyati — korxonaning tashkiliy-h uquqiy shakli bo‘lib, jamiyat ixtiyoridagi mulki, boyligiga asoslanib, faoliyat yuritadi. Aksiyadorlik jamiyati sarmoyasi jamiyat a’zolarining qo‘shgan pul mablag‘i yoki moddiy ne’matidan tashkil topadi.

Aksiyaning nazorat paketi — biror shaxsga aksiyadorlar jamiyati faoliyati ustidan nazorat qilishni ta’minlaydigan aksiyalar hissasi. Odatda bunday holat aksiyalar miqdorining yarmidan ko‘pi yoki katta qismi bir qo‘lda to‘planganda amalga oshadi.

Arbitraj — xo'jalik tomonlari o'rtasidagi kelishmovchiliklarni hal qiluvchi hakamlar sudi.

Aylanma fondlar — bu fondlar odatda ishlab chiqarish jarayonlarida bir marta ishlatilib, ularning har birida yangilanadi va o'z qiymatini ishlab chiqarilgan mahsulotga to'la o'tkazadi.

Asosiy fondlar — bu fondlar ishlab chiqarish jarayonida qayta-qayta ishlatiladi. Ular uzoq muddat davomida foydalanishga mo'ljallangan bo'lib, emirilishi darajasiga qarab, ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatiga o'z qiymatini asta-sekinlik bilan o'tkazib boradi.

Assortiment — sotish xonasidagi turli-tuman mollarning to'planishi; ba'zida bir molning turlar, navlarining to'plami.

Assosiasiya — to'planma, uyushma; biror maqsadga erishish uchun (xo'jalik, siyosiy, ilmiy, madaniy yoki boshqa maqsadlar) birlashish. Assosiasiya yuridik shaxs hisoblanadi.

Auditor firmasi — mustaqil tashkilot bo'lib, shartnoma asosida korxonalar yillik buxgalteriya hisobotini tekshiradi va tasdiqlaydi. Tekshiruv davomida auditor firmasi buxgalteriya hisob-kitobining holati va talabga mos kelishi, moliya-xo'jalik faoliyati masalalarining haqiqiy holatga mos kelishini nazorat qiladi.

Auksion — kimoshdi savdosi. Bu alohida xususiyatga ega bo'lgan va alohida joylarda tashkil etiladigan ochiq savdoga asoslangan maxsus bozor. Auksion o'zaro musobaqaga tayangan holda amalga oshadi.

Aholining xarid qobiliyati — aholining bozordagi vujudga kelgan narx asosida mollar va xizmatni xarid qilish imkoniyati. Aholining xarid qobiliyati bozor sig'imini belgilashda etakchi o'rin egallaydi.

Aholining minimal iste'mol byudjeti — har bir oila a'zosining ish kuchini qayta tiklashi uchun zarur mablag' miqdori. Bunda zarur iste'mol mollari, xizmatning miqdori va sifati e'tiborga olinadi va oilaning har bir a'zosiga pul birligida hisoblanadi.

Baza — asos, tayanch, quyi qism, ombor va boshqalar. Tijorat ishlarida band bazalar; mol qabul qiluvchi, qayta ishlovchi, navlarga, turlarga ajratuvchi va saqlovchi bazalardan iborat bo'ladi.

Bank — pul mablag'larini mujassamlashtiradigan, qarz beruvchi, pul, qimmatbaho qog'ozlarning, hisoblarini olib boruvchi muassasa.

Bankrot — to'lovga qodir bo'lmagan qarzdor.

Barter — savdo-soti q faoliyatining bir turi bo'lib, mahsulot ayriboshlash pul to'lovisiz sodir bo'ladi. Almashuv mahsulotlar narxi, xalqaro va ichki bozor narxlari, sifati, etkazib berish shartlari hisobga olinib, ular o'rtasidagi nisbat o'rnatiladi.

Bashorat — ma'lum axborotlar, raqamlar, hisoblar, sharoitga tayanib bashorat qilish (prognoz).

Bijuteriya — zargarlik mollari savdosi.

Birja — qimmatbah o qog'ozlar, valyuta, tovar, ish kuchi va xomashyo sotiladigan va xarid qilinadigan muassasa.

Boj to'lovi — chegaradan chiqayotgan yoki kelayotgan mollarga qo'yilishi mumkin bo'lgan to'lov. Uning miqdori davlat siyosatiga bog'liq. Boj miqdori maxsus boj tariflarida ifodalanadi.

Bozor segmenti — bozorning ma'lum qismini tashkil etadi va bozordagi iste'mol maqsadi bir bo'lgan xaridorlarning xatti-harakatini tavsiflaydi. Xaridorning daromadi, turar joyi, oilaviy, milliy urf-odatlari, jinsi, yoshi va boshqa xususiyatlariga qarab bozor segmentlashtiriladi.

Bozor sig'imi — ma'lum bozorda ma'lum muddatda to'lovga qodir mol taklifi va chakana narx darajasi hisobga olingan holda sotilishi mumkin bo'lgan mol miqdori. Bozor sig'imini aniqlashda biror tovarga mo'ljallangan aholining xarid quvvati, korxonalarning aynan shu molni sotib olish ehtiyoji hisobga olinadi.

Banklarning umumiy kapitali — banklarning o'z faoliyatlarini (bank operatsiyalarini) amalga oshirish uchun mo'ljallangan moliyaviy resurslari bo'lib, u banklar tomonidan turli manbalar orqali jalb etilgan pul kapitalidan iborat. Banklarning umumiy kapitali xususiy kapital bilan bir qatorda undan bir necha barobar ko'proq bo'lgan jalb etilgan kapitalni ham o'z ichiga oladi.

Banklarning nizom jamg'armalari — banklarning doimiy tasarrufida bo'lgan moddiy va pul mablag'lari yig'indisi bo'lib, ularning miqdori banklar tashkil topgan chog'da nizomda qat'iy belgilab qo'yiladi.

Bank kapitalining etarlilik darajasi — bu jami kapitalning riskka tortilgan aktivlarga nisbati bo'lib, u xalqaro Bazel kelishuviga ko'ra kamida 8% ni tashkil etishi kerak.

