O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA' LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

B. A. ABDUKARIMOV

SAVDO IQTISODIYOTI

DARSLIK

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 24 - dekabr 2021-yil 60-sonli “Davlat oliy ta’lim muassasalarining akademik va tashkiliy-boshqaruv mustaqilligini ta’minlash bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori hamda SamISI Ilmiy Kengashining 2023-yil 30-avgustdagi 1-son qaroriga asosan №081-30/08 sonli “O‘quv adabiyotining nashr ruxsatnomasi” bilan nashr qilishga tavsiya etilgan.

SAMARQAND – 2023

UO‘K: 339.16(075)
A 15
KBK: 65.42ya7

B.A. Abdukarimov. ***SAVDO IQTISODIYOTI.*** *[Matn]: darslik / Samarqand iqtisodiyot va servis instituti – Samarqand.: “STAP-SEL” nashriyoti, 2023 - 360 bet.*

Darslikda O‘zbekiston Respublikasida o‘tkazilayotgan ijtimoiy, iqtisodiy va huquqiy islohatlarni savdo va umumiy ovqatlanish sohasida joriy qilinish jarayonini namunaviy dastur talablaridan kelib chiqqan holda yoritilib, savdo korxonalarining muammolari va yechimlari to‘g‘risida muallifning fikr va mulohazalari keltirilgan.

Darslikdan professor-o‘qituvchilar, ilmiy tadqiqotchilar hamda mintaqalarda ijtimoiy-iqtisodiy infratuzilmani rivojlantirish va aholi farovonligini yuksaltirish muammolari bilan qiziquvchi mutaxassislar ham foydalanishlari mumkin.

В учебнике освещен процесс внедрения социальных, экономических и правовых реформ в сфере торговли и общественного питания в Республике Узбекистан на основе требований типовой программы, а также мысли и мнения автора о проблемах и решениях торговли.

Учебник может быть использован профессорами и преподавателями, научными исследователями и специалистами, интересующимися проблемами развития социально-экономической инфраструктуры регионов и повышения благосостояния населения.

The textbook covers the process of introducing social, economic and legal reforms in the field of trade and public catering in the Republic of Uzbekistan based on the requirements of the standard program, as well as the author’s thoughts and opinions on trade problems and solutions.

The textbook can be used by professors and teachers, scientific researchers and specialists interested in the problems of developing the socio-economic infrastructure of regions and improving the well-being of the population.

Taqrizchilar:
i.f.d., professor **N. Arabov**
i.f.n., dotsent **T. Sharipov**

Darslik institut Kengashining 2023 - yil 30 - avgustdagi majlisda muhokama qilingan va nashrga tavsiya etilgan. (1-sonli majlis bayoni).

ISBN: 978-9910-9986-8-3

© B.A. Abdukarimov, “SamISI” – 2023 y.
© “STAP-SEL” nashriyoti, 2023 y.

KIRISH

Mamlakatimizda bozor munosabatlarini shakllantirish bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda. Dastlabki bosqichda mulkchilikning turli shakllarini tashkil qilish, ular asosida bozor infratuzilmasini yaratish, iqtisodiyotni erkinlashtirishga qaratilgan iqtisodiy mexanizmlarni tubdan yangilash masalalari ustuvor qilib belgilandi va ularga asosan erishildi. Ushbu jarayonda savdo sohasi ham yangi sharoitiga moslashtirildi. Mazkur soha asosan xususiy va boshqa nodavlat mulki shakliga ega bo‘ldi. Unda tadbirkorlik muhiti bilan birga raqobat muhiti ham shakllanib bordi va bu jarayon yildan-yilga chuqurlashib bormoqda.

Mazkur holatlar savdo sohasi korxonalari va shahobchalarining mohiyati va tabiatini o‘zgartirdi. Mazkur sohaning tovarlar va xizmatlar bozoridagi o‘rni, mavqeyini va ahamiyatini tubdan yangilanishga olib keldi. Bularga quyidagilarni kiritish mumkin:

Birinchidan, bozor munosabatlariga o‘tishning boshlang‘ich davrida savdo sohasida mulk munosabatlari tubdan o‘gartirildi, soxada xususiylashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish amalga oshirildi.

Ikkinchidan, ushbu sohada davlat va kooperativ savdoga asoslangan rejali iqtisodiyot hukm surib kelayotgan monopol faoliyatga va u bilan bog‘liq iqtisodiy mexanizmlarga bar ham berildi.

Uchinchidan, savdo korxonalari va shahobchalarining maqsad va vazifalari, oldingi ma’muriy-boshqaruv tizimidagiga nisbatan butunlay yangi tus olib, taqsimot tizimiga xizmat qilish barham topib, bozor munosabatlariga asoslangan haqiqiy savdo tizimi shakllantirildi.

To‘rtinchidan, bozor munosabatlari sharoiti savdo sohasi korxonalari va shaxobchalari faoliyatini yuritish tartibini yangiladi va bu sohada erkin tadbirkorlik shakllantirildi.

Beshinchidan, ushbu sohada har xil tashkiliy tuzulmalar, vertikal boshqarish tizimi kabi boqaruv tizimi barham topdi va ular o‘rniga nodalat uyushmalar kabi xuquqiy shakllar vujudga keldi.

Oltinchidan, soha faoliyatida tashqi muhit, xususan savdo jarayoni o‘zgardi, savdo xodimi tavarni o‘zi topadigan va o‘zi sotadigan bo‘ldi, shunga muvofiq ularning mikro, mezo va makro darajadagi aloqalari

bozor munosabatlari sharoitiga moslashtirildi.

Yettinchidan, ushbu sohada iqtisodiy mexanizmlar ham tubdan o‘zgardi. Oldin faqat tovar aylanmasi rejasining bajarilishi uchun kurashilgan bo‘lsa, endi manfaatlar ko‘lami kengaydi. Bundan mulkdor ham, savdo xodimi ham, jamiyat ham, davlat ham, aholi ham manfaatdor bo‘lishligi va ularning manfaatlariga zid bo‘lmasligini taqozo qilmoqda.

Sakkizinchidan, savdo sohasida ma’muriy tarzda tovar taqsimotlari ko‘rsatkichlarini rejalashtirish o‘rniga iqtisodiy unsurlardan bir qanchasi, xususan: iqtisodiy erkinlik, mustaqil o‘z-o‘zini boshqarish, mulkni tasarruf etish va unga egalik qilish, o‘z resurlarini mustaqil ishlatish, o‘zini-o‘zi mablag‘lar va tovarlar bilan ta’minlash, iqtisodiy va xuquqiy javobgarlik kabilar kirib keldi.

Bunday sharoitda savdo korxonalari va shahobchalarining iqtisodiy-moliyaviy barqarorligi juda ko‘p omillarga bog‘liq bo‘lib qoldi. Ularni tadqiq qilish va tizimlashtirish, yangi sharoitda savdo korxonalarining erkin faoliyatini ta’minlash masalalarida tegishli obyektiv muammolar kelib chiqmoqda. Mazkur muammolarni bugungi kunda o‘rganish va ularni bosqichma bosqich har jihatdan hal qilish masalasi o‘ta dolzarb masalalar sirasiga kiradi. Shu jihatdan mazkur o‘quv qo‘llanma soha xodimlari uchun nafaqat, nazariy va muhim amaliy ahamiyatga ham ega.

Har bir sohadag mavjud muammolarni hal qilish, shu soha mutaxassislariga, ularning malakasi, tajribasi, bilm saviyasi, kasbiy mahorati va ko‘nikmalarigabog‘liq.

Yuqorida keltirilgan obyektiv zaruratdan kelib chiqqan holda, ushbu soha uchun yuqori malakali raxbarlar, iqtisodchilar, menejerlar, tadbirkorlar va marketologlarni tayyorlashni, ularga savdo sohasini boshqarish va va soha iqtisodiyotining o‘ziga xos xususiyatlari to‘g‘risida chuqur bilimlar va ko‘nikmalar berishni ham taqozo qilmoqda.

Ushbu talabdan kelib chiqib, barcha mavzular bozor munosabatlari xususiyatlarini inobatga olgan holda mamlakatimizda olib borilayotgan ijtimoiy, iqtisodiy va xuquqiy islohatlarning savdo sohasiga joriy qilinish jarayonini zamon talablaridan kelib chiqqan holda yoritish, savdoning muammolari va ularning yechimlari to‘g‘risidagi masalalar yoritildi.

Darslikning tuzilishi va shakllanishi iqtisodiy fanlar oldiga qo‘yilgan hozirgi zamon talablaridan kelib chiqqan bo‘lib, savdo sohasi uchun malakali yetuk mutaxassislar, iqtisodchilar, menejerlar, marketologlar hamda savdo sohasidagi tadbirkorlarga korxonani boshqarish mexanizmlarini xayotda qo‘llash uchun chuqur bilim va ko‘nikmalar berishga qaratilgan.

I BOB. SAVDO IQTISODIYOTI FANINING NAZARIY VA METODOLOGIK ASOSLARI

1.1. Bozor munosabatlariga o‘tish sharoitida iqtisodiy fanlarning o‘rni va ahamiyati

Ilmiy ish, ilmiy fan, xayotdagi har xil xodisalarni o‘rganadi va ular bilim tarmoqlari o‘rtasida qat’iy taqsimlangan bo‘lishi shart. Chunki fanlar o‘z sohasini, chegaralangan sohani o‘rganadi. (bu to‘g‘risida batafsil keyinroq to‘xtalamiz).

Inson hayotining va faoliyatining birlamchi negizini moddiy borliqqa bog‘liqligi tashkil qiladi.

Inson qanday faoliyat bilan shug‘ullanmasin, qanday ish yuritmasin, doimo o‘z maqsadiga erishish uchun zarur bo‘lgan moddiy vositalarga duch keladi.

Shunday qilib insoniyatni maqsadi qanday bo‘lishidan qat’iy nazar, doimo va har yerda, har qachon, u moddiy vositalarsiz hayot kechira olmaydi. Lekin moddiy boyliklar inson ehtiyojini qondirish nuqtai nazaridan bir xil ahamiyatga ega bo‘lmaydi.

Inson nazarida bu moddiy boyliklar ikki xil kategoriyaga bo‘linadi. Ularning **bir qismi unga tabiatan** berilgan bo‘lib, ulardan foydalanish uchun insoniyatdan ortiqcha mehnat va moddiy xarajatlar sarf qilish talab qilinmaydi. Bularga havo, quyoshning nuri, suv kabilar kiradi. (bu yerda hayotning boshlang‘ich etapi to‘g‘risida gap ketyapti.) Albatta ilmiy – texnik taraqqiyot asosida hayotning rivojlanishi bu guruh moddiy borliqlar uchun ham aqliy va jismoniy mehnatni, moddiy resurslarini sarf qilish zaruriyatini tug‘diradi. Bular tabiatan berilgan in’om hisoblanadi. Ular erkin taqsimlanadi, hammani ehtiyojiga yarasha, sarf qilgan mehnatni yoki jamiyatda tutgan o‘rni, mavqyeyidan qat’iy nazar. Ikkinchi kategoriya moddiy borliq hayotda chegaralangan bo‘lib, insonning mehnati bilan, tabiatdagi moddiy borliqni o‘z ehtiyojiga moslashtirish natijasida ishlab chiqiladi.

Bu **ikkinchi kategoriya** moddiy boyliklar kam, yoki ularni yaratish chegaralangan bo‘lib, ularni ishlab chiqish uchun mehnat moddiy va moliyaviy xarajatlar zarur bo‘ladi. Shuning uchun ham ular

xo‘jalik yuritish natijasida vujudga kelgan vositalarga kiradi.

Mana bu moddiy boyliklar xo‘jalik yurituvchilarni va iqtisodchi – nazariyotchilarni qiziqtiradigan, ular o‘rganadigan, tadqiqot qiladigan jarayondir.

Shuni ta’kidlash joizki, bu moddiy boylikni kichik bir qismi yo‘q bo‘lsa, yoki isrof qilinsa, u yo‘qotish, zarar sifatida qabul qilinadi, chunki uni o‘rnini to‘ldirish uchun yangidan resurslarni xarajat qilish, vaqt sarflash zarur bo‘ladi.

Shuning uchun bu boyliklar alohida ahamiyatga sazovor bo‘lib, ular insonlarning moddiy farovonligiga bog‘liqdir. Ular xo‘jalik yurituvchining alohida e’tiboriga olinadi, baholanadi. Xo‘jalik yurituvchilar, iste’molchilar, bu tipdagi moddiy borliqni tejamli sarflashga harakat qiladi. Shuning uchun ham ularni ishlab chiqish, maqsadga muvofiq hisob – kitob asosida, xo‘jalik faoliyati yuritish natijasida vujudga keladi.

Xo‘jalik faoliyatining maqsadga muvofiqligi ikki tomonlama xarakterga ega.

Birinchidan, texnikaviy, ya’ni tabiiy resurslarni inson ehtiyojlariga eng yangi, qulay vositalar asosida moslashtirishdir. Xo‘jalik faoliyatini texnik tomonlarini texnik fanlar o‘rganadi.

Ikkinchi tomoni – inson faoliyati mehnati bilan bog‘liq bo‘lib, insonlarning manfaati bilan bog‘liq, ya’ni kam xarajat qilib, ko‘p natijaga intilish, ko‘proq ehtiyojni qondirishga intilish.

Bu tomondan xo‘jalik faoliyat yuritishni iqtisodiy prinsiplari vujudga keladi. Bu munosabatlarni iqtisodchilar, iqtisodiy fanlar o‘rganadi.

Qadimiy sharqda eramizdan 3000 yillar oldin narsalarni kiraga berish, undan foiz olish, soliq olish kabi kategoriyalar ishlatilgan. Qadimiy Misrliklar, Greklar oldi – sotdi, pul, baho, savdo, foyda, kredit kabi iqtisodiy kategoriyalarni ishlatganlar. O‘zbek tilidagi «Iqtisodiyot» - arabcha so‘z bo‘lib, tejamkorlik ma’nosini anglatadi va grekcha «Oikonomia» (Ekonomika), ya’ni «Oikoc» - uy, xo‘jalik va «nomoc» - qoida, tartib, qonun mazmunini bildiruvchi so‘zlar birlashmasidan olingan bo‘lib, uy xo‘jaligini qonuni, boshqarish

mazmunini bildiradi. Shuning uchun ham bo‘lsa kerak, iqtisodiy fanlar o‘rganadigan kategoriyalar qadimgi Gresiya, Misr olimlari qalamiga mansub bo‘lgan asarlarda uchraydi (Soqrot, Ksenfont, Platon, Aristotel, Epikur).

Markaziy Osiyo allomalarining asarlarida iqtisodiyotga ta’luqli g‘oyalar, xo‘jalik yuritish bo‘yicha fikrlar ko‘pdan ko‘p uchraydi. Ularning qatoriga Farobiy, Ibn Sino, Beruniy, Yusuf Xos hojib, A.Temur, Ulug‘bek, A.Navoiy, Bobur kabi mutafakkirlarni ijodlari kiradi. Temur to‘zuklarida iqtisodiyotga, davlatni boshqarishga oid va hozirgi zamonda ham o‘z ahamiyatini yo‘qotmagan iqtisodiy muammolarni hal qilish yo‘l – yo‘riqlari va qoidalarini topish mumkin. Unda davlatni tarkibiy tuzilishidan tortib, davlat byudjeti daromadlari va xarajatlarini shakllantirish, mehnatni taqdirlash, maosh to‘lash, soliq undirish, jarimalar, inomu – ehsonlar to‘g‘risida ma’lumotlar keltirilgan.

A.Temur asarlarida davlatning iqtisodiy siyosatini asosini tashkil qilgan kategoriyalarga xazina (byudjet)ni kiritgan. A.Temur iborasi bilan aytganda, davlatning taqdirini hal qiladigan uch narsa mavjud, ular podshoh, xazina va askar xisoblanadi. Davlatning daromadi, xarajatlari, soliq, maosh (ish haqi), moddiy va ma’naviy rag‘batlantirish, nafaqa, jarimalar, inomu – ehsonlar kabilar xazinaning elementlari sifatida qaralgan. Iqtisodiy masalalarga A.Temur alohida e’tibor bergan, uning yettita vaziridan ikkitasi maxsus ushbu masalalarga javob bergan. Bittasi egasiz qolgan mol – mulklarni tasarruf etish ishlari vaziri, ikkinchisi, saltanatning kirim–chiqim ishlarini boshqaruvchi vazir, ya’ni moliya vaziri. «Tajribali, ishbilarmon vazirlar saltanat ustunlaridir. Ular mamlakat obodonligi. Xazina boyligini doimo ko‘zda tutadilar. Davlat, saltanatga foyda keltiradigan ishlarni bajarishga tirishib harakat qiladi» - deb «Temur to‘zuklarida » yozilgan[1].

A.Temur barcha davlat arboblariga, xodimlariga, xizmatchilariga ularni lavozimi darajalariga qarab mehnatiga haq to‘latgan. Eng asosiysi, bu masalani hal qilishda tabaqalash (differensiya) qoidasini ishlatgan. Masalan, oddiy sipohiy mingan otining bahosida, bahodirlar 2-4 ot

[1] Темур тузиклари, Тошкент “Шарқ”, 2005 й. – 76 б.

barobarida, o‘nboshi qaramog‘idagi askarga nisbatan ikki barobar, yuz boshi o‘n boshidan uch barobar ortiq maosh olishi belgilab qo‘yilgan. Amir ul – ulomolarning maoshi o‘z qo‘l ostidagilardan o‘n barobar ortiq bo‘lishi belgilangan.

Ijtimoiy mehnat taqsimoti chuqurlashishi, bozor munosabatlari shakllanishi bilan xo‘jalik yuritishni ongli ravishda tartibga solish g‘oyasi tug‘ila boshlaydi. Chunki u uyushtirilmagan iqtisodiy faoliyatni (minglab xo‘jalik subyektlarini) ongli ravishda tartibga solmaslik ijtimoiy halokatlarga olib kelishi mumkin.

Hozirgi zamon savdo shahobchalari va iqtisodiyoti (xalq ho‘jaligining) uyushtirilgan, davlat tomonidan tartibga solinadigan xo‘jalik subyektlari bo‘lib hisoblanadi.

Shunday qilib, tarixdan iqtisodiy nazariya shakllanib kelgan va iqtisodiyot (ekonomika) atamasi ishlatib kelingan. Hozirgi kunda «Iqtisodiyot» bir necha xil mazmunda ishlatiladi.

Birinchidan, «Iqtisodiyot» deganda, xo‘jalik (xalq xo‘jaligi, tarmoq hudud, birlashmalar, korxonalar va firmalar) tushuniladi;

Ikkinchidan, «Iqtisodiyot» bu ishlab chiqarish, taqsimot, muomala va iste’mol fazalarida vujudga kelgan insonlar, xo‘jalik subyektlari o‘rtasida moddiy va boshqa boyliklar bilan bog‘liq munosabatlardir;

Uchunchidan, «Iqtisodiyot» bu siyosat, ya’ni davlat siyosati, davlatlararo aloqalar va hokazolardan iboratdir.

Va nihoyat to‘rtinchidan, «Iqtisodiyot» bu fan.

Fan – bu tabiat, jamiyat va tafakkur, ijtimoiy taraqqiyotni tahlil qilish va umumlashtirilgan bilimlar yig‘indisiga tushuniladi. Bu bilimlar orqali insoniyat tabiat sirlarini chuqur o‘rganish imkoniyatiga ega bo‘ladi, texnika va texnologiyani, hamda ijtimoiy taraqqiyotni muhim muammolarini hal qiladi.

Ijtimoiy mehnat taqsimoti chuqurlashishi, bozor munosabatlari shakllanishi bilan xo‘jalik yuritishni ongli ravishda tartibga solish g‘oyasi tug‘ila boshlaydi. Chunki u uyushtirilmagan iqtisodiy faoliyatni (minglab xo‘jalik subyektlarini) ongli ravishda tartibga solmaslik ijtimoiy xaloqatlarga olib kelishi mumkin.

Insoniyat ijtimoiy – iqtisodiy faoliyat yuritish jarayonida uchta bir

– biriga bog‘liq bo‘lgan muammolarga duch keladi. Bular qanaqa muammolar?

Birinchidan, nima ishlab chiqarish va qancha miqdorda?

Ikkinchidan, qanday ishlab chiqarish va qancha xarajatlar zarur bo‘ladi?

Uchinchidan, kim uchun ishlab chiqariladi va ular qanday taqsimlanadi?

Jahon amaliyotidan ma’lumki rivojlangan davlatlarda ham, yuqoridagi masalalarni hal qilishda bir talay negativ xodisalarga duch kelmoqda.

Bular jumlasiga, ***krizislar*,** ***monopolizm**, **inflyasiya***, **ishsizlik****,** iste’mol bozoridagi nomutanosiblik, resurslarni, tovar va xizmatlarni **difisit**ligi*****, pul muomalasidagi nuqson va kamchiliklar kabilar kiradi.

***Prezidentimiz** o‘zlarining “Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari” nomli asarlarini bugungi kunning eng dolzarb muammosi – bu 2008 yilda boshlangan jahon moliyaviy inqirozi, uning ta’siri va salbiy oqibatlari, yuzaga kelayotgan vaziyatdan chiqish yo‘llarini izlashdan iborat ekanligidan boshlab, jahon moliyaviy inqirozining mazmun-mohiyati, kelib chiqish sabablariga batafsil to‘xtalib o‘tdilar.

«bu inqiroz AQShda ipotekali kreditlash tizimida ro‘y bergan tanglik holatidan boshlandi. So‘ngra bu jarayonning miqyosi kengayib, yirik banklar va moliyaviy tuzilmalarning likvidlik, ya’ni to‘lov qobiliyati zaiflashib, moliyaviy inqirozga aylanib ketdi. dunyoning yetakchi fond bozorlarida eng yirik kompaniyalar indekslari va aksiyalarining bozor qiymati haloqatli darajada tushib ketishiga olib keldi. bularning barchasi, o‘z navbatida, ko‘plab mamlakatlarda ishlab chiqarish va iqtisodiy o‘sish sur’atlarining keskin pasayib ketishi bilan bog‘liq ishsizlik va boshqa salbiy oqibatlarni keltirib chiqardi»[2].

Bundan ko‘rinadiki, dastlab aqsh ipoteka bozorlarida namoyon bo‘lgan mazkur inqiroz yetarlicha to‘lov layoqatiga ega bo‘lmagan, qarzlarni qaytarish qobiliyati shubhali bo‘lgan qarzdorlarga ipoteka kreditlari berish amaliyotining

[2] Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. – Т.: Ўзбекистон, 2009, 4-б.

jadallashuvi natijasida ro‘y berdi.

Modomiki, ipoteka krediti o‘zining mohiyati bo‘yicha ko‘chmas mulk garovi hisobiga beriladigan kreditlar bo‘lsada, aqsh bozorlari bunday likvidli ko‘chmas mulklarga yetarlicha «to‘yindi» va ularning narxlari keskin tusha boshladi. buning ustiga investision banklarning aqsh ipoteka bozorlaridagi yangi moliyaviy «mahsulot» hisoblangan aktivlarni sekyuritizasiyalash bo‘yicha operasiyalarining avj olishi ipoteka bozorlaridagi tanazzullik holatlari ehtimolligini oshirdi.

AQSh iqtisodiyoti yaratilgan shart-sharoitlar tufayli arzon kredit resurslariga to‘yindi va bu federal zaxira tizimi (fzt) amalga oshirayotgan pul-kredit siyosatini o‘zgartirishiga olib keldi. natijada 2004-2006 yillarda federal zaxira tizimi foiz stavkalarni 6,25% gacha ko‘tardi. kreditlarning qimmatlashuvi aholini ipotekaga nisbatan talabining pasayishiga va kreditlarni qaytarish bo‘yicha qarzdorlar to‘lovining qisqarishiga olib keldi. boshqa tomondan, oziq-ovqat mahsulotlari va energiya resurslari narxlarining o‘sishi aholining kreditni qaytarish bo‘yicha moliyaviy imkoniyatlarining cheklanishiga olib keldi. 2000-2007 yillar mobaynida jahon bozoridagi oziq-ovqat mahsulotlarining narxi o‘rtacha ikki barobarga oshdi, benzin narxi esa 3,5 barobarga oshdi. neft narxi rekord darajada, ya’ni bir barreli 147 dollardan ortdi.

Pirovard natijada 2007 yil boshida aqshda aholining ipoteka kreditlarini qaytarishi bilan bog‘liq muammo kuchaydi. qarzdorlarning ko‘chmas mulk garovi bilan olingan kreditlarni qaytarishdan ko‘ra to‘lovlarni to‘lashdan bosh tortish holati kengaydi. banklarning to‘lov qobiliyatiga ega bo‘lmagan mijozlarning ko‘chmas mulklarini qayta sotuvga qo‘yishi natijasida ipoteka bozoridagi taklif ko‘payib, bozordagi narxlarning keskin pasayishiga olib keldi.

Britaniyaning nufo‘zli gazetalaridan biri bo‘lgan «gardian» jahon moliyaviy inqirozining asosiy aybdorlari ro‘yxatini e’lon qildi. mazkur ro‘yxatning oldingi o‘rinlarida aqshning taniqli siyosatchilari o‘rin olgan bo‘lib, unda inqiroz faqatgina iqtisodiyot rivojlanishining navbatdagi harakatlantiruvchi kuchi ekanligi ta’kidlab o‘tilgan. Aksariyat moliyachi-iqtisodchilar vujudga kelgan moliyaviy inqirozning haqiqiy sabablaridan biri sifatida rivojlangan mamlakatlarda iqtisodiyotni haddan ziyod ortiqcha erkinlashtirish siyosatining «mevasi» ekanligini, ya’ni «o‘z-o‘zini boshqaruvchi bozor» g‘oyasini ilgari surish orqali davlatning milliy iqtisodiyotga va xususan moliyaviy bozorlarga aralashuvini cheklanganligi bilan ham izohlamoqdalar[3].

**** Monopoliya** – bozorda yakka hukmronlik. O‘z hukmini va tazyiqini

[3] Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари» номли асарини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисодиёт, 2009, 12-14-б.

iste’molchilarga o‘tkaza olishga qodir kuch.

***** Inflyasiya** mamlakatda bahoning umumiy darajasining ko‘tarilishi jarayonidan iborat bo‘lib, ilgari buning sababini qog‘oz pullardan axtarishar edi. Lekin pul chiqarish qattiq nazorat ostiga olinganda ham inflyasiya holati mavjudligi aniqlangan, ya’ni gap faqat davlatning pul chop etishi imkoniyati mavjudligida emas ekan. Uning sabablari ko‘p va ular bir necha xil ko‘rinishda bo‘ladi. Iqtisodiy islohotlar, ishlab chiqarish tuzilishining keng hajmdagi o‘zgarishi, umuman, bir iqtisodiy tizimdan ikkinchisiga o‘tish kabi o‘zgarishlar albatta inflyasiya bilan bog‘liq bo‘ladi. Chunki, bunday holatlar talab va taklif muvozanatining o‘zgarishi, pulga bo‘lgan ishonchning pasayishi, narx-navoning tezlik bilan o‘zgarishi, aksar hollarda uning ko‘tarilib borishi natijasida yuz beradi.

Buning ikki tomoni ta’sirlidir: birinchisi talab inflyasiyasi bo‘lsa, ikkinchisi harajatlar inflyasiyasidir. Tijorat, firmalar, hukumat yuzaga keladigan zaruriyatlar tufayli ishlab chiqariladigan tovarlarga nisbatan ko‘proq pul sarf etadi. Bu taklifga nisbatan talabning o‘sishiga olib kelib, o‘z navbatida, baholarning ko‘tarilishi bilan yakunlanadi. Harajat inflyasiyasi ishlab chiqarish harajatlarining o‘sib borishi vositasidir. Bundagi bahoning o‘sishi resurslarga harajatlarning ortib borishi va buning esa tovarlar bahosida o‘z aksini topishi inflyasiyani kuchaytiradi. Aytaylik, energiya, xomashyo va materiallar qimmatlashuvi harajatlar inflyasiyasi sabablaridir. Bunda ish xaqining o‘sib borishi, ko‘tarilayotgan baholarni oldindan ko‘zlab, ishchilarning ish xaqini oshirish uchun o‘rinishlar va shunga o‘xshash boshqa harakatlar kuchayadi va bu inflyasiyada o‘z aksini topadi.