Bank depozitlari — jismoniy va yuridik shaxslarning bank muassasalariga ma'lum muddatga va muddatsiz omonat shaklida qo'yilgan bo'sh pul mablag'lari.

Bank-moliya tizimining barqarorligi — banklarning va boshqa moliya muassasalarining o'z majburiyatlari yuzasidan talablarga to'la javob bera olishi. Bu likvidlilik, kapitalning etarliligi, aktivlar sifati, rentabellik ko'rsatkichlari orqali aniqlanadi

Bank aktivlari — banklarning asosiy faoliyatini amalga oshirishda foydalanuvchi turli moddiy va moliyaviy resurslar majmui. Ular asosan bank kreditlari, asosiy vositalari, sotib olgan qimmatli qog'ozlari, investisiyalari, valyuta boyliklari ko'rinishida bo'ladi.

Bank tizimining likvidligi — bankning o'z majburiyatlarini vaqtida va so'zsiz bajara olish imkoniyati.

Banklar likvidliligi — banklar aktivlarining qisqa muddat ichida pulga aylanish qobiliyati. Likvidlilik bank majburiyatlarini bajarish va aktivlar o'sishini moliyalash bilan birgalikda depozitlar va qarz mablag'lari darajasining pasayishini samarali boshqarishni ham bildiradi.

Banklarning kredit portfeli — tijorat banklari tomonidan berilgan kreditlarning umumiy jamlanmasi bo'lib, ular quyidagicha tasniflanadi: a) yaxshi; b) standart; v) substandart; g) shubhali; d) umidsiz. Tijorat banklarining ma'lum sanaga ssuda hisobvara qalarida qolgan pul mablag'lari majmuasi (qoldig'i).

Bandlik — mehnatga layoqatli aholining ijtimoiy foydali mehnat bilan mashg'ul bo'lishi; fuqarolarning shaxsiy va ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish bilan bog'liq va qonunga zid kelmaydigan, mehnat daromadi beradigan faoliyati.

Bank likvidliligi — banklar majburiyatlarini o'z vaqtida qaytara olish qobiliyati yoki passivlardagi majburiyatlarni qaytarish uchun aktivlarni pulga aylanish qobiliyatidir.

Bond — bojxona boji to'lanmagan tovar.

Bord — molning sotuvchi hisobidan kemaga etkazib berilish sharti.

Bonus — xizmat uchun mukofotlash, rag'batlantirish. Tovar bozorida bonusning miqdori sotilgan yoki xarid qilingan tovarning

qiymatiga, undan olinadigan foizga, tovarning bozorda tez sotilishiga, sotilish yo'liga, iqtidorli komissionerlar o'rtasidagi raqobat darajasiga bog'liq.

Broker — sotuvchi va oluvchi o'rtasidaga vositachi; mijozlarning topshirig'i bilan va ular hisobiga ishlaydigan hamda vositachilik ishi uchun o'z komission haqini oluvchi shaxs.

Buyurtma — xaridorning (buyurtmachining) sotuvchiga jo'natadigan hujjati bo'lib, unda molni xarid qilishga qat'iy qaror qilinganligi ifodalanadi.

Valvasiya — chet el tangasi qiymatini davlat pul birligida baholash.

Valyuta — biror mamlakatda qabul qilingan pul tizimi va pul birligi.

Valyuta kursi — bir mamlakat pul birligining boshqa mamlakat pul birligida ifodalanishi. Valyuta kursining o'rnatilishi kotirovka deyiladi.

Veksel — qonun tomonidan qat'iy belgilangan, qarzni ifodalovchi yozma majburiyat bo'lib, veksel oluvchi uni egasiga topshiradi.

Venchur korxonalari — davlat, yirik firmalar bilan shartnoma asosida ilmiy izlanishlar olib boruvchi, muhandislik ishlarini yaratuvchi, yangiliklarni tatbiq etuvchi korxona.

Garantiya — kafillik, ishontirish, gardaniga olish, biror-bir narsani ta'minlaydigan sharoit. Shartnoma tuzuvchi tomonlar, masalan, shartnomaning bajarilishiga, agar bajarilmasa, zararlarni qoplashga kafillik beradi.

Giperinflyatsiya — pul qadrsizlanishining juda yuqori sur'atini ifodalaydi. Bunda pulning qadrsizlanishi yiligi 1000 foizdan ortadi.

Daromadlar — korxona, tashkilot, firmalar faoliyatining muhim ko'rsatkichi bo'lib, faoliyatning barcha tomonlaridan kelishi mumkin. Savdo firmasi, do'konning daromadi molning xarid narxi bilan sotilish narxi o'rtasidagi tafovutdan kelib chiqadi.

Debitor — biror korxonadan, firmadan, muassasadan boshqa yuridik shaxs yoki fuqaroning qarzdor bo'lib qolishi.

Devalvatsiya — mamlakat pul birligi asosidagi oltinning kamayishi yoki kursining boshqa mamlakatlar valyutasi kursiga nisbatan qonuniy ravishda pasayishi.

Deklaratsiya — ma'lum axborotni o'z ichiga oluvchi hujjat. Deklarasiya bojxona uchun tayyorlangan bo'lsa, unda boj to'lanadigan molning nomi, miqdori, narxi va boshqalar ifodalanadi.

Dekort — molning haqini muddatdan avval to'langan yoki molning miqdori, sifati kelishuv shartlariga mos kelmagani uchun molning narxidan chegirma.

Demarketing — marketingning bir turi bo'lib, ishlab chiqarish quvvati, xomashyoning etishmasligi tufayli bozorga kam chiqariladigan molga talabni pasaytirishga qaratilgan.

Demping — eksport tovarlarini bozorning o'rtacha narxidan, hatto tannarxidan ham pastroq narxda sotish. Bu usul bozorni egallash, raqobatchilarni sindirish maqsadida qo'llaniladi.

Defitsit — biror narsaning etishmasligi, taqchilligi. Jumladan, tovarlar etishmasligi, byudjet mablag'ining etishmasligi.

Djobber — yirik miqdordagi tovarlarni tez sotib yuborish maqsadida xarid qiladigan firma.