Inflyasiyaning oldini olishda normal tovar-pul muomalasi jarayonini ta’minlash, uning uchun pulning ma’lum miqdorda bo‘lishi, uning na ko‘p va na oz bo‘lishiga qarshi kurash eng ma’qul yo‘ll. Bu talab va taklif muvozanatini ta’minlaydi. Baho ko‘tarilishining oldini olishga qaratilgan barcha chora-tadbirlar inflyasiyaga qarshi qaratilgan harakat hisoblanadi.

******Ishsizlik** deganda bekor yurganlar tushunilmaydi, balki ish qidirib mahalliy mehnat organlaridan ro‘yxatga o‘tganlar hisoblanadi. Shu tufayli oddiy bekorchi bilan ishsizning farqi bor. Ishsiz deganda o‘n olti yoshdan boshlab to pensiya bilan ta’minlanish huquqini olishgacha bo‘lgan yoshdagi, ishga va ish haqiga (mehnat daromadiga) ega bo‘lmagan, ish qidiruvchi shaxs sifatida ro‘yxatga olingan, mehnat qilishga, kasbga tayyorlash yoki qayta tayyorlashdan o‘tishga, malakasini oshirishga tayyor mehnatga qobiliyatli shaxs tushuniladi.

Ishsizlik malakasini qarab chiqqanda uning turlariga ham alohida ahamiyat berish lozim. Ishsizlikning quyidagi turlari mavjud: friksion,

strukturaviy, ixtisoslashgan, davriy, mavsoʻmiy, ixtiyoriy va yashirin ishsizlik.

Yuqorida keltirilgan uchta fundamental muammoni hal qilish, keltirilgan kamchiliklar, nuqsonlarning yechimini topish oʻz oʻzidan hal boʻlmaydi.

Buning uchun ularni hal qilish usullari va mexanizmini toʻgʻri topish, iste'molchilar talabini toʻla qondirish yoʻllarini izlash, yuqori samarali ishlab chiqarishni tashkil qilish, uni boshqarish, tarmoqlararo va xoʻjalik subyektlari oʻrtasidagi iqtisodiy aloqalarni bogʻlash, sotuvchi bilan iste'molchilar orasidagi munosabatlarni takomillashtirish, iqtisodiy xodisalarni uygʻunlashtirish kabi masalalarni hal qilish zaruriyati tugʻiladi.

Bularni hal qilish nazariy va amaliy bilimlarni mustahkam egallagan, olingan bilimlarni muayyan ilmiy, ishlab chiqarish, iqtisodiy, ijtimoiy vazifalarni hal etishda ijodiy qoʻllay oladigan, uni nihoyasiga yetkazish boʻyicha optimal qaror qila oladigan mutaxassislarga koʻproq bogʻliqdir.

Bunday mahoratlarga, koʻnikmalarga ega boʻlish iqtisodiy fanlarni oʻrganish orqali amalga oshishi mumkin.

Bozor iqtisodiyoti raxbarlarga yangi iqtisodiy fikrlashni, yangicha ish yuritishni, minglagan subyektlar va iste'molchilar bilan oʻz faoliyatini, jarayonlarni oʻz manfaati va maqsadiga yoʻnaltirishni, ularni chuqur tahlil qilish, kelajak uchun rejalashtirish kabi muammolarni hal qilish yoʻllarini bilish talablarini qoʻyadi. Bularsiz raqobatchilik sharoitida har qanday korxona, firma inqirozga uchrab qolishi ehtimoldan Uzoq emas.

Savdoda jamiyatni rivojlantiruvchi iqtisodiy qonunlar koʻrinish shakllari oʻz aksini topadi. Shunday ekan, savdoni boshqarish asosida iqtisodiy qonunlar talablarini obyektiv holda koʻra bilish va unga asosan qarorlar qabul qilish zarur boʻladi. Masalan, iqtisodiy qonunlardan biri mehnat unumdorligini ish haqqiga nisbatan tezroq oʻsishidir. Bu qonunning talabi boʻzilsa, pul muomalasi muvozanati boʻzulishiga olib kelishi, ortiqcha pul vujudga kelishi, inflyasiya, tovarlar defisiti paydo boʻlishi kabi nooʻrin hodisalar vujudga kelishi muqarrardir.

Iqtisodiyot fanlari va amaliyot xo‘jalikni oqilona va samarali boshqarish uchun unga mos xo‘jalik yuritish mexanizmini ishlab chiqqan. Unga mos iqtisodiy dastaklar (baho, soliq, foyda, ish haqi kabilar) kategoriyalar, ko‘rsatkichlar, usullarini (iqtisodiy yoki ma’muriy usullar, rejalar, normallashtirish kabilar) xo‘jalik yurituvchilar o‘z maqsadlariga muvofiq boshqaruv obyektlarida ishlatadilar. Savdo iqtisodi fani yuqorida keltirilganlarning mazmuni va mohiyatini ochib beradi, ularni xo‘jalikni boshqarish uchun ishlatish shakl va usullarini o‘rgatadi.

Har qanday xo‘jalik subyekti, jumladan savdo umumiy ovqatlanish shaxobchalari o‘z ko‘rsatkichlarini iqtisodiy hisob – kitoblar orqali asoslashlari zarur.

Bu jarayonlarni amalga oshirish uchun iqtisodiyotni malakali tushunadigan mutaxassislar zarur.

Bunday mutaxassislarni tayyorlashda savdo iqtisodiyoti boshqa iqtisodiy fanlar bilan bir qatorda katta ahamiyatga ega.

«Savdo iqtisodiyoti» iqtisodiy fanlar tizimida alohida o‘rin tutadi. Iqtisodiy fanlar bir qancha mustaqil fanlardan iboratdir va ular bir – biri bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, murakkab tizimni tashkil qiladi.

1.2. Savdo iqtisodiyoti fanining boshqa fanlar bilan bog‘liqligi

Insoniyat taraqqiyoti fanning rivojlanishi bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, fan insoniyat jamiyati taraqqiyotini ta’minlagan.

Fan juda murakkab, ko‘p qirrali, ko‘p xil hodisalar va jarayonlar to‘g‘risidagi bilimlar tizimi sifatida namoyon bo‘lgan. Shu bilan bir qatorda ijtimoiy ong sifatida ham qaralishi zarur.

Bilimlar yig‘indisi (tizimi) va ijtimoiy ong sifatida fan insoniyat jamiyatining rivojlanishini ma’lum bir bosqichda shakllana boshlagan.

Quldorchilik farmasiyasi davrida fan yagona bo‘lgan va bo‘linmagan. Falsafa deb yuritilgan.

Miloddan avvalgi II minginchi yilning oxiri va I ming yillikni boshlarida Vavilonda dalalarni o‘lchashda, irrigasion qurilmalar va binolarni qurishda matematika va geometriyadan keng qo‘llanganlari tarixiy manbalarda keltirilgan. Bizda hozir qo‘llanilayotgan 1 soatning

60 minutligi, 1 minutning 60sekundligi, aylanmaning 360 gradusligi o‘sha davrlarda o‘ylab topilgan va amalda qo‘llanilagan. Ushbu davrdan tibbiyot (medisina), kimyo (ximiya), zoologiya, botaniqa, biologiya, grammatika, tarixshunoslik shakllana boshlagan.

Bu davrda fan yagona bo‘lgan, hammasi falsafa deb hisoblangan. Masalan: Gresiyada miloddan avvalgi VIII-VII asrlarda tabiatni ko‘zatuvchilar va amaliy ko‘nikma ega bo‘lgan shaxslar faylasuf deb hisoblangan.

Buyuk faylasuf (filosof), astronom, geometriyaning asoschisi ***Pifagor*** *miloddan avvalgi V-IV asrlarda yashab o‘tgan.*

VI asrning II-yarmida Janubiy Italiyaning Elei shaxrida materialistik falsafa maktabi yaratilib, u ‘‘Elei maktabi’’ deb nomlanib sharq va g‘arbga mashxur bo‘lgan.

Fanning vujudga kelish davrini ibtidoiy jamiyatning shakllanishi va rivojlanishi sharoitida inson fikrlash qobiliyatining vujudga kelishi, mehnat qurollarini yasashni va madaniy vositalarni (qoyalarga rasmlar chizish) yaratishni boshlagan davrdan axtarish kerak deb hisoblaymiz.Tarixiy tadqiqotlar shundan dalolat beradiki, ibtidoiy odamlarning fikr yuritishi asosida mehnat qurollarini yaratish va diniy dunyo qarashlari ‘‘Yuqori paleolit’’ asridan paydo bo‘la boshlagan. Bu asr tarixiy manbalarga qaraganda eramizdan oldingi XV va XIV ming yilliklarga to‘g‘ri keladi.

Miloddan avvalgi VI - IV asrlarda falsafa nafaqat boshqa fanlar bilan tig‘iz bog‘liq bo‘lgan, aytish mumkinki u ularni o‘z ichiga olgan.

Miloddan avvalgi III – asrga kelib falsafadan maxsus fanlar ajralib chiqib, alohida va tez rivojlana boshlagan.

Miloddan avvalgi V-IV asrlarda ‘‘Tubsiz kichik miqdorlar’’ nazariyasini ***Anaksagar*** *(miloddan avvalgi 500-429 yillar) ilgari so‘rgan. U* ***Demokrit*** *(miloddan avvalgi 460-370 yillar) va* ***Evdoks Knidskiy*** *(miloddan avvalgi 408-355) asarlarida o‘z aksini topib, amalda geometriyada va ayniqsa stereometriyada (shar hajmini o‘lchash, konus va h.k.) ishlatilgan.*

Ksenofont *(miloddan avvalgi 430-353 yillar) o‘z asarlarida tarixiy, siyosiy, iqtisodiy hodisa va jarayonlar to‘g‘risida yozgan.*

Ksenofont *iqtisodiyot faniga asos solgan.*

O‘zining ko‘p qirrali ilmi bilan ***Eratosfen*** *qoyil qoldiradi (miloddan avvalgi 276-193 yillar). U matematika, fizika, geografiya, tarix, filologiya va xronologiya fanlarini mukammal bilgan. U yerni dumaloq shar sifatida ifodalab, Aleksandriya (Iskandariya) da kunning botishida oftobning yerdan chetlanishini ko‘zatib, yer sharining o‘zunligini 39700 km deb hisoblagan, haqiqatda esa yer sharining o‘zunligi 40000km dir.*

Yuqorida keltirilganlar qatoriga dunyoga mashhur bo‘lgan quyidagi olimlarni keltirish mumkin. Faylasuf olim ***Geraklit*** *(miloddan avvalgi VI-asr oxirida); Afinalik astronom* ***Metan*** *(miloddan avvalgi V-asrning II-yarmi), u greklarni oy kalendari kun kalendari bilan solishtirib yil davomini 365 kun ekanligini aniqlagan. Uni to‘zgan kalendari hozirgi ishlatilayotgan Yulian kalendarigacha ishlatilgan. Buyuk tibbiyotchi* ***Gippokrat*** *(miloddan avvalgi V- IV asr)faylasuf, faylasuf* ***Sakrot*** *(miloddan avvalgi 496-369 yillar),* ***Platon*** *(miloddan avvalgi 429-347 yillar) Akademiya deb nomlangan falsafiy maktabni asoschisi,* ***Aristotel*** *(miloddan avvalgi 384-322)* ***iqtisodiyot fanini otasi*** *deb hisoblanadi*

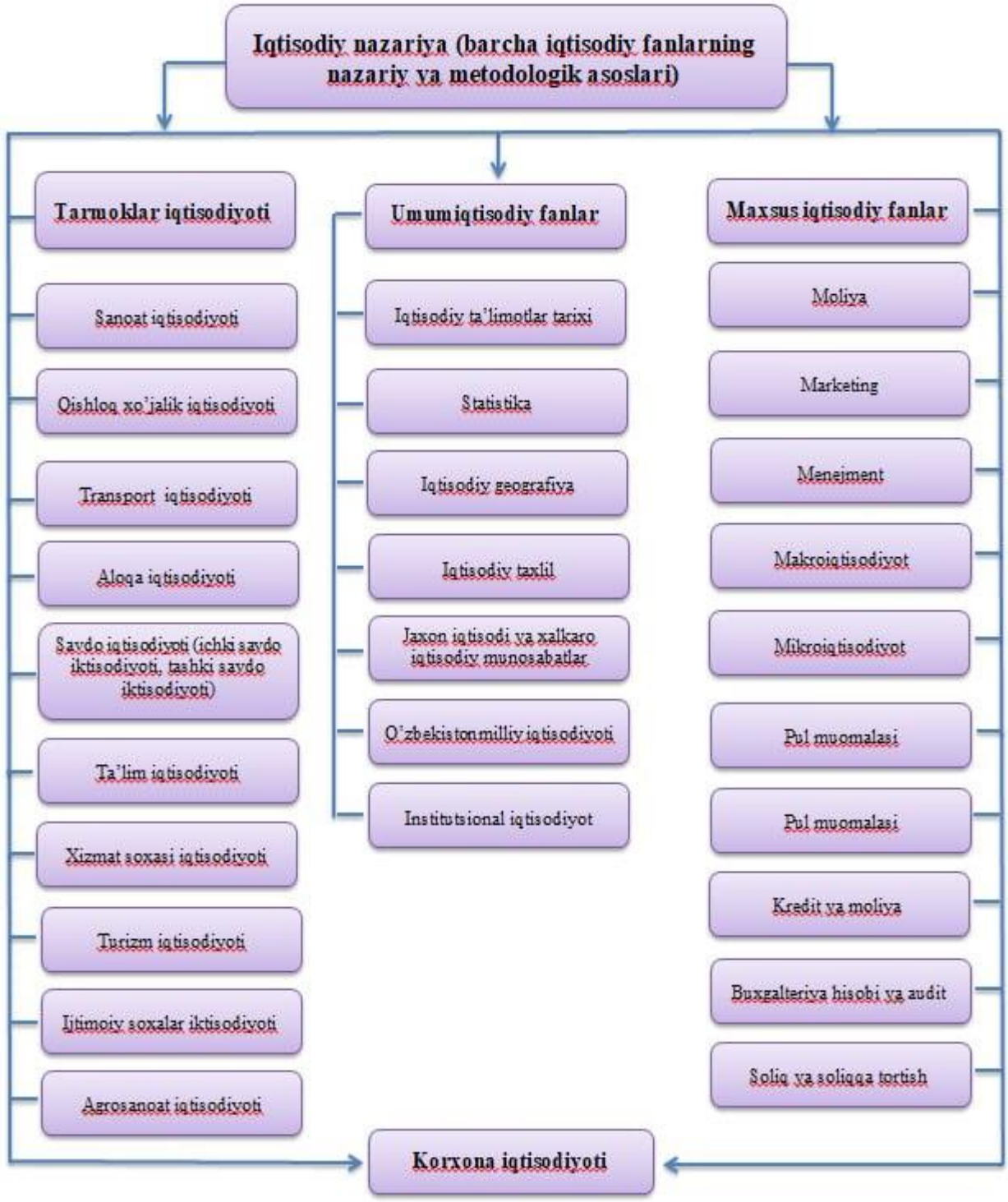
Ijtimoiy mehnat taqsimoti ta’siri ostida jamiyat tarmoqlar, sohalarga ajralgani kabi fan ham har – xil turlarga bo‘linib kelgan, takomillashgan, tarmoqlashgan, integrasiyalashgan va rivojlanib kelmoqda.

Umuman fanlar tizimi jamiyatning tarkibini namoyon qiladi. Barcha fanlar ikkita katta guruhga ajratiladi. Tabiiy-texnik fanlar va ijtimoiy fanlar.

Bu fanlarning bir – biri bilan bog‘liqligi mavjud. Fanlarning bir – biri bilan bog‘liqligi ularning usullaridan, obyektlaridan, subyektlaridan va nihoyat bir – birini maxsulidan foydalanishdan kelib chiqadi. Chunki tabiiy va texnik fanlar ham, ijtimoiy fanlar ham ishlab chiqarish kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlarini o‘rganish bilan chambarchas bog‘liqdir.

Ijtimoiy fanlarning nazariy va metodologik asosini falsafa tashkil qiladi. Ijtimoiy fanlar tizimida iqtisodiy fanlar alohida o‘ringa ega.

Iqtisodiy fanlar bir qancha mustaqil fanlardan iboratdir va ular bir-biri bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, murakkab tizimni tashkil qiladi. 1.2-chizmada iqtisodiy fanlar tizimi keltirilgan.



1.2. chizma. **Iqtisodiy fanlar tizimi**

Chizmada keltirilgan fanlardan tashqari ayrim sohalar, iqtisodiy jarayonlarga oid boshqa iqtisodiy fanlar ham mavjuddir. Barcha

iqtisodiy fanlar bir-birlari bilan chambarchas bog‘liqlikda bo‘lib, har birini jamiyat iqtisodiyotini rivojlantirish va takomillashtirishda o‘ziga xos ahamiyati bor.

1.3. Savdo iqtisodiyoti fanining obyekti va predmeti

Obyekt lotincha «objectum» so‘zidan olingan bo‘lib, o‘zbekcha narsa, buyum mazmunini bildiradi. Falsafada esa, obyekt so‘zi bizdan tashqarida va bizning ongimizga bog‘liq bo‘lmagan holda mavjud bo‘lgan borliq, voqyeylik, moddiy dunyo, mavjudod mazmunida kishi faoliyati, diqqat e’tibori qaratilgan hodisa, predmet yoki shaxs ma’nosida ham ishlatiladi. Oddiy hayotda obyekt korxona, tashkilot, muassasa yoki biror bir faoliyat o‘tkaziladigan joy ma’nosida ishlatiladi.

Har qanday fanning o‘rganadigan, uning maqsadi qaratilgan obyekti mavjud.

Savdo iqtisodiyoti fanining obyekti nima hisoblanadi? Savdo deganda, bozor, magazin, laryok, ya’ni savdo bilan shug‘ullanadigan joy, bino ko‘z oldimizga keladi. Lekin binoni, magazin yoki laryokning joylashtirilishi, qurilishi, arxitekturasi va boshqa texnikaviy jihatlari obyekt sifatida o‘rganadigan fanlar mavjud.

Savdo iqtisodiyoti fanining metodologiyasi, uning maqsadi, diqqat e’tibori savdo faoliyatida sodir bo‘layotgan iqtisodiy jarayonga qaratiladi. Ya’ni savdoda ro‘y berayotgan iqtisodiy reallikni o‘rganishga qaratiladi.

Biz yuqorida keltirilgan «Obyekt» so‘zini falsafiy mazmunidan kelib chiqsak, savdo iqtisodiyoti fanining e’tibori unda sodir bo‘layotgan iqtisodiy jarayonlar, ya’ni tovarlarni ishlab chiqarishdan iste’molchilarchilarga yetkazishda ro‘y berayotgan iqtisodiy jarayonlarga qaratiladi.

Bu yerda tovarlarni tashish, saqlash, qadoqlash kabi texnologik jarayonlar emas, ushbu jarayonlarni va oldi – sotdi jarayonida ro‘y berayotgan iqtisodiy jarayonlarni ko‘z oldimizga keltirishimiz zarur.

Predmet so‘zining mazmuni ikki xil, birinchidan, narsa, moddiy vosita, xodisa sifatida, ikkinchidan, xayol, fikr qaratilgan narsa, uning mazmuni yoki faoliyat qaratilgan hodisa, jarayon deb tushuniladi. Fan

predmetini aniqlashda biz so‘zning ikkinchi mazmunidan kelib chiqib aniqlashimiz zarur.

Savdo iqtisodiyoti fani o‘z obyektida ro‘y berayotgan real iqtisodiy jarayonlar, hodisalarni o‘rganib, ularning ahamiyati, holati va kelajagini yoritib, ma’lumot yoki xulosalar berishni o‘rganishi zarur.

1.4. Savdo iqtisodiyoti fanining usullari

Har qanday ilmiy fan o‘rganadigan predmetdan kelib chiqib, o‘z usullarini (metodlarini) yaratgan. Metod grekcha «methodos» so‘zidan olingan bo‘lib, to‘g‘ridan to‘g‘ri «Biron narsaga yo‘l topish» ma’nosini bildiradi. o‘zbek tilida metod so‘zi usul ma’nosiga to‘g‘ri keladi.

Fan usuli (metodi) deganda tabiat va jamiyatda sodir bo‘layotgan xodisalar va jarayonlarni bilish, o‘rganish va tadqiq qilish uchun fanda qo‘llaniladigan vositalar majmuasi tushuniladi.

Usul – bizning fikrimizcha, jamiyat sirlarini obyektiv fikrlash, nazariy mushoxada qilish va amaliyotga joriy etish vositalari sifatida qaralishi mumkun.

Usul, falsafiy ma’noda qaralsa, fan o‘rganadigan predmetni inson fikrida nusxalanishi yoki shakllanishini bildirib, ularni o‘rganish quroli sifatida qaraladi.

Ongli ravishda, ilmiy asoslangan fan usularini qo‘llash, har bir fan uchun yangiliklar yaratish uchun asos bo‘lib hisoblanadi.

Qadimgi islom dunyosida olimlar tabiat va jamiyatni rivojlanishini, tafakkurni takomillashtirishni o‘rganishda «Rivojlanish-shakllanish» nazaryasini ishlatishgan. Ushbu nazariya asosida fikr yuritishni «Olloh-inson-modda-vaqt-iqtisodiy ravnaq» usuli ishlatilgan. Shu bilan birga, bilish jarayoninig rivojlanishi asosida ilmiy fikr yuritishning umumiy usullari ham yaratilgan. Ular qatoriga dealektika, induksiya, deduksiya, analiz va sintez kabilar kiradi.

Keltirilgan usullarni qisqacha mazmunini yoritib o‘tamiz.

Bobolarimiz ishlatgan «Rivojlanish - shakllanish» nazariyasi, Ollohning yaratuvchanligi, uning birlamchiligini asoslab, keyin inson – modda – vaqt – iqtisodiy ravnaqqa qarab rivojlanish amalga oshishini asoslaydigan fikr yuritish usulidir.

Dialektika-grekcha «diaiektike» so‘zidan kelib chiqib, tabiat, jamiyat va tafakurning umumiy qonunlarini o‘rganish usuli sifatida vujudga kelgan.

Qadimiy falsafa tabiatda va jamiyatda butun borliq o‘zgaruvchanligini asoslagan, hodisalar, jarayonlarning bir holatdan ikkinchi qarama-qarshi holatga o‘tishini isbotlagan. Aristotel dialektikani ehtimol fikrlarni isbotlash to‘g‘risidagi fan deb qaragan. Butun borliq, mavjudodni har biri ham bor, ham yo‘q; o‘zi o‘ziga teng va teng emas; o‘ziga o‘xshaydi va o‘zidan qarama qarshi holatga o‘tadi. Shuning uchun ham borliq to‘la qarama-qarshilikdan iborat, yagona va ko‘p; mangu va o‘tuvchan; o‘zgarmas va o‘rgaruvchan; tinch holatda va harakatda; o‘ziga o‘xshaydi va o‘zidan qarama – qarshi holatga o‘tadi. Bu jarayonlarni o‘rganish usuli sifatida dealektika vujudga kelgan.

Dialektika – oddiy mushohadadan abstrakt fikrlash, undan amaliyotga o‘tishni bildiradi.

Aslida, tarixda dialektika – tortishuv o‘tkazish qobiliyati, ya’ni savol – javob orqali tortishuv o‘tkazish qobiliyati hamda narsalar, tushunchalarni shakllar va turlarga tasniflash mahorati deb tushunilgan.

Induksiya lotincha «induktio» so‘zidan olingan bo‘lib, xabar olish ma’nosini bildiradi. Fikr yuritishning bir turi bo‘lib, tadqiq qilish usulidir. Umuman, induksiya tadqiqot qilishda, xulosalarni asoslashda xususiy miqdordan, ayrim voqyelikdan umumiylikka o‘tish usulidir. Iqtisodiy jarayonlarning tahlil qilishda umumiy nazorat bilimga ega bo‘lish uchun uning alohida tomonlari, emperik asoslari o‘rganilib, xulosa qilinadi.

Deduksiya lotincha «dedukctio» so‘zidan olinib so‘zma – so‘z «chiqarish» ma’nosini bildiradi. Deduksiya ham induksiya kabi fikr yuritishni bir turi va tadqiq qilish usuli bo‘lib, induksiya usulining teskarisini anglatadi. Deduksiya usuli ishlatilganda umumiylikdan xususiylikka qarab fikr yuritiladi va tadqiqot olib boriladi.

Induksiya va deduksiya mantiqiy fikr yuritishga asoslangan. Iqtisodiy tadqiqotlar o‘tkazilishidan ayrim belgilarni tahlil qilib, uning asosida umumiy jarayonga baho berish yoki uning teskari hollari yuz berishiga ko‘p to‘qnashamiz.

Analiz va sintez grekcha «analysis» va «syntesis» so‘zidan olingan bo‘lib analiz – bo‘lish va ajratish, sintez – muvofiqlik, munosiblik ma’nosini bildiradi. Analiz va sintez tadqiqot usuli bo‘lib, umumiy mazmuni yaxlitlikni alohida tarkibiy bo‘limlarga (xususiylikka) ajratish va yaxlitlikni alohida tarkibiy bo‘limlardan umumiylikni yaratish jarayoni tushuniladi. Savdo iqtisodiyoti ilmiy fan sifatida yuqorida keltirilgan falsafaning usullaridan va boshqa fanlarda ishlatiladigan ko‘p arsenalli usul va uslublarni o‘z predmetini o‘rganishda ishlatadi. Ular qatoriga solishtirish, guruxlash, indeks, zanjirli bog‘lash, balansli bog‘lash, grafiklar, iqtisodiy matetmatik va boshqalarini kiritish mumkin. Tabiiy yo‘naltirilishi bo‘yicha bu usul va uslublar iqtisodiy jarayon va xodisalarni tahlil qilish, ilmiy tadqiqot o‘tkazish, prognozlash rejalashtirish qurollari sifatida ishlatiladi. Bir qator alomatlari bo‘yicha bu usullar son va sifat tahlili, solishtirish, ko‘zatish, eksprement o‘tkazish, sistemali tahlil, modellashtirish, ekstropolyasiya, interpolyasiya kabilarga bo‘linadi. Shular bilan bir qatorda statistik, matematik, bashorat (gipoteza), monografik, ekspert usullari keng ishlatiladi.

Tayanch iboralar: jamiyat, iqtisodiyot, fan, moddiy borliq, obyekt, predmet, usul.

Takrorlash uchun savollar

1. Moddiy borliq nima, ular qanday turlarga bo‘linadi?
2. Insoniyat hayotda qanday muammolarga duch keladi?
3. Fan nima?
4. Iqtisodiyot so‘zining mazmunini yoritib bering?
5. Iqtisodiyot fanlari tizimiga qanday fanlar kiradi?
6. Savdo iqtisodiyoti fanining obyekti nima?
7. Savdo iqtisodiyoti fanining predmeti?
8. Savdo iqtisodiyoti fani qanday usularni ishlatadi?

II BOB. BOZOR IQTISODIYOTINI SHAKLLANTIRISH ShAROITIDA SAVDO

2.1. Tovar ayriboshlashning mohiyati

2.1.1. Bozor iqtisodiyoti, uning qoidalari, bozor tushunchasi, funksiyalari va elementlari

Tovar ayriboshlash jarayoni bozorda amalga oshiriladi. Bozor esa o‘z vaqtida bozor iqtisodiyotining asosiy subyektlaridan biri hisoblanadi. Bozorda ikki xil kategoriyadagi subyekt uchrashadi, biri sotish niyatida bozorga taklif bilan chiqadi, ikkinchisi sotib olish niyatida bozorga talab bilan chiqadi.

Bozorda sotib oluvchi (talab) va sotuvchi (taklif) o‘rtasidagi iqtisodiy munosabat ro‘yobga chiqadi.

Bozor deganda oddiy tilda oldi – sotdi jarayoni amalga oshiriladigan joy tushuniladi.

«Bozor» desa bizlarni ko‘z oldimizga qaynab yotgan dehqon yoki chayqov bozori keladi. Lekin bu tarif haqiqiy bozorni to‘la anglatmaydi.

Ilmiy, ijtimoiy – iqtisodiy nuqtai nazardan ilmiy asarlarda, o‘quv va ommabop adabiyotlarda bozor to‘g‘risida har xil tushunchalar mavjud.