Dividend — aksiya egasining oladigan daromadi bo'lib, aksiyador jamiyati foydasining bir qismini tashkil etadi.

Diler — birjadagi yoki savdodagi vositachi bo'lgan shaxs.

Diskaunter — rivojlangan mamlakatlardagi uzoq muddat ishlatishga mo'ljallangan tovarlarni arzon bahoda va qo'shimcha xizmatsiz sotiladigan do'kon.

Distribyuter — o'z nomidan va o'z mablag'i hisobiga tovarlarni xarid qilib, sotuvchi vositachi. Mollarni ulgurji sotib oladi va chakana savdo firmalari, do'konlarga sotadi.

Ijara — qarzga berish. Bir shaxs yoki korxona, tashkilotning boshqa shaxs, korxonadan ma'lum muddatga va ma'lum to'lov to'laydigan sharti bilan oladigan mulki.

Imidj — firmaning mavqei, ishlab chiqarayotgan molning, xizmatning sifati, rahbarlarning obro'si haqidagi buyurtmachi va xaridorning fikri.

Import — chet eldan tovarlarni sotib olish yoki boshqa usullar bilan keltirish. Keltirilgan mol iste'mol, qayta ishlash, hatto tashqariga sotish maqsadida keltirilishi mumkin.

Iqtisodiy nochor korxonalar — muayyan miqdorda kapital yo'qotish, ishlab chiqarish maydonlarini qisqarishi, ishsizlar sonining ortishi, raqobatbardosh bo'lmagan mahsulot ishlab chiqaradigan va buning uchun katta miqdorda materiallar, xomashyo, yonilg'i, mehnat resurslari sarflaydigan qoloq, samarasiz korxona.

Investitsiya — kelgusida foyda olish, samaraga erishish maqsadida biror-bir korxonaga uzoq muddatga kapital qo'yish.

Investor — investitsiya bilan shug'ullanuvchi yuridik shaxs yoki fuqaro.

Injiniring korxona — muhandislik-maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradigan korxona.

Inqirozga qarshi mo'ljallangan choralar dasturi — O'zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan 2009-2012-yillarga mo'ljallanib inqirozga qarshi ishlab chiqilgan choralar dasturi bo'lib, mazkur dasturda talab va taklifni rag'batlantirishga yo'naltirilgan bir qator moliyaviy imtiyozlar va barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlovchi chora-tabdirlar majmui o'z aksini topgan.

Investitsion kreditlar — ishlab chiqarishni kengaytirish, texnik va texnologik jihatdan yangilash, modernizatsiyalash va rekonstruksiya qilish, yangi bino va inshootlarni qurish uchun zarur vositalarni sotib olish maqsadida olingan kreditlar.

Ishlab chiqarishni mahalliylashtirish — sanoat ishlab chiqarishining turli bosqichlarida import shaklida xarid qilish orqali qo'llaniluvchi detallar, butlovchi qismlar, yarim tayyor mahsulotlar va tayyor mahsulotlarni mahalliy xomashyo va materiallar asosida ishlab chiqarishga o'tkazish jarayoni.

Import o'rnini bosish samarasi — mahalliylashtirish jarayonini amalga oshirish orqali ishlab chiqarilgan mahsulotlar va ko'rsatilgan xizmatlar natijasida tejalgan import mahsulotlari qiymati.

Investitsiya dasturi — respublika iqtisodiyotini barqaror va tadrijiy rivojlantirishga erishishga, tabiiy, mineral-xomashyo, moliyaviy, moddiy va mehnat resurslaridan oqilona foydalanish yo'li bilan respublika ayrim tarmoq va mintaqalarini tarkibiy o'zgartirishning asosiy ustuvorliklari va strategik vazifalarini amalga oshirishga yo'naltirilgan o'zaro bog'langan chora-tadbirlar kompleksi.

Investitsiya muhiti — investitsiyalar jozibadorligi hamda xavf-xatar darajasini belgilab beruvchi ijtimoiy-i qtisodiy, moliyaviy va siyosiy omillar majmui.

Investorlar — xususiy va qarzga olingan mulkiy va intellektual qiymatlarni sarflash haqida qaror qabul qiluvchi investisiya faoliyati subyektlari. Investorlar obyektlar va investisiya natijalariga egalik qilish, foydalanish va tasarruf qilish huquqiga ega bo'ladi. Investorlar kreditorlar va xaridorlar rolini bajarishlari, shuningdek investisiya faoliyatining boshqa ishtirokchilari funksiyalarini bajarishlari mumkin. Odatda investorlar kapital qo'yilmalar sarflanadigan sohalarni aniqlaydilar, shartnoma shartlarini ishlab chiqadilar va investisiya aktining boshqa tomonlari bilan kontraktor, hukumat organlari, pirovard mahsulot ishlab chiqaruvchilar va shu mahsulotning iste'molchilari bilan hisob-kitoblarni amalga oshiradilar.

Infratuzilma — har qanday yaxlit iqtisodiy tizim va tuzilmalarning mavjud bo'lishi shart hisoblangan tarkibiy qismi. So'zma-so'z ifodalaganda, infratuzilma bu iqtisodiy tizimning asosi, poydevori, ichki tuzilmasi demakdir. «Infratuzilma» atamasi lotincha «infra» - quyi, osti; «structura» - tuzilma, joylashuv so'zlaridan paydo bo'lgan. Iqtisodiyotda ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilma muhim o'rin tutadi.

Ishlab chiqarish infratuzilmasi — ishlab chiqarishning rivojlanishi uchun tashqi shart-sharoitlarni ta'minlovchi tarmoqlar majmui bo'lib, o'z ichiga temir va avtomobil yo'llari, elektr, gaz va suv ta'minoti, aloqa kommunikasiyalari, ombor xo'jaligi va boshqalarni oladi.

Intermodal markaz — yuk tashishlar bo'yicha xalqaro kommuniktasiya va logistika markazi.

Internet xizmatlari — internet tarmog'i abonentlariga amaliy bayonnomalar tomonidan taqdim etiluvchi funksional imkoniyatlar majmui: elektron pochta, fayllarni qabul qilish va uzatish, veb-hujjatlarni o'qish, muayyan masofadan turib bir vaqtning o'zidagi muloqot (chat), terminal orqali erkin foydalanish, tarmoqda hujjatlarni saqlash, ishlash va h.k.

Ijtimoiy infratuzilma — aholining turmush faoliyatini, uning farovonligini ta'minlashga xizmat qiluvchi turli muassasa va

obyektlar majmui. Masalan, ta'lim muassasalari, dam olish va davolanish maskanlari, uy-joy, kommunal va maishiy xizmat ko'rsatish shoxobchalari, tabiiy gaz, ichimlik suvi, elektr energiyasi ta'minoti, yo'lovchi transporti va boshqalar.

Ijtimoiy soha obektlari — aholining munosib turmush sharoiti va farovonligini ta'minlashga xizmat qiluvchi soha va tarmoqlar majmui. Bular qatoriga uy-joy fondlari, sog'liqni saqlash, maorif, sport, madaniyat muassasalari va boshqalarni kiritish mumkin.

Ijtimoiy dasturlar — aholining bevosita turmush sharoiti va farovonligini ta'minlashga xizmat qiluvchi soha va tarmoqlarni rivojlantirishga oid chora-tadbirlarni o'z ichiga olgan rejaviy hujjatlar.

Iqtisodiy islohotlar — iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini sifat jihatidan takomillashtirish, uning barqaror va mutanosib rivojlanishini ta'minlash imkonini beruvchi, maqsadga muvofiq holda va izchil ravishda amalga oshiriluvchi tub o'zgarishlar, chora-tadbirlar majmui.

Iqtisodiy rivojlanish sur'atlari — mamlakat ijtimoiy-i qtisodiy ko'rsatkich va natijalarining miqdor jihatidan ko'payishi va sifat jihatidan takomillashuvi darajasi.

Iqtisodiy rivojlanish samaradorligi — iqtisodiyotni rivojlantirish natijalarining bu borada qilingan sarf-xarajatlarga nisbati.

Industrlashtirish — mamlakat iqtisodiyotini sanoatlashgan asosga o'tkazish, iqtisodiyotda sanoat ishlab chiqarishi ulushini ahamiyatli darajada ko'paytirish, butun iqtisodiyot yoki uning alohida tarmoqlarida yirik mashinalashgan ishlab chiqarishni barpo etish jarayoni.

Inflyatsiya — pul muomalasi qonunlarining buzilishi natijasida milliy valyutaning qadrsizlanishi, narxlarning o'sishi.

Iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishi — iqtisodiyotning turli qism va bo'laklari o'rtasidagi proporsiyalar va o'zaro nisbatlar.

Iste'mol bozoridagi mutanosiblik — iste'mol bozoriga taklif etilayotgan tovar va xizmatlar hajmi bilan aholining to'lovga qodir talabining o'zaro mosligi.

Inkasso — molning jo'natilganligi haqidagi hujjatlarni topshirgan tomon hisobiga to'lovning bankka kelib tushishi va bankning mol jo'natuvchi mijozi hisob raqamiga mablag'ni yozib berishi.

Iste'mol savatchasi — ma'lum mollar, xizmatlar yig'indisini tashkil etib, bu yig'indi aholi iste'molining tarkibi va darajasini to'liqroq ifodalaydi.

Kapital — bu egasiga daromad keltiruvchi mablag' va resurs.

Kvota — o'rnatilgan mutlaq yoki nisbiy ko'rsatkich. Savdoda, eksport yoki import qilish miqdorining chegarasi.

Kliring — xalqaro naqd pulsiz hisoblashish shakli bo'lib, bunda davlatlar bir-biriga qarzini o'zaro qarama-qarshi to'lov majburiyatlari vositasida to'laydi.

Komission — uchinchi shaxs vositasida sotib olinadigan va sotiladigan narsalar; komissiоn savdo korxonalari yoki komissionerlar vositachilik ishi uchun ma'lum haq, mukofot oladilar.

Kommivoyajer — firma ishlab chiqarayotgan barcha mahsulotni sotuvga taqdim etuvchi shaxs.

Konsorsium — bu aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarning muvaqqat birlashmasi.

Kooperatsiya aloqalari — turli soha ishlab chiqarish tarmoqlarida ma'lum mahsulotni tayyorlash bo'yicha uzoq muddatli aloqalarni o'rnatish.

Kreditor qarzdorlik — korxona, tashkilot yoki muassasaning tegishli yuridik yoki jismoniy shaxslarga to'lanishi lozim bo'lgan pul mablag'lari bo'lib, ular me'yordagi (muddati o'tmagan) hamda muddati o'tgan qarzdorliklarga bo'linishi mumkin.

Konfiskatsiya — majburiy holda mulkning jami yoki bir qismini musodara qilish va davlat ixtiyoriga o'tkazish.

Konsern — bu ishlab chiqarish diversifikatsiyasi, ya'ni korxonalarning faoliyat sohalari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turining kengayishi, yangilanib turishi asosida tarkib topadigan yirik ko'p tarmoqli korporasiya.

Konsessiya — milliy iqtisodiyotni rivojlantirish yoki tiklash, tabiiy boyliklarni o'zlashtirish maqsadida davlat yoki munisipalitetga qarashli yer uchastkalari, qazilma boyliklari, mol-mulk, korxonalar va boshqa xo'jalik obyektlarini muayyan muddatga va shartlar bilan foydalanish uchun chet ellik investorga davlat nomidan beriladigan ruxsatnoma, ular bilan tuziladigan shartnoma yoki kelishuv.

Korxonaning bankrotligi — korxona moliyaviy-xo'jalik faoliyatining nochorlikka yuz tutishi natijasida o'z qarz majburiyatlari bajara olmasligi. Korxona xo'jalik sudining qaroriga ko'ra rasmiy holda bankrot deb e'lon qilinadi.

Kon'yuktura — xo'jalikning ma'lum davridagi holatini xarakterlovchi ko'rsatkichlar to'plami.

Kooperativ — bu yuridik shaxs huquqiga ega, xo'jalik yurituvchi subyekt. U jamoa mulki huquqidagi mulkka egalik qiladi, undan foydalanadi va tasurruf etadi.

Kooperatsiya — ishlab chiqarish yoki ayirboshlash doirasidagi jamoaga birlashish.