P. Samuelsonning «Ekonomika» asarida bozorni – «… bozorlar jamiyatni va savdo ishlab chiqarish faoliyatini bog‘lovchi mexanizm sifatida namoyon bo‘ladi», deb ta’riflaydi[4].

F. Kotler bozorni «Mavjud va potensial tovar sotib oluvchilar majmuasi», deb ta’riflaydi[5].

K. R. Makkonel va S. L. Bryular bozorni mahsulot va xizmatni sotuvchi va sotib oluvchilarni qo‘shuvchi mexanizm deb atashadi[6].

A.S. Usmanov bozorga shunday ta’rif beradi: «Bozor tushunchasi keng ma’noda – bu tovar ayriboshlash sohasi deb, tovar ayriboshlash bor ekan, bozor ham mavjud»[7] deydi.

---

[4] Самуэльсон П., «Экономика» Т., INAO, «АЛГОН» ВНИИСИ, 1992, с.36.
[5] Котлер Ф. «Основы маркетинга». М., Прогресс, 1990 с. 54
[6] Макконелл К.р., Брю С. А. Экономикс: принципы, проблемы и политика. М., республика. 1992.т.1.с.77.
[7] Усмонов А.С. Научные основы регулируемых рыночных отношений. Тошкент: PLSHTLI «Ўзинфорагпром». 1992.с.30.

N. Tuxliyevni fikricha, «Bozor tovar ishlab chiqarish qonunlari asosida tashkil qilingan ayriboshlash, tovar va pul muomalasi munosabatlarining yig‘indisi, ishlab chiqarish va iste’mol o‘rtasidagi muhim bog‘lovchi bo‘g‘indir[8]»

A. Soliyev va A. Usmonovlar bozorga quyidagicha ta’rif beradi: «bozor o‘ziga xos ijtimoiy – iqtisodiy munosabatlar jarayoni bo‘lib, unda tovarlar va xizmatlar ayriboshlanadi va ishlab chiqaruvchilar bilan iste’molchilar manfaatlari to‘qnashadi va bir – biri bilan kelishadi[9]»

«Eng yaxshisi bozorni xaridorlar va sotuvchilarga narxlarni ayriboshlashga imkoniyat beradigan tizimdir, deb ta’riflasak bo‘ladi», deb E. Sariqov va E. Mamatovlar ta’kidlaydilar[10].

Bozorga berilgan bunday bir – biridan farqlanadigan tariflarni ko‘plab misolni keltirish mumkin.

Bozorni ilmiy, ijtimoiy – iqtisodiy nuqtai nazardan ta’riflarini bozorga ta’rif berish borasida chet el va respublikamiz olimlari o‘rtasida yagona fikrga kelmaganligini ta’kidlab o‘tish bilan maqsadimiz terminlarni, ta’riflarni to‘g‘ri aniqlashni ilmiy va amaliy ahamiyati katta ekanligini ko‘rsatib o‘tishdan iboratdir.

Ilmiy jihatdan bir xil narsaga har xil tushunchalar, tariflar berish ko‘p hollarda noto‘g‘ri tasavvurga olib kelishi, natijada uni mohiyatini to‘g‘ri ochib berolmaslikka olib kelishi mumkin.

Amaliy nuqtai nazardan bu hol mutaxassislar o‘rtasida o‘zaro tushunishni qiyinlashishiga, o‘quv adabiyotlarini yaratishda tushunmovchiliklarga olib kelishi ehtimoldan holi emas.

Bizning fikrimizcha, bozor tushunchasini birinchidan, uni iqtisodiyotning xo‘jalik subyekti nuqtai nazardan va ikkinchidan nazariy, ijtimoiy – iqtisodiy nuqtai nazardan ta’riflash maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Bozor – bozor iqtisodiyotining xo‘jalik subyekti sifatida, xaridor va sotuvchilar to‘qnash turuvchi va kelishtiruvchi xo‘jalik

[8] Тўхлиев Н. Бозорга ўтишнинг машаққатли йўли. Тошкент: «Ўзбекистон»,1999. 13 б.
[9] Солиев А., Усмонов А. Маркетинг., Тошкент, «Ўқитувчи». 1997.9 б.
[10] Сариқов Э, Маматов М. «Иқтисодиёт ва бизнес», Тошкент, «Шарқ». 1997. 22 б.

obyektidir (joy, korxona, firma, birja, savdo, xizmat shaxobchalari va h.k.o.)

Nazariy va ijtimoiy – iqtisodiy nuqtai nazardan bozor tushunchasiga almashuv jarayonida sodir bo‘ladigan, bozor iqtisodiyoti qonun va qoidalaridan kelib chiqadigan ijtimoiy – iqtisodiy munosabatlardan kelib chiqish zarur.

Bizning fikrimizcha, bozor iqtisodiyotining subyekti sifatida tovar – pul muomalasiga bog‘liq bo‘lgan munosabatlarni namoyon bo‘lishini taminlaydi. Bozorning mohiyati, barcha xo‘jalik subyektlari (bozor subyektlari – uy, oila xo‘jaligi, ishlab chiqarish, davlat), inson va jamiyatdagi ayriboshlash munosabatlarining majmuasini anglatadi.

Qisqa qilib aytganda, bozor – bozor iqtisodiyoti qonun va qoidalarga asoslangan ayriboshlash jarayonida xaridor va sotuvchi o‘rtasidagi iqtisodiy munosabatlar tizimidir.

Bozorda–butun jamiyatdagi ko‘p qirrali iqtisodiy munosabatlar, ya’ni ishlab chiqarish, taqsimot, ayriboshlash va iste’mol jarayonida vujudga keladigan, alohida prinsiplarga asoslangan munosabatlar namoyon bo‘ladi.

Kengroq ma’noda bozor – bu bozor iqtisodiyoti qonun va qoidalariga asoslangan ayriboshlash ya’ni, oldi – sotdi jarayonidagi iqtisodiy faoliyatning shakl va turlari bo‘lib, u ishlab chiqaruvchi, tovar yetkazuvchilarni (taklif vakillari) bir tomondan va iste’molchilar, xaridorlarni (talab vakillari) ikkinchi tomondan birga to‘qnashtirish va kelishtirish jarayonini ta’minlaydigan bozor iqtisodiyotining subyektidir.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, avval bozor iqtisodiyoti tushunchasi, uning qonunlari va qoidalariga qisqacha to‘xtalib o‘tamiz. Bozor iqtisodiyoti insoniyat taraqqiyotidagi iqtisodiy tizimni bir modeli bo‘lib hisoblanadi. Masalan inson taraqqiyotida ko‘zatilgan iqtisodiy tizimlarga, natural xo‘jalik (ibtido jamiyati), feodal tizimi, harbiy tizim, ma’muriy tizim, (sosializm), bozor iqtisodiyotiga asoslangan tizimlarni kiritish mumkin.

Har qanday iqtisodiy tizim o‘zida shunday mexanizmni namoyonlashtirdiki, unda tabiiy resurslar, ishchi kuchi, texnologiya,

tadbirkorlik va boshqaruv mahoratlari mujassamlashgan bo‘lishi kerak.

Iqtisodiy tizimni bosh maqsadi moddiy ne’matlar va xizmatlarni ishlab chiqarish va taqsimlash orqali insoniyat ehtiyojlarini ko‘ra bilish va qondirish bo‘lib hisoblanadi. Bu vazifani bajarish uchun insoniyat o‘z taraqqiyotida eng samarali iqtisodiy tizim modelini yaratishga intilib kelgan.

Hozirgi kunda butun jahon tan olgan, eng samarali iqtisodiy tizim modeli – bu bozor iqtisodiyoti modeli hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyoti har xil davlatlarda ularning shart – sharoitlaridan kelib chiqib har xil bo‘lishi mumkin. Shu sababli bozor iqtisodiyotini har xil modellari mavjud.

Masalan: AQSh, Yaponiya, Shvesiya, Tursiya, Rossiya, O‘zbekiston va h.k.

Bozor iqtisodiyoti – bu tovar – pul muomalasi munosabatlariga va o‘zining qonun – qoidalariga asoslangan ijtimoiy – iqtisodiy tizim modelidir.

Bozor iqtisodiyoti o‘ziga xos qonun va qoidalarga egadir.

Bozor iqtisodiyotiga ta’luqli iqtisodiy qonunlar to‘g‘risidagi iqtisodchi olimning fikriga to‘xtalib o‘tamiz.

Rossiya iqtisodchi olimlar jamoasi tomonidan, professor Rayzberk B.A. raxbarligida chop etilgan «Kurs ekonomiki» darsligida (M. «INFARM», 1997. 74 -96 betlar) iqtisodiyotni qonuniyatlari (qonunlari) to‘g‘risida fikr yuritilib quyidagilar bozor iqtisodiyotiga mos qonunlar sifatida keltirgan. Ehtiyojni yuksalib borishi qonuni; resurslarni chegaralanganligi qoidasi; ishlab chiqarish imkoniyatlari chegarasi va almashtirilgan xarajatlarni ortib borish qonuni (bu yerda «almashtirilgan»degan so‘z «vmenennых» so‘zini tarjimasi sifatida muallif tomonidan ishlatilmoqda va bu yerda bir tovarni ishlab chiqarishni ikkinchisi bilan almashtirishga bog‘liq bo‘lgan xarajatlar nazarda tutilmoqda); daromadlarni kamayib borish qonuni; doiradagi (chegarali) foydalilikni kamayib borishi qonuni; foydalilikni maksimallashtirish qoidasi (bu yerda «Foydalilik» mahsulot (tovar yoki xizmat) ni inson ehtiyojini qondira olish salohiyati (qobiliyati) nazarda tutiladi); talab qonuni; taklif qonuni; pul muomalasi qonuni;

Engel qonuni – shaxsiy iste’mol tarkibini daromadga bog‘liqligi.

A.O‘lmasov va N.To‘xliyevlar «Bozor iqtisodiyoti» lug‘at – ma’lumotnomada (Toshkent. qomuslar bosh tahririyati. 1991) bozor iqtisodiyoti qonunlariga talab va taklif qonuni va pul muomalasi qonunini kiritish bilan chegaralangan.

A.O‘lmasov va A.Vahobovlarning «Iqtisodiyot nazariyasi» Oliy o‘quv yurtlari uchun darsligi (Toshkent. «Sharq», 2006) qonunlarini umumiqtisodiy va ayrim iqtisodiy tizimlarga xos maxsus qonunlarga ajratilib, birinchisiga – mehnat taqsimoti, jamg‘arish, mehnat unumdorligini oshib borishi, ehtiyojlarning yuksalish qonunlari, ikkinchi tipiga – talab qonuni, taklif qonuni, me’yoriy naflik qonuni, raqobat qonunlari keltiriladi. Ikkinchi tipdagi qonunlar bozor iqtisodiyotiga mos qonunlar deb ta’kidlanadi.

Sh. Shodmonov, R. Alimov va T. Jo‘rayevlarning «Iqtisodiyot nazariyasi» darsligida (Toshkent. «Moliya». 2002, 276.) Iqtisodiy qonunlarni 3 guruxga bo‘lib, ularga:

Umumiy iqtisodiy qonunlar – vaqtni tejash qonuni; ehtiyojlarni tez o‘sib borish qonuni; takror ishlab chiqarish qonuni; ishlab chiqarish munosabatlarini ishlab chiqaruvchi kuchlar xususiyati va rivojlanish darajasiga mos kelishi qonuni va boshqalar:

Xususiy yoki davriy iqtisodiy qonunlar - talab qonuni; taklif qonuni; qiymat qonuni;

Maxsus o‘ziga xos iqtisodiy qonunga - qo‘shimcha qiymat qonuni kiritilgan.

Bu yerda biz iqtisodiy qonunlar to‘g‘risida munozara va mulohazalar qilmaymiz, bu bizning maqsadga kirmaydi.

Bu qonunlar va ularni olimlar tomonidan talqinini ma’lumot uchun keltirmoqdamiz. Bizning fikrimizcha, bu masala allaqancha chigal va munozarali masala bo‘lib, iqtisodchi olimlar tomonidan chuqur o‘rganishni, tadqiqot qilishni talab qiladi.

Endi bozor iqtisodiyotining qoidalariga to‘xtalib o‘tamiz.

Bozor iqtisodiyotining qoidalariga quyidagilarni kiritish mumkin:

I. Biznesni, tadbirkorlik faoliyatini iqtisodiy, xo‘jalik erkinligi (shaxsni, oilani, sosial guruxni).

Bu erkinlik faoliyatni, hayotni barcha qirralariga tegishli bo‘lib ularga o‘z hohishi bilan ijtimoiy hayotga ishtirok etishini bildiradi.

Bu qoida kishilarga bir tomondan mulkchilik, ikkinchi tomondan tadbirkorlikni konkret xayotda amalga oshirish imkoniyatini beradi.

Bozor iqtisodiyotida erkinlik deganini absalyut erkinlik deb tushunmaslik kerak. Erkinlik har qanday iqtisodiy tizimda eng avvalo qonunlar, qoidalar, iqtisodiy dastaklar orqali chegaralangan. Shu sababli bozor iqtisodiyotining ikkinchi qoidasi:

II.Iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solish.

Lekin bozorni o‘zi emas bozor iqtisodiyoti, bozor munosabatlari tartibga solinib turiladi.

Bozor erkinligi doimo iqtisodiy javobgarlik va tadbirkorlik, tavakkalchilik bilan bog‘liqdir.Bozor iqtisodiyotini tartibga solish iqtisodiy dastaklar orqali ya’ni soliq, moliya, kredit, bank tizimi, yuridik qonunlar, bahoni chegaralash, monopoliyani chegaralash hisobotlar (buxgalteriya, statistika, tezkor) va boshqalar orqali amalga oshiriladi.

Bozor iqtisodiyoti ishlab chiqarish balans iste’mol o‘rtasidagi munosabatda iste’mol primatini, uni yuqori turishini belgilaydi. hamma iste’molchini talabini qondirish uchun (ishlaydi) faoliyat ko‘rsatadi. Shu sababli uchinchi qoida:

III. Iste’mol primati.

Yuqoridagilar bilan bir qatorda bozor iqtisodiyotida quyidagi qoidalar ham amal qiladi:

IV. Bozor sharoitida bahoni shakllanishi.

V. Muomalani shartnoma (kontrakt) asosida bo‘lishi.

VI. Moliya va pul muomalasi ta’siri ostida ishlash.

VII. Iqtisodiyotni ochiqligi. Tadbirkorlik va tashqi aloqalarga ham tegishli, albatta chegaralangan holda.

VIII. Raqobat. Bozor iqtisodiyoti raqobatsiz bo‘lmaydi.

IX. Bozor munosabatlari iqtisodiyotning barcha qirralariga, butun regioniga tegishlidir. Bozor munosabatlari umumiydir.

2.1.2. Bozorning turlari

Bozor jamiyat tarkibidan, uni rivojlantiruvchi omillardan kelib chiqib har xil turlanadi.