Korporatsiya — bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi yirik aksionerlik jamiyatlari birlashmasi.

Korxona aktivlari — korxonada ishlab chiqarish fondlari shaklida band bo'lgan kapital.

Lizing — imorat, inshoot, mashina, jihozlar, Asbob-uskuna, transportlarni o'rta va uzoq muddatga ijaraga berish.

Lisenziya — biror-bir faoliyat turi bilan shug'ullanish uchun davlat organlari tomonidan ruxsat berish.

Marja — savdo, birja, bank ishlarida foydalaniladigan hamda mollar narxlari, qimmatbah o qog'ozlar kurslari, boshqa ko'rsatkichlar o'rtasidagi farq.

Melioratsiya — yerning unumdorligini tubdan yaxshilashga qaratilgan tashkiliy-xo'jalik, muhandislik va agrotexnik tadbirlar turkumi

Moliyaviy sog'lomlashtirish — korxonaning bankrotligini bartaraf etish yoki raqobatbardoshligini oshirish maqsadida chora-tadbirlar tizimini qo'llash orqali uning moliyaviy holatini sog'lomlashtirish.

Maktab ta'limini rivojlantirish Davlat umummilliy dasturi — Kadrlar tayyorlash milliy dasturini muvaffaqiyatli amalga oshirishning muhim sharti sifatida maktab ta'limining orqada qolishiga barham berish hamda maktablarning moddiy-texnika bazasini mustahkamlash va uzluksiz ta'limning yagona tizimini shakllantirish bilan bog'liq mavjud jiddiy muammolarni bartaraf etish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2004-yil 21

maydagi «2004-2009-yillarda maktab ta'limini rivojlantirish davlat umummilliy dasturi to'g'risida»gi Farmoniga muvofiq kuchga kirgan. Mazkur Farmonga O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 20 sentyabrdagi 3661-sonli Farmoniga muvofiq o'zgartishlar kiritilgan.

Makroiqtisodiy ko'rsatkichlar — mamlakat yaxlit iqtisodiyoti darajasidagi ijtimoiy-iqtisodiy jarayon va hodisalarni o'lchash va baholash imkoniyatini beruvchi ko'rsatkichlar. Masalan, yalpi ichki mahsulot, milliy daromad, iqtisodiy o'sish, ishsizlik, inflyatsiya darajasi va boshqalar.

Moliyaviy «ko'piklar» — real qiymatga ega bo'lmagan pul va obligasiyalar hajmining ko'payishi.

Moliyaviy institutlar — belgilangan qonun-qoidalar doirasida faoliyat yurituvchi mamlakatdagi moliya-kredit tashkilotlari.

Mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshliligi — mamlakatning o'rta va uzoq muddatga iqtisodiy o'sishining yuqori sur'atlarini ta'minlab turish qobiliyati

Mahalliylashtirish — import qilinadigan tayyor mahsulot, butlovchi buyumlar va materiallarni mamlakatda ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish orqali unga ichki talabni qondirish va eksportini yo'lga qo'yish.

Marketing — bozor talablariga bo'ysungan holda iste'molchilar ehtiyojini imkoni boricha qondirishga qaratilgan xo'jalik faoliyatini tashkil etish va boshqarish tizimi.

Notijorat yuridik shaxs — ixtiyoriylik asosida tashkil etilgan, daromad (foyda) olishni o'z faoliyatining asosiy maqsadi qilib olmagan hamda olingan daromadlar (foyda)ni o'z a'zolari o'rtasida taqsimlamaydigan o'zini-o'zi boshqarish tashkiloti.

Nou-xou — mahsulot ishlab chiqarishni o'zlashtirishni engillashtirish va tezlashtirishga imkon beruvchi texnik bilim, texnik tajriba, ishlab chiqarishning yashirin imkoniyatlari.

Offerta — sotuvchining mol xarid imkoni bor xaridorga ma'lum shartlar asosida mol to'plamini sotish haqida yuborgan taklifi.

Pablik rileyshnz — mol, xizmat, firma, korxona haqida yaxshi fikrni vujudga keltirish jarayoni.

Proteksionizm — milliy ishlab chiqarishni rivojlantirish maqsadida chet el raqobatidan saqlash, himoya qilish.

Raqobatbardoshlik — biror turdagi molning iste'mol qiymati mos keladigan boshqa tovarga solishtirish, taqqoslash ko'rsatkichi.

Revalvatsiya — boshqa davlatlar valyutasiga nisbatan milliy valyuta rasmiy kursining oshishi.

Rentabellik — korxona faoliyatining foydalik darajasi. Uning uch xil ko'rsatkichi mavjud: korxona aktivlari rentabelligi, xususiy kapital rentabelligi va sotilgan mahsulot rentabelligi. Bu ko'rsatkichlarni balansdagi (sof) foyda ko'rsatkichini korxona aktivlarining o'rtacha yillik qiymati, muomalaga chiqarilgan aksiyalar miqdori, xususiy kapital miqdori va sotilgan mahsulot tannarxiga nisbati bilan belgilanadi.

Reklama — tovarlar, xizmatlar haqida turli vositalar bilan ochiq xabardor qilish.

Rentabellik — xarajatlarni oqlaydigan, xo'jalik nuqtai nazaridan maqsadga muvofiq, foydali, draomadli. Rentabellik ko'rsatkichi foydaning moddiy, mehnat va moliyaviy resurslarga nisbati bilan o'lchanadi.

Refaksiya — tovarning narxi yoki og'irligidan uning buzilgan yoki kamaygani uchun chegirma qilish.

Stagnatsiya — iqtisodiyotdagi turg'unlikni anglatadi.

Stagflyatsiya — iqtisodiyotda turg'unlik va pulning qadrsizlanishi holatlarining birgalikda hukm surishi.

Sug'urta — kutilmagan sharoitlar yoki tavakkalchilikdan ko'rilgan zararni qisman yoki to'liq qoplash, muhofaza qilish choralari.

Tadbirkor — yuridik shaxs tashkil etgan holda yoki tashkil etmasdan doimiy asosda tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi shaxs.

Tadbirkorlik — mulkchilik subyektlarining foyda olish maqsadida tavakkal qilib va mulkiy javobgarligi asosida amaldagi qonunchilik doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko'rsatish.

Tant'ema — savdo, sanoat, bank, aksionerlar tashkilotlari foydasidan bu tashkilotlarning boshqaruv xodimlariga to'lanadigan qo'shimcha mukofot.

Tarif — biror ish, xizmat uchun rasmiy hamda belgilangan to'lov.

Tashqi savdo balansi — ma'lum davr (oy, chorak, yil) davomida mamlakatga keltiriladigan va undan chiqariladigan tovarlar qiymati o'rtasidagi nisbat.

Tender — birjada savdo o'tkazishda tushadigan taklif. Taklif berish tartibi savdoni o'tkazadigan tashkilotchilar tomonidan belgilanadi.

To'lov valyutasi — tomonlarning kelishuvi bilan tovarlarning tashqi savdo aloqalarida haqini to'lash yoki xalqaro kreditni qaytarishda ishlatiladigan valyuta.

To'lovga qodirlik — yuridik yoki jismoniy shaxsning moliyaviy majburiyatlarini o'z vaqtida bajara olish imkoniyati.

To'lov topshirig'i — korxona, firma, tashkilotning unga xizmat qiladigan o'z schetidan mablag' o'tkazish zarurligi haqidagi topshirig'i.

Faktoring — moliya-tijorat xizmatining turi bo'lib, bunda bank yoki boshqa moliya tashkilotlari xarid qiluvchi korxona qarzlarini, majburiyatlarni o'z ichiga oladi.

Fermer xo'jaligi — o'ziga uzoq muddatli ijaraga berilgan er uchastkalaridan foydalangan holda, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarishni amalga oshiruvchi fermer xo'jaligi a'zolarining birgalikdagi faoliyatiga asoslangan, yuridik shaxs huquqiga ega mustaqil xo'jalik yurituvchi subyekt.

Firma — ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, tijorat yoki tadbirkorlik faoliyatiga qaratilgan, yuridik shaxs hisoblangan korxona.

Fondlarning aylanishi — moddiy ashyoviy omillar qiymatining ishlab chiqarish va muomala sohalari orqali harakat jarayoni.

Xolding kompaniya — mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida tashkil etilgan hissadorlik jamiyati.

Xususiy kapital — tadbirkorning eng muhim va hal etuvchi ahamiyatga ega sarmoyasi.

Xalqaro Bazel qo'mitasi — rivojlangan mamlakatlar markaziy banklari rahbarlari tomonidan 1974-yilda tashkil etilgan tashkilot. Uning doirasida xalqaro bank faoliyatini tartibga solish muammolari muhokama qilinadi. 1975-yilda qo'mita tomonidan Bazel kelishuvi

ishlab chiqilgan. Keyinchalik Bazel qo'mitasi bank faoliyati me'yorlari bo'yicha xalqaro tavsiyalar ishlab chiqa boshladi.

Xalqaro moliya tashkilotlari — davlatlar o'rtasidagi valyuta va moliya-kredit munosabatlarini tartibga solish, mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishiga ko'maklashish, kredit ko'rinishida yordam berish maqsadida davlatlararo kelishuvlar asosida tashkil etilgan tashkilotlar. Bunday tashkilotlar qatoriga Xalqaro hisoblashuvlar banki, Xalqaro valyuta fondi, Xalqaro tiklanish va taraqqiyot banki, Xalqaro rivojlanish assosiasiyasi, Xalqaro moliyaviy korporasiya, Osiyo taraqqiyot banki, Evropa investisiya banki, mintaqaviy xalqaro rivojlanish banklari va boshqalarni kiritish mumkin.

Xalqaro iqtisodiy tashkilotlar — ikki turdagi ishtirokchilari bevosita davlatlardan iborat hukumatlararo (davlatlararo) hamda tarkibiga ishlab chiqaruvchilar birlashmalari, kompaniya va firmalar, ilmiy jamiyatlar va boshqalar kiruvchi nohukumat tashkilotlari.

Xalqaro valyuta jamg'armasi — xalqaro savdo va valyuta hamkorligini rivojlantirishga ta'sir ko'rsatish maqsadida 1944-yilda tashkil etilgan xalqaro valyuta-moliya tashkiloti. Xalqaro valyuta jamg'aramasi a'zo davlatlar o'rtasida valyuta-kredit munosabatlarini tartibga solib turish va ularga to'lov balansining kamomadi bilan bog'liq valyutaviy qiyinchiliklar paytida chet el valyutasida qisqa va uzoq muddatli kreditlar berish yo'li bilan moliyaviy yordam ko'rsatish uchun mo'ljallangan hukumatlararo tashkilot. XVJ o'z amaliy faoliyatini 1947-yil 1 martdan boshlagan.

Xususiy firma — ayrim shaxs yoki oilaga tegishli yakka xususiy mulkka asoslanib faoliyat yurituvchi korxona.

Shirkat firma — bir necha tadbirkorlarning o'zaro mulkiy birlashuvi va tadbirkorlikdan olinadigan foydani baham ko'rishga asoslangan sherikchilik korxonasi.

Erkin iqtisodiy zonalar — qo'shma sohibkorlik hududlari, xorij kapitalinig erkin amal qilishi uchun ajratilgan maxsus hudud.

Erkin savdo zonasi — ma'lum bir hududlarni iqtisodiy o'z ichiga olgan, boj to'lovlaridan ozod qilingan savdo hududi.

Qarz-kredit kapitali — bank, byudjet, moliya muassasalari yoki boshqa korxonalarlan olinadigan kreditlar, chiqariladigan obligasiyalar evaziga shakllanadi.

Qo‘shma kapital — tez jalb etiladigan resurslar bo‘lib, u asosan aksiyalarni sotish, pay va kirish badallarini to‘plash, korxonalarni birlashtirish natijasida aktivlarning ko‘payishi evaziga shakllanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitusiyasi. T.: O'zbekiston, 2009-40b.

2. «Tadbirkorlik to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi qonuni. T.: O'zbekiston, 1991.

3. «Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi qonuni. T.: O'zbekiston, 1995.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Talim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. 2010-yil 28 iyul.