I. Iqtisodiyotni ochiqligi nuqtai nazardan:

1.1. Erkin yoki ochiq (legal) bozor.

1.2. Soyadagi yoki yopiq xufyona bozor. Xufyona bozor tarkibi. 2.1.3.1. Chizmada keltirilgan.

II. Ishlab chiqarish omillari va muomala obyektlarini nuqtai nazardan:

2.1. Tabiiy resurslar bozori (yer, tabiiy boyliklar).

2.2.Kapital (moliyaviy) bozori; (pul, valyuta, qimmatli qog‘ozlar, aksiya, obligasiya, investisiya).

2.3. Mehnat bozori; (ish kuchi, ish joyi).

2.4. Tovarlar bozori; (ishlab chiqarish vositalari, iste’mol tovarlari)

2.5. Xizmat bozori;

2.6. Axborotlar bozori;

2.7. Uy – joy inshoatlari bozori.

Bu umumlashtirilgan holdagi tarkib, bular yana tarkiblanadi.

III. Geografik joylashishi nuqtai nazardan.

3.1. Xalqaro, jahon bozorlar (jahon birjalari). (neft, paxta, oltin va h.k.)

3.2. Joylardagi bozorlar (shaxar, qishloq, mahalla

2.1.3. Bozorning subyektlari

Jamiyatda uchta asosiy iqtisodiy subyektlar tovar – pul munosabatlariga asosan aloqa qilib turadi. Bular davlat, korxona va uy (oila) xo‘jaligidir.

Bularning munosabatlari ikki tomonlama xarakterga ega bo‘ladi. Davlat bilan bozor subyektlarining munosabatlari asosan qonunlar, qonuniy hujjatlar bilan tartibga solinadi, lekin xo‘jalik aloqalari (oldi - sotdi) shartnomalar, kelishuvlar, davlat buyurtmalari, kontraktlar, davlat subsidiyalari orqali amalga oshiriladi.

Bozor subyektlari (korxona, uy xo‘jaligi) ning aloqalari,

munosabatlari shartnomalar asosida amalga oshiriladi.

Bozor tizimida iqtisodiy subyektlarning bir – biri bilan oldi – sotdi munosabatlarining predmetlarini keltiramiz (2.1- chizma)

Xo‘jalik faoliyati va xo‘jalik ishlari bilan har bir shaxs, fuqaro qadimdan shug‘ullanib kelgan. Ular o‘z – o‘zini ta’minlash masalasini hal qilish bilan shug‘ullanishadi. Bunday xo‘jalik yuritish shakliga uy (oila) xo‘jaligi deb yuritiladi va u jamiyatning birlamchi, boshlang‘ich bo‘g‘inidir.

Ularning belgilariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ❖ shaxsiy ehtiyojni qondirish. Ular ishlab chiqargan narsasini o‘zi yoki oilasi iste’mol qiladi, ular ishlab chiqaruvchi va iste’molchi hisoblanadilar. hozirgi zamonda uy (oila) xo‘jaliklari ortiqcha mahsulotlarini sotish uchun bozorga ham chiqadi. Bunday hollarda oila xo‘jalik faoliyatidan qo‘shimcha daromad manbai sifatida foydalaniladi va ular qisman jamiyatni, boshqalarni ehtiyojini qondirish uchun xizmat qilgan hisoblanadi. Bunday holda uy xo‘jaligining mahsuloti tovar shakliga aylanadi;
- ❖ ular faoliyatida shaxsiy mulkidan foydalaniladi (ayrim hollarda kredit yoki ssudalardan foydalanishi ehtimoldan holi emas);
- ❖ asosan o‘z ish kuchini ishlatishadi, yollanma ishchi kuchidan foydalanishi ham mumkin;
- ❖ faoliyatida ishlatiladigan barcha resurslardan samarali foydalanishgacha va ko‘proq mahsulot ishlab chiqarishga intilishadi;
- ❖ yuridik shaxs maqomiga ega bo‘lmaydi, ularga hokimiyatdan ruxsatnoma olish shart emas;
- ❖ faoliyat yuritishda mustaqil qarorlar qabul qiladi va nihoyat, ular o‘z tavakkalchiligi asosida ish yuritadi.

Jamiyatning asosiy bo‘g‘inini, ishlab chiqarish va xizmatni bozor va jamiyat uchun amalga oshiruvchi, o‘z xo‘jalik faoliyatini o‘z ehtiyoji (talabi) uchun emas, tashqi, boshqalar ehtiyojini (talabini) qondirishga yo‘naltiruvchi subyektlar bo‘lib, korxonalar hisoblanadi.

2.1-chizma

Bozor subyektlarining oldi – sotdi predmetlari

Bozor subyektlari	Sotish predmetlari	Sotib oladigan predmetlari
I. Davlat	Yer, yer osti boyliklari, suvlar, havo bo‘shlig‘i, o‘simliklar va hayvonot dunyosi, uy – joy, litsen-ziya, davlat tashkilotlari va muassasalarining xizmatlari	Davlat va jamiyatga zarur bo‘lgan tovarlar (davlat bosh-qaruv organlari, mudofaa va hokazolar), xizmatlar, ishchi kuchi, jihozlar, Fan – texnika yutuqlari va boshqalar
II. Korxona	Tovarlar, xizmatlar, o‘ziga tegishli moddiy ne’matlar, intellektual mulk	Yer, tabiiy boyliklar, moddiy resurslar, ishchi kuchi, tovarlar, xizmatlar, qimmatbaho qog‘ozlar
III. Uy (oila) xo‘jaligi	Ishchi kuchi, (mehnat), o‘ziga tegishli moddiy ne’matlar, tovarlar, xizmatlar.	Iste’mol tovarlari, xizmatlar, moddiy ne’matlar

2.2. Savdoning mohiyati va uning bozor iqtisodiyoti sharoitida ahamiyati

2.2.1. Savdoning mohiyati, funksiyalari

Savdoning kelib chiqishi ijtimoiy mehnat taqsimoti natijasida tovar ishlab chiqarishni va tovar muomalasi, ayriboshlashni vujudga kelishi bilan bog‘liq.

Tarixan savdoni foyda olish maqsadida moddiy boyliklarni qaytas, otish uchun sotib olish deb tushunilgan. Savdo jarayonini quyidagicha ifodalash mumkin:

$$\mathbf{P – T - P^1 \ldots T – P^1 \ldots}$$

Savdoni tovar ayriboshlashni shakli (formasi) nuqtai nazardan qaralsa, savdoning vazifasi makon va zamon jihatidan bir – biridan ajralib to‘rgan ishlab chiqaruvchilar va iste’molchilar o‘rtasidagi aloqani bog‘lashdan iborat bo‘lgan.

Savdo mustaqil ijtimoiy – iqtisodiy funksiya bajarib, boshqa iqtisodiy faoliyat bilan shug‘ullanuvchi xo‘jalik tarmoqlari qatori uning

faoliyatida ham mulkdor (mulk egasi), yollangan xizmatchilar, mehnat, tadbirkorlik, foyda kabilar o‘z aksini tarixan topgan.

Savdo ishlab chiqarishning biridan ikkinchisiga, ikkinchisidan uchinchisiga va ishlab chiqaruvchi qo‘lidan iste’molchi qo‘liga mahsulotlarni yetkazish vazifasini bajargan.

Savdo jarayonida mahsulotlar tovarga aylanadi. Chunki tovar sotish uchun ishlab chiqariladigan mahsulotlardir.

Mahsulot biron – bir ehtiyojni qondirmasa, ya’ni uni iste’mol qiymati zaruriyat topmasa, uning qiymati qoplanmaydi va uni ishlab chiqaruvchi inqirozga uchrashi ehtimoldan Uzoq bo‘lmaydi.

Savdoni shakllanishi insoniyat taraqqiyoti tarixi bilan chambarchas bog‘liq. Ibtidoiy jamiyatda alohida qabilalar ehtiyojidan kelib chiqib mahsulotlari bilan ayriboshlashgan.

Savdoga qanday ta’rif berish mumkin?

Buning uchun savdoning qanday xususiyatlari borligini aniqlab olish kerak.

Savdoning xususiyatlari:

1. savdo – bu tovar ayriboshlash, oldi – sotdini shakli;

2. savdo – bu tovarlarni ishlab chiqaruvchilardan shaxsiy iste’molchilarga yetkazish;

3. savdo – bu tovarlarni qishloqdan – qishloqqa, shahardan – shaharga, hududdan – hududga, davlatdan – davlatga yetkazib berish jarayonidir;

4. savdo – sotuvchi bilan sotib oluvchi o‘rtasidagi iqtisodiy munosabatdir;

5. savdo – iqtisodiyotning (xalq xo‘jaligining) xo‘jalik yurituvchi subyekti, tarmog‘i;

6. savdo – bozor elementlari (taklif, talab va baho) namoyon bo‘ladigan jarayon.

7. savdo – xizmatning alohida turi bo‘lib u **bir tomondan** ishlab chiqaruvchilarga xizmat qiladi, **ikkinchi tomondan** iste’molchilarga, **uchunchi tomondan** Davlatga xizmat qiladi va **to‘rtinchidan** u boshqa iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga ham xizmat ko‘rsatadi,ularni xizmatlaridan iste’molchi sifatida foydalanadi va ular

bilan aloqada bo‘ladi.

Savdo – birinchidan, tovarlarni sotish bilan bog‘liq bo‘lgan xo‘jalik aloqalar va tovar ayriboshlash jarayonida vujudga keladigan iqtisodiy munosabatlarni anglatadi;

- ikkinchidan, iqtisodiyot tarmog‘i sifatida ijtimoiy mehnat taqsimoti natijasida mustaqillashgan savdo korxonalari majmuasidir.

Savdoning mohiyati (ta’rifi)dan kelib chiqib, uning bajaradigan funksiyalarini aniqlash zarur.

Savdo – o‘z mohiyatidan kelib chiqib quyidagi ijtimoiy – iqtisodiy funksiyalarni bajaradi:

Birinchidan, tovar ayriboshlash shakli sifatida tovarlar qiymatini ayriboshlash;

Ikkinchidan, iqtisodiyot tarmog‘i sifatida tovarlarni ishlab chiqishdan iste’molchilarga yetkazish.

Birinchi funksiya natijasida tovarlarni qiymati sotiladi, unga sarf qilingan ijtimoiy mehnat qoplanadi va qo‘shimcha qiymat vujudga keladi.

Ikkinchi funksiya natijasida tovarlarni iste’mol qiymati iste’molchilarga yetkaziladi, iste’molchilar tomonidan tan olinadi, sotiladi va mulk shakli o‘zgaradi.

Amaliy nuqtai nazardan iste’mol tovarlarini taqsimoti tugaydi.

Savdo ijtimoiy – iqtisodiy funksiyalarni bajarish bilan bir qatorda tashkiliy – iqtisodiy, texnik – texnologik funksiyalarni ham bajaradi.

Tashkiliy – iqtisodiy funksiyalar:

1. Taklifni imkoniyatlarini o‘rganish;
2. Talab va ehtiyojni o‘rganish;
3. Bahoni shakllantirish;
4. Tovarlar reklamasini tashkil qilish;
5. Shartnomalar tuzish va buyurtmalar berish;
6. Iste’molchilarga xizmat ko‘rsatish.

Texnik – texnologik funksiyalar:

1. Tovarlarni ishlab chiqarishdan iste’molchilarga yetkazishni tashkil qilish (transport korxonalari bilan aloqa o‘rnatish, tovarlarni son va sifati bo‘yicha qabul qilish va h.k.)

2. Tovarlarni saqlash;
3. Tovarlarni qadoqlash;
4. Tovarlarni transport vositalariga yuklash, tushurish.

2.2.2. Savdoning ijtimoiy shakllari, tashkiliy iqtisodiy tasnifi

Bozor iqtisodiyoti sharoitida savdoning ijtimoiy shakllari va tashkiliy – iqtisodiy tasnifi tubdan o‘zgardi. Sobiq ittifoq davrida respublikada davlat savdosi, kooperativ savdo va kolxoz bozori mavjud bo‘lgan bo‘lsa, hozirgi kunda mul munosabatlari o‘zgarishi, disentralizasiya jarayoni amalga oshganligi munosabati bilan davlat savdosi butunlay xususiylashtirilib, uning umumiy tovar aylanishdagi hissasi 1 % gacha miqdorga qisqartirildi. huddi shunday kooperativ savdo ham xususiylashtirildi, uni hissasi 9 % atrofida. Kolxoz bozori butunlay barham topdi, uni o‘rniga dehqon bozorlari shakllandi.

Savdoning butunlay yangi shakli, ya’ni xususiy savdo vujudga keldi, shunday qilib savdoning mulkiy shakllari butunlay yangilandi, nodavlat sektor shakllandi.

Savdoda vertikal boshqaruv tizimi butunlay barham topdi. Baholar erkinlashtirildi. Xo‘jalik aloqalari bozor iqtisodiyotiga moslashtirildi.

Tashkiliy tuzilmalar butunlay yangi tarkibda to‘zildi.

Vazirlik va boshqarmalar yo‘q qilindi. Aksionerlik jamiyatlari, kompaniyalar, xususiy firmalar, yakka tartibdagi savdo shaxobchalari vujudga keldi.

Matlubot kooperasiyasi tizimida matlubot ta’minot – savdo aksioner kompaniyalari tashkil qilindi. Tumanlarda esa, tuman matlubotsavdo ishlab chiqarishsa savdo kooperativlari tashkillashtirildi.

2.2.3. Savdoning iqtisodiyotda tutgan o‘rni

Savdoning iqtisodiyotda tutgan o‘rni, ahamiyati, savdoning xususiyatlari, bajaradigan funksiyalaridan kelib chiqadi.