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Monopoliyaga qarshi ishlarni tartibga solish va raqobatni rivojlantirish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. 2010-yil 26 fevral, PF-4191-son.

6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. «Barkamol avlod yili» Davlat dasturi to'g'risida. 2010-yil 27 yanvar.

7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Mamlakatimizda nooziq-ovqat iste'mol tovarlari ishlab chiqarishni kengaytirishni rag'batlantirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. 2009-yil 28 yanvar, PQ-1050-son.

8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Oziq-ovqat tovarlari ishlab chiqarishni kengaytirish va ichki bozorni to'ldirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. 2009-yil 26 yanvar, PQ-1047-son.

9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Iqtisodiyotning real sektori korxonalarini qo'llab-quvvatlash, ularni barqaror ishlashini ta'minlash va eksport salohiyatini oshirish chora-tadbirlari dasturi to'g'risida. 2008-yil 28 noyabr, PF-4058-son.

10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora tadbirlari to'g'risida. 2005-yil 14 iyun, PF-3619-son.

11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. 2005-yil 20 iyun, PF-3620-son.

12. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Tadbirkorlik subyektlarining xo'jalik sohasidagi huquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to'g'risida. 2005-yil 24 iyun, PF-3622-son.

13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to‘g‘risida. 2005-yil 15 iyun, PQ-100-son.

14. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori. Bozorni iste’mol tovarlari bilan to‘ldirishni rag‘batlantirish hamda ishlab chiqaruvchilar va savdo tashkilotlarining o‘zaro munosabatlarini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida. 2002-yil 13 noyabr.

15. *Karimov I.A.* Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqamiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. 2010 yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011 yilga mo‘ljallangan eng muhim ustuvor yo‘nalishlarga bag‘ishlangan O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma’ruzasi. // Xalq so‘zi, 2011-yil 22 yanvar.

16. *Karimov I.A.* Asosiy vazifamiz Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligi yanada yuksaltirishdir / I.A.Karimov. Toshkent: «O‘zbekiston», 2010. 80-b.

17. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-i qtisodiy inqirozi, O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari / I.A.Karimov. Toshkent: «O‘zbekiston», 2009. — 56-b.

18. *Karimov I.A.* Bizning bosh maqsadimiz jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir. T.: O‘zbekiston, 2005. 136-b.

19. *Karimov I.A.* Mamlakatimiz taraqqiyotining qonuniy asoslarini mustahkamlash faoliyatimiz mezoni bo‘lishi darkor. // Xalq so‘zi, 2006 yil 25 fevral.

20. *Karimov I.A.* Erishilgan yutuqlarni mustahkamlab, yangi marralar sari izchil harakat qilishimiz lozim. // Xalq so‘zi, 2006-yil 11 fevral.

21. O‘zbekiston Respublikasining Statistik Axborotnomasi 2010. Toshkent-2011.

22. *Беляев В.И.* Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. 4-е изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2010. — 680 с.

23. *Березин И. С.* Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. М.: Вершина, 2008. — 480 с.

24. Предпринимательство: учебник / под. ред. М.Г.Лапусты. 4-е издательство, доп. М.: ИНФРА-М, 2008. — 667 с.

25. *Носова Н.С.* Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы / Н.С. Носова. — 2-е изд. — М.: Издательско торговая корпорация «Дашков и К»; Саратов: ООО «Англейс», 2010. — 256 с.

26. *Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В.* Маркетинг: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2010. — 336 с.

27. *Qosimova M.S., Yusupov M.A., Ergashxodjaeva Sh.J.* Marketing. Darslik. T.: TDIU, 2010.-263b.

28. Лапуста М.Г. Малое предпринимательство: Учебник.- М.: ИНФРА-М, 2008.- 685 с.

29. Бизнес-планирование: учебник/ под ред. В.М.Попова и др.- 2е изд., перераб.и доп. — М.: Финансы и статистика, 2009. — 816 с.

30. *Мак-Дональд М.* Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по маркетинговому планированию. М.: Эксмо, 2009. — 448 с.

31. *Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. T.: TDIU, 2010. — 267-b.

32. *Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S., Ergashxodjaeva Sh.J.* Strategik marketing. O'quv qo'llanma. 2010. — 161-b.

33. *Проветов Г.И.* Международный Бизнес: задачи и решения: Учебное-практическое пособие. —М.: «Альфа-Пресс», 2009. — 160 с.

34. *Цвиркун А.Д., Акинфиев В.К.* Бизнес план. Анализ инвестиций. Методы и инструментальные средства.- 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Ось-89, 2009. — 320 с.

35. *Попов В.М.* Бизнес- планирование: учебное-практ. пособие. — М.: КНОРУС, 2009. — 480 с.

36. Малый бизнес: Учебнос пособие / кол. Авторов; под ред. В.Я. Горфинкеля. — М.: КНОРУС, 2009. — 336 с.

37. *Просветов Г.И.* Оценка Бизнеса: задачи и решения : учебно-методическое пособие. 3- е изд., доп. — М.: «Альфа- Пресс», 2009. — 238 с.

38. Малое предпринимательство: организация, экономика, управление: Учеб пособие. / Под ред. А. Д. Шереметова. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 480 с.

39. *Пелих А.С.* Бизнес - план или как организовать собственный бизнес. — 4- е изд., перераб. и доп. — М.: «Ось-89», 2008. — 112 с.

40. *Романова М.В.* Бизнес-планирование: учебное пособие. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2008. — 240 с.

41. *Петров, К.Н.* Как разработать бизнес-план. Практ. пособие с примерами и шаблонами, 2- е изд.: М.: «ООО И.Д. Вильямс», 2008. — 384 с.

42. *Теслинов А.Г.* Концептуальное мышление в разрешении сложных и запутанных проблем. — СПБ.: Питер, 2009. — 288 с.

43. *Моран, Гевн.* Бизнес план. — изд. 2- е. — М.: АСТ, 2008. — 320 с.

44. Сборник бизнес планов: практ. пособие. / под ред.Ю.Н. Лапыгина. — М.: «Омега-Л», 2008. — 310 с.