Savdo aholi hayotini ta’minlaydigan alohida soha bo‘lib hisoblanadi. Uni ishtirokida ishlab chiqarilgan tovarlar iste’molchilar

tomonidan ijtimoiy tan olinadi, tovar taklifi bilan iste’molchilar talabi kelishtiriladi.

Tovar taklifi bilan iste’molchilar talabini kelishtirish orqali savdo ishlab chiqarishga faol ta’sir qiladi, u ishlab chiqarish hajmini va tarkibini (assortimentini) belgilashga ta’sir qiladi.

Savdoning ishlab chiqarish bilan aloqasi – ularni xo‘jalik aloqalari, tijoriy ishlar orqali amalga oshadi.

Jamiyatda savdo korxonasisiz ishlab chiqarilgan iste’mol tovarlar iste’molchilarga yetib bormaydi.

Takror ishlab chiqarish jarayonini qaytarilib turishiga savdo real iqtisodiy imkoniyatlar yaratadi. har qanday ishlab chiqaruvchi xo‘jalik subyektlari o‘zi ishlab chiqargan tovarini sotilishini ta’minlash shart, aks holda uning faoliyati to‘xtatib qolishi mumkin. Savdo korxonalari ishlab chiqaruvchilarga o‘z xarajatlarini qoplash va tegishli daromad olish imkoniyatini yaratadi.

Savdo ushbu vazifalarni bajarish orqali ishlab chiqaruvchilarga xizmat qiladi.

Ishlab chiqaruvchilar to‘g‘ridan – to‘g‘ri iste’molchilarni (bu yerda aholi nazarda tutilmoqda) o‘z tovarlari bilan ta’minlash imkoniyatiga ega emas va uni bajara olmaydi. Shu bilan birga savdo ishlab chiqaruvchilarni vaqtni tejaydi va takror ishlab chiqarishni tezlashtiradi.

Xuddi shunday savdo xalq xo‘jaligining boshqa tarmoqlari bilan ham aloqada bo‘ladi. Savdo taqsimotini real holda amalga oshishini ta’minlaydi.

Savdo – pul, kredit, moliya tizimini muvofiqlashtirilishi jarayonini namoyon bo‘lishiga ta’sir qiladi (pul emissiyasi, kassa rejalarini boshqarishi, inflyasiya, milliy daromadni shakllanishi) va h.k

Savdoning asosiy vazifalaridan biri iste’molchilarga xizmat qilish bo‘lib xisoblanadi.

Iste’mol takror ishlab chiqarish jarayonining to‘rtinchi va oxirgi fazasi. U mahsulotlarning harakatini oxirgi bosqichi.

Iste’molda (ishlab chiqarish va shaxsiy) tovarlarni iste’mol qiymati namoyon bo‘ladi, tan olinadi.

Savdoning shaxsiy iste’mol bilan aloqasi aholining iste’mol tovarlariga ehtiyojini qondirish amalga oshadi.

Savdoda alohida shaxs yoki iste’molchilar guruxi uchun mos keladigan tovarlari iste’mol assortimenti shakllanadi. O‘zluksiz savdo amalga oshiriladi, ya’ni talabni o‘zluksiz qondirib borish jarayoni ta’minlanadi.

Shaxsiy iste’mol orqali insoniyat ishchi kuchini takror (qayta) ishlab chiqaradi. Bu esa ishlab chiqarishni rivojlantirishga manfaat tug‘diradi, chunki har qanday tarmoq ishchi kuchi bilan o‘zluksiz ta’minlanishi zarur.

Savdoda ehtiyojni shakllantirish orqali iste’mol tarkibiga, aholining umr va yashash darajasini oshirishga bevosita va bilvosita ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, tovarlarni reklama qilish orqali (tovarlarning iste’mol funksiyasi, sifati, bahosi va h.k.) aholi ehtiyojini shakallantirish. Reklama, har xil turdagi savdo shaxobchalarini tashkil qilish (elita yoki arzon bahodagi savdo shaxobchalari tashkil qilish kabi) orqali aholining ijtimoiy-iqtisodiy guruhlari orasida iste’mol darajasi va tarkibini tartibga solishdek murakkab vazifani amalga oshiradi.

Savdo har xil foydali maslahatlar berish orqali oqilona iste’molni shakllantiradi. Bu esa aholining hayotini va iste’mol darajasini ortishiga olib keladi.

Savdo shahobchalarida progressiv savdo texnologiyalarini joriy etish, xaridorlarga zaruriy shart-sharoitlar yaratish bilan aholining tovar sotib olish xarajatlarini (tovar sotib olishga va iste’mol uchun sarflangan mehnat va moddiy xarajatlar), tovar sotib olishga sarflangan vaqtini tejashga ijobiy ta’sir qiladi. Aholining bo‘sh vaqti esa jamiyatning boyligi, uning taraqqiyoti uchun asosiy omillardan biri bo‘lib hisoblanadi. Savdoda aholini vaqtini tejashga imkoniyat yaratish orqali ularni bo‘sh vaqtlarini oshiradi.

Tayanch iboralar: Tovar, ijtimoiy mehnat taqsimoti, takror ishlab chiqarish, ayriboshlash, tovar muomalasi, bozor iqtisodiyoti, bozor, subyekt.

Takrorlash uchun savollar

1. Tovar deb nimaga aytiladi?
2. Ijtimoiy mehnat taqsimoti nimani anglatadi?
3. Takror ishlab chiqarish qanday fazalardan tashkil topadi?
4. Bozorning ta’rifini ayting?
5. Bozor qanday turlarga bo‘linadi.
6. Bozor qanday funksiyalarni bajaradi?
7. Bozorda qanday subyektlar ishtirok etadi?
8. Bozor qanday elementlardan iborat?
9. Bozor iqtisodiyoti mohiyatini yoritib bering?
10. Bozor iqtisodiyoti qanday qoidalarga asoslanadi?
11. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish uchun qanday sharoitlar bo‘lishi kerak?
12. O‘zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o‘tishni ustuvor yo‘nalishlari?

III BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING HUQUQIY - IQTISODIY ASOSLARI

3.1. Tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va ahamiyati

Iqtisodiyot har xil faoliyatlar majmuasi bo‘lib, uning natijasida moddiy boyliklar yaratilib iste’molchiga yetkaziladi.

Iqtisodiyotni harakatga keltiruvchi vositalar «yer – kapital - mehnat va tadbirkorlik».

Tadbirkorlik nima? qanday sharoitlar uni vujudga keltirgan?

Ushbu sharoitlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ❖ har bir ayriboshlash qatnashuvchisini o‘z manfaatiga (birlamchi iqtisodiy manfaatini) erishishga intilishi, ikkinchi tomon manfaatidan qat’iy nazar;
- ❖ ayriboshlashda shaxsiy yoki jamoa tashabbusini olg‘a surish;
- ❖ foydali almashuvga erishish uchun shaxsiy yoki jamoa tavakkalchiligiga tayyorligini harakatga solish;
- ❖ har bir qatnashuvchi foydali natijaga erishish uchun konkret chora tadbirlarni ishlab chiqarish qobiliyatini ishga solishi;
- ❖ ehtimol yoki haqiqiy natijalarni tabaqalashtirish qobiliyatini ishlatishi. Ushbu alomatlar (belgilar) hozirgi zamon biznesida ham namoyon bo‘lmoqda.

Adabiyotlarda, oddiy hayotda har xil terminlar uchraydi. Bular biznesmen, ishbilarmon, tadbirkor, biznes, tadbirkorlik kabilar. Biznesmen, ishbilarmon, tadbirkor deganda, biz qandaydir faoliyat bilan shug‘ullanayotgan shaxsni tushunishimiz kerak.

Har qanday biznesmen o‘z qobiliyati nuqtai nazardan tadbirkor (ishbilarmon) bo‘la olmaydi.

Tadbirkor va ishbilarmon terminlari (so‘z) sinonimdir. Biznes – bu so‘zma – so‘z ish yoki faoliyatni bildiradi. Xo‘jalik yuritish nuqtai nazardan «Biznes» - iqtisodiy faoliyat, ish olib borish tizimi yoki faoliyat yuritish tizimi bo‘lib, unda tovar yoki xizmat ishlab chiqarishni tashkil qilish, ularni sotish, ishlab chiqarish omillari egasi tomonidan amalga oshiriladi. (adabiyotlarda boshqa ta’riflar juda ko‘p)

Tadbirkorlik – bu iqtisodiy fenomen, biznesni kategoriyasi. Biznes bilan tadbirkorlik sinonim emas, lekin yaqin tushunchalardir. Biznes kengroq.

Tadbirkorlik – biznesni dinamik yoki aktiv (faol) elementi, xo‘jalik yutirish shakli. Tadbirkorlik – fuqaroni yoki fuqarolarning mustaqil, tashabbusli faoliyati bo‘lib, ushbu faoliyatni ular foyda olish maqsadida o‘zining tavakkalchiligi va moddiy javobgarligi asosida amalga oshiradi.

Boshqa so‘z bilan aytganda, tadbirkorlik – iqtisodiyotni inson omili, uning intellektual faoliyati orqali fo‘qaro yoki fuqarolarni o‘z maqsadlariga erishish uchun xo‘jalik yuritish yoki boshqa faoliyatdir.

Tadbirkorlikni mazmuni biz yuqorida keltirgan tushunchalardan kelib chiqadi.

O‘zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik to‘g‘risida»gi qonunida (1991 yil 15 fevral) «Tadbirkorlik – mulkchilik subyektining foyda olish maqsadida tavakkal qilib va mulkiy javobgarligi asosida, amaldagi qonunlar doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko‘rsatishdir» deb ta’rif berilgan.

O‘zbekiston Respublikasida tadbirkorlik:

- ❖ tadbirkorning shaxsiy mol – mulki asosida;
- ❖ tadbirkorning boshqa fuqarolar va yuridik shaxslar, shu jumladan ajnabiy fuqarolar hamda yuridik shaxslarning mol – mulklarini turli shakllarda jalb etish asosida;
- ❖ tadbirkorning davlat va jamoat tashkilotlari mol – mulklaridan foydalanishi asosida;
- ❖ yuqorida qayd etilgan shakllarni qo‘shib olib borish asosida amalga oshiriladi.

Tadbirkorlik – bu daromad olish maqsadida ishlab chiqarishni tashkil qilish va tayyorlangan mahsulotni sotish va aholiga xizmat ko‘rsatish hamda oldi – sotdi bilan shug‘ullanadigan kishilar faoliyati, ya’ni foyda olish borasidagi harakat (faoliyat) tushuniladi. Uni «Xufyona» va «Madaniy» shakllari mavjud.

«Xufyona»si davlatdan yashirin faoliyat olib boruvchi, chayqovchilik, yulg‘unchilik, xaridorlar xaqiga xiyonat va va h.k.o.

«Madaniy»si – umuminsoniy fazilatlardan tashqari quyidagi xususiyatlarga ega bo‘lishi kerak:

- tashabbuskorlik va imkoniyatlarni izlash;
- tavakkalchilik;
- bozorni (konyukturasini) o‘rganish;
- o‘z kuchiga ishonish.

Savdoda tadbirkorlik o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Ularga quyidagilarni kiritish mumkin.

Birinchidan, savdoni bajaradigan funksiyalaridan kelib chiqib, boshqa tarmoq va sohalardagi tadbirkorlardan farqli funksiyalar bajaradi.

Ikkinchidan, savdoning xo‘jalik mexanizmidan kelib chiqib, uning tarkibi, boshqarilishi xo‘jalik aloqalari, moliyaviy resurslarni shakllanishi, daromad manbalari va xarajatlari shakllanishi kabilarda savdodagi tadbirkorlik boshqalardan keskin farq qiladi.

Uchunchidan, mehnat jarayoni ham o‘z xususiyatlariga ega.

To‘rtinchidan, savdodagi tadbirkor bir tomondan ishlab chiqaruvchilar, ta’minotchilar bilan, ikkinchi tomonda yuzlab va minglab xaridorlar bilan munosabatda bo‘ladi, shu sababli ularni kasbiy mahorati, psixologiyasi, o‘zgacha shakllanadi.

Tadbirkorlik shakllari

Tadbirkorlik ishtirokchilari nuqtai nazarda quyidagi shakllarda amalga oshiriladi:

1. Yakka tartibdagi mehnat faoliyati asosida (yakka tartibda);
2. Yollanma mehnatni jalb etish asosida amalga oshiriladigan xususiy tadbirkorlik (xususiy);
3. Bir gurux fuqarolar va yuridik shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan jamoa yoki hamkorlikdagi tadbirkorlik(shirkat yoka guruhiy).