45. *Боголдин - Малых В.В.* Бизнес-стратегии и операционный маркетинг на рынке услуг: Учеб пособие. — НПО «Модек», 2008. — 608 с.

46. *Попов В.М.* Финансовый бизнес-план : учеб. пособие. — 2-изд. — М.: Финансы и сатистика, 2007. — 464 с.

47. *G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov Sh.I., Almatova D.S.* Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik - mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini yuksaltirish omili. — T.: «Fan», 2011. — 185-b.

48. O'zbekiston Respublikasi hukumati rasmiy veb sayti www.gov.uz

49. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi rasmiy veb sayti, www.stat.uz

50. O'zbekiston Axborat Agentligi veb sayti, www.uza.uz

51. http://www.unece.org/sme/cjnfrm01.htm

MUNDARIJA

KIRISH.....3

I-bob. **KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING MOHIYATI VA MAZMUNI**

1.1. Kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari, ularning mohiyati va mazmuni.....7
1.2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari.....19
1.3. Kichik biznes va tadbirkorlik muhiti hamda unga ta'sir etuvchi omillar.....23
1.4. Kichik biznes va tadbirkorlikning iqtisodiyotda tutgan o'rni.....31
1.5. O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish yo'nalishlari 38
Qisqa xulosalar 50

II-bob. **KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI VA SHAKLLARI**

2.1.Tadbirkorlik faoliyatining turlari.....53
2.2.Tadbirkorlik faoliyatining shakllari.....70
Qisqa xulosalar 79

III-bob. **KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH**

3.1. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi.....81
3.2. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalariga lisenziya berish tartibi.....87
3.3. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarishning maqsadi va vazifalari 89
3.4. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmalari 90
3.5. Kichik biznes va tadbirkorlikda rahbarning boshqaruv uslubi.....97
Qisqa xulosalar 97

IV-bob. **KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'EKTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH**

4.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati.....100
4.2. Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentasiyasining mohiyati va ahamiyati.....104
4.3. Marketing tadqiqotlarining maqsadi va vazifalari.....109
4.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish.....112
Qisqa xulosalar.....116

V-bob. **KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH**

5.1. Biznes reja, uning ahamiyati, mohiyati va mazmuni.....118
5.2. Yangi korxonani boshqarish.....126
5.3. Kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish asoslari.....131
Qisqa xulosalar.....137

VI-bob. **KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'EKTLARIGA XIZMAT KO'RSATUVCHI BOZOR INFRATUZILMALARI**

6.1. Infratuzilma tushunchasining mohiyati va mazmuni.....140
6.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli.....144
6.3. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini soliqqa tortish, ulardan olinadigan soliq turlari va soliq imtiyozlar.....152
6.4. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik taftishini o'tkazish.....158
Qisqa xulosalar.....162

VII-bob. **KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'EKTLARIDA ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXI TAHLILI**

7.1. Ishlab chiqarish xarajatlarining mohiyati, tarkibi va elementlari.....164
7.2. Mahsulot tannarxi va uni hisoblash usullari.....168
Qisqa xulosalar.....172

VIII-bob. **KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'EKTLARINING MOLIYAVIY FAOLIYATI TAHLILI**

8.1. Kichik biznes va tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko'rsatkichlar 175
8.2. Kredit stavkasini aniqlash 178
8.3. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy samaradorligi 180
8.4. Samaradorlikni baholovchi ko'rsatkichlar 192
8.5. Samaradorlikni oshirishning asosiy yo'nalishlari 194
Qisqa xulosalar 194

IX-bob. **TADBIRKORLIK ETIKASI VA MADANIYATI**

9.1. Tadbirkor rahbar etikasi 197
9.2. Tadbirkor madaniyati 200
9.3. Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari 206
Qisqa xulosalar 214

X-bob. **KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'EKTLARINING EKSPORT SALOHIYATINI BAHOLASH**

10.1. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportchi korxonalarning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanish 216
10.2. Eksportning tovar va geografik tarkibini takomillashtirish 219
Qisqa xulosalar 221

XI-bob. **O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI**

11.1. O'zbekistonda ilg'or ilm-fan yutuqlari va innovatsion texnologiyalarga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari 224
11.2. Aholi bandligini samarali ta'minlash va farovonligini yuksaltirishning muhim omili sifatida oilaviy biznesni rivojlantirish istiqbollari 232

11.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyot tarmoklarida rivojlantirish masalalari.....249
Qisqa xulosalar 252

Izohli lug'atlar.....255
Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.....271

УДК: 334.722(075)
ББК 65.9(2)09

Boltabayev Mahmudjon RUSTAMOVICH
Qosimova Ma'firat SOBIROVNA
G'oyibnazarov Bahodir KARIMOVICH
Ergashxodjayeva Shaxnoza JASUROVNA
Samadov Asqarjon NISHONOVICH
Otajonov Shuxrat IBRAYIMJONOVICH

KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK

O'quv qo'llanma

Toshkent — «Noshir» — 2011

***Muharrir** M. Axmedov*
***Musahhih** S. Safayeva*
***Badiiy muharrir** Sh. Odilov*
***Texnik muharrir** D. Xamidullayev*

Litsenziya AI №096. 23.11.2007. Bosishga ruhsat etildi 01. 08. 2011.
Bichimi 60x84$^{1}/_{16}$. «Times TAD» garniturasi. Ofset bosma usulida bosildi.
Shartli bosma taboq 18,25. Nashr b.t. 17,5. Adadi 500 nusxa.
Buyurtma № 35

65.9(2)09
K48

Kichik biznes va tadbirkorlik: (oliy o'quv yurtlarining barcha ta'lim yo'nalishlari talabalari uchun o'quv qo'llanma) / M.R. Boltaboyev (va boshq.); O'zR Oliy va o'rta-maxsus ta'lim vazirligi. — T.: Noshir, 2011. — 280 b.

I. Boltaboyev M. R. (va boshq.)

ББК 65.9(2)09я73

MChJ «NOSHIR» nashriyoti,
Toshkent sh., Langar ko'chasi, 78-uy.

MChJ «NOSHIR» O'zbekiston-Germaniya qo'shma korxonasining bosmaxonasida chop etildi.
Toshkent sh., Langar ko'chasi, 78-uy.