Tadbirkorlikning turlari:

1. Ishlab chiqarish
2. Xizmat
3. Innovasion
4. Tijorat

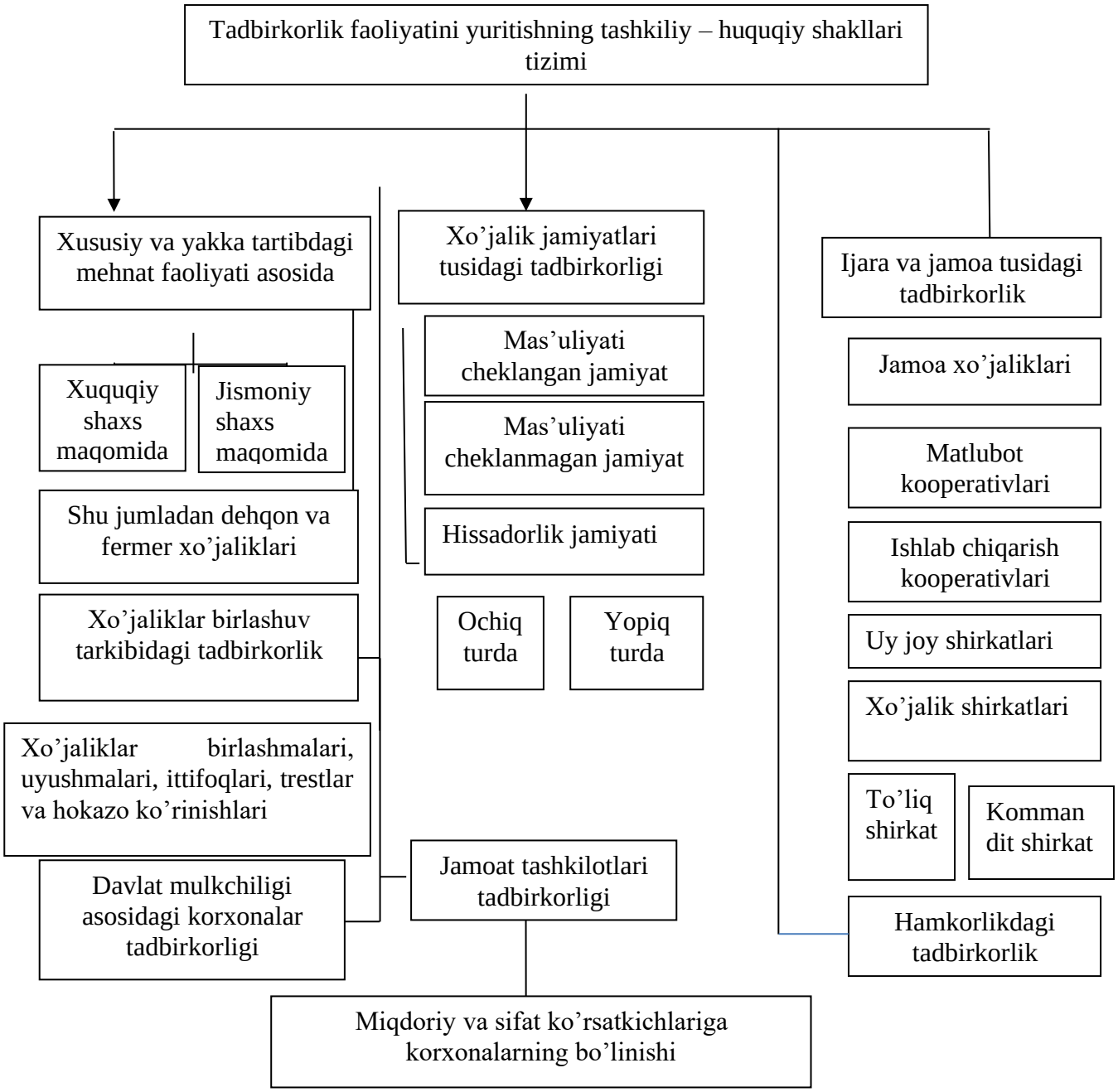
5. Moliyaviy

Tadbirkorlikning funksiyalari:

1. Ishlab chiqarish
2. Marketing
3. Moddiy-texnika ta’minot
4. Kadrlar bilan shug‘ullanish
5. Moliya va hisobot

Tadbirkorlikni tashkiliy- xuquqiy shakllari quyidagi 3.1 chizmada keltirilgan.

3.1-chizma



3.2. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy - iqtisodiy asoslari

Tadbirkorlikning huquqiy asosini O‘zbekiston Respublikasida qabul qilingan qonunlar va boshqa qonuniy hujjatlar belgilaydi. Bular jumlasiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- O‘zbekiston Respublikasidagi korxonalar to‘g‘risidagi qonun.
- Tovar ishlab chiqaruvchi va tadbirkorlar palatasi to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasining qonuni.
- O‘zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to‘g‘risidagi qonuni.
- O‘zbekiston Respublikasi «Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish to‘g‘risida»gi qonuni.
- O‘zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik va tadbirkorlar faoliyatining kafolatlari to‘g‘risida»gi qonuni.
- O‘zbekiston Respublikasi kichik korxonalar to‘g‘risida Nizom.
- O‘zbekiston Respublikasi xususiy tadbirkorlik to‘g‘risida Nizom.
- Kichik va o‘rta tadbirkorlikni rivojlantirishni rag‘batlantirish mexanizmini takomillashtirish.

Tadbirkorning huquqlari

Har bir fuqaro (bir guruh fuqarolar) xo‘jalik yurituvchi boshqa subyektlar bilan teng asoslarda:

- O‘zbekiston Respublikasi qonunlarida belgilangan shartlarga rioya qilgan holda korxonalar va tashkilotlarni vujudga keltirish, ta’sis etish, sotib olish va qayta tuzish yo‘li bilan tadbirkorlik faoliyatini boshlash va davom ettirish;
- tadbirkor turli darajada mulkiy javobgar bo‘ladigan o‘z tadbirkorlik tashkilotini ta’sis etish;
- bu faoliyatni bajarish uchun boshqa yuridik shaxslar va jismoniy shaxslarning mol–mulkini hamda pul mablag‘larini ixtiyoriy asoslarda jalb etish;
- xodimlarni mustaqil yollash va ishdan bo‘shatish;

- ❖ tadbirkorlikdan soliq solinadigan cheklanmagan miqdorda daromad orttirish;
- ❖ ijtimoiy ta’minlanish va ijtimoiy sug‘urta qilinish xuquqlariga ega.

Tadbirkorlikning iqtisodiy asoslarini bozor iqtisodiyotining xususiyatlaridan izlash kerak.

Birinchidan, xususiy mulkni vujudga kelishi. Mulkdorni huquqlari:

1. O‘zlashtirish
2. Egalik qilish
3. Boshqarish
4. Foydalanish

Xususiy mulkchilik iqtisodiy fikrlashda erkinlikni vujudga keltiradi, tadbirkorlik ruhini rivojlantiradi, raqobatga olib keladi.

Ikkinchidan, bozor iqtisodiyoti prinsiplari (qoidalari)ni hayotga tadbiq etilishi. Ushbu qoidalar quyidagilardan iborat:

1. Biznes, tadbirkorlik faoliyatini iqtisodiy, xo‘jalik erkinligi.
2. Davlat tomonidan tartibga solish.
3. Iste’mol primati.
4. Bahoni bozorda shakllanishi
5. Muammolarni shartnoma (kontrakt) asosida bo‘lishi
6. Iqtisodiyotni ochiqligi.
7. Raqobat.
8. Moliya va pul muomalasi ta’siri ostida ishlash.
9. Bozorni umumiyligi.

Uchunchidan, obyektiv iqtisodiy qonunlarni jamiyatdagi harakati (qiymat qonuni, talab va taklif qonuni va boshqalar). Bu qonunlarning talablari tadbirkorlikni rivojlanishiga iqtisodiy shart – sharoitlar yaratadi.

To‘rtinchidan, tadbirkorlikni tartibga solish mexanizmi.

Tadbirkorlik davlat tomonidan quyidagi yo‘nalishlar orqali tartibga solinadi:

- ❖ soliq, moliya – kredit tizimi (soliq hajmi, kredit %),
- ❖ soliq imtiyozi;
- ❖ bahoni shakllantirish qoidasi;

- ❖ maqsadli dotasiya;
- ❖ iqtisodiy sanksiyalar miqdori;
- ❖ davlat narsalari (imuщyestva) sotish predmetlari;
- ❖ davlat rezervlari;
- ❖ lisenziya;
- ❖ ijtimoiy, ekalogik normalar, normativlar;
- ❖ ilmiy – texnik, iqtisodiy, ijtimoiy, respublikaviy va xududiy dasturlar, (tadbirkorlikni rivojlantirish bo‘yicha);
- ❖ davlat ehtiyojlarini qondirish uchun shartnomalar tuzish.

3.3. Tadbirkorlikni qo‘llab quvvatlash yo‘nalishlari

Tadbirkorlikni kafolatlari va davlat tomonidan qo‘llab quvvatlash yo‘nalishlari O‘zbekiston Respublikasi qonunlari va boshqa qonun hujjatlarida belgilab qo‘yilgan.

Kichik va xususiy tadbirkorlikni kafolatlari va davlat tomonidan qo‘llab quvvatlashni yo‘nalishlarini quyida keltiramiz.

I. O‘zbekiston Respublikasida kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari huquqlari va manfatlarining quyidagi kafolatlari mavjud.

Davlat kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarining huquqlari hamda qonuniy manfaatlariga rioya etilishini kafolatlaydi, erkin raqobat uchun shart – sharoit yaratadi, moddiy, moliyaviy, mehnatga oid va boshqa resurslardan foydalanishda teng imkoniyatlarni ta’minlaydi.

Kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari xo‘jalik va boshqa faoliyatni amalga oshirishda o‘z tashabbusi bilan qonun hujjatlariga zid bo‘lmagan har qanday qaror qabul qilish mumkin.

Kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatining xizmat yoki tijorat siri bo‘lmagan axborotlarning himoya qilinishi kafolatlanadi. Davlat organlari va boshqa organlarning ulardagi mansabdor shaxslar va xodimlarning qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarni istisno etganda, kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatiga aralashuvi man etiladi.

II. Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni davlat tomonidan rag‘batlantirishning asosiy yo‘nalishlariga:

2.1. Kichik va xususiy tadbirkorlikni shakllantirish, rivojlantirish jarayonlarini tartibga solish va rag‘batlantirish davlat tomonidan normativ – huquqiy asosini takomillashtirish, infrastrukturani shakllantirish hamda kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyati uchun shart – sharoit yaratish asosida iqtisodiy ta’sir ko‘rsatish yo‘li bilan amalga oshiriladi.

2.2. Maxalliy davlat hokimiyati organlari o‘z vakolatlari doirasida:

2.2.1. Kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun maxalliy soliqlar va yig‘imlar bo‘yicha imtiyozlar belgilaydilar;

2.2.2. Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning xududiy dasturlarini ishlab chiqadilar.

2.2.3. Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlarini aniqlaydilar.

2.3 O‘zbekiston Respublikasida kichik va xususiy tadbirkorlikni qo‘llab – quvvatlash fondlari ularga quyidagi xizmatlarni ko‘rsatadi:

2.3.1. kreditlar, shu jumladan imtiyozli kreditlar berish asosida investisiya loyihalarni moliyaviy ta’minlash;

2.3.2. ustav sarmoyasida ishtirok etish;

2.3.3. maslahat va axborot xizmatlari ko‘rsatish shaklida texnik jihatdan ko‘maklashish;

2.3.4. infrastrukturani rivojlantirishga ko‘maklashish;

2.3.5. olinayotgan kreditlar uchun kafolatlar, majburiyatlar va kafilliklar berish yo‘li hamda qo‘llab – quvvatlashning boshqa shakllari bilan kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirishni rag‘batlantirish uchun shart sharoit hosil qiladi.

2.4. Kichik va xususiy tadbirkorlikni axborot sohasida quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha qo‘llab – quvvatlanadi.

Davlat boshqaruv organlari kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarini iqtisodiy, huquqiy, statistika, ishlab chiqarish texnologiyaga oid va samarali faoliyat yuritish uchun kerakli boshqa axborotlar bilan ta’minlash chora – tadbirlarini ishlab chiqaradilar va amalga oshiradilar.

Kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlariga axborot xizmati ko‘rsatish qonun hujjatlarida nazarda tutilgan imtiyozli shartlarda

amalga oshiriladi.

2.5. Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni ishlab chiqarish – texnologiya jihatidan qo‘llab – quvvatlash

Davlat boshqaruv organlari kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari zamonaviy uskuna texnologiyalar olishiga, texnoparklar, lizing korxonalari, biznes – inkubatorlar, ishlab chiqarish - texnologiya markazlari va infrastrukturaning boshqa obyektlari tarmog‘ini barpo etishga yordam berish yuzasidan tadbirlar ishlab chiqilishi va amalga oshirilishini ta’minlaydilar, ixtisoslashgan ulgurji bozorlar, yarmarkalar barpo etish va tashkil etishda yordamlashadilar.

2.6. Qishloqdagi kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlariga energiya ta’minoti manbaini ishlatishga beriladigan imtiyozlar.

Energiya ta’minoti manbaidan foydalanishda qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilari uchun belgilangan imtiyozli ta’riflar qishloqdagi kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlariga ham taaluqlidir.

2.7. Kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarini imtiyozli kreditlash.

Kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarini kreditlash qonun hujjatlarida belgilangan tartibda, qarz oluvchining qarzni to‘lashga qodirligini va tavakkal qilish darajasini hisobga olgan holda amalga oshiriladi.

Kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarini imtiyozli kreditlashni maxsus fondlar, ixtisoslashtirilgan agentliklarning sug‘urta polisi asosida amalga oshiradilar.

2.8. Kichik va xususiy tadbirkorlikni sug‘urta yo‘li bilan himoya qilish.

Kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarini sug‘urtalashni sug‘urta tashkilotlari amalga oshiradilar.

Tadbirkorlik tavakkalchilaridan hamda kreditlar qoplanmaganligi uchun qarzdorni javobgarlikdan imtiyozli shartlarda sug‘urta yo‘li bilan himoya qilish ixtisoslashtirilgan sug‘urta agentliklari va boshqa sug‘urta tashkilotlari tomonidan ta’minlanadi.

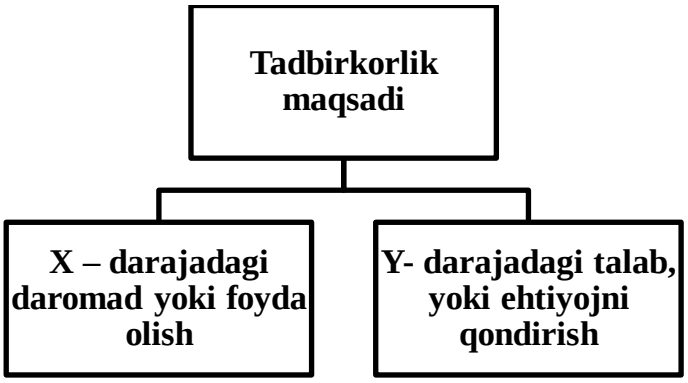
Kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarini sug‘urta qilishni amalga oshirayotgan sug‘urta tashkilotlari qonun hujjatlarida

belgilangan tartibda imtiyozlardan foydalanadilar.

3.4. Tadbirkorlik faoliyati samaradorligi mezoni va ko‘rsatkichlari

«Samaradorlik» so‘zi natija degan ma’noni bildiradi. Iqtisodiyotda ijtimoiy – iqtisodiy samaradorlikni o‘rganish muhim ahamiyatga ega. Tadbirkorlikning ijtimoiy – itisodiy samaradorligida uning pirovard maqsad darajasi ifodalanadi.

Tadbirkorlikning maqsadini quyidagicha ifodalash mumkin:



Tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy samaradorligi faoliyat natijasini taqqoslash orqali aniqlanadi.

Tadbirkorlikning ijtimoiy samaradorligi bir tomondan, uning a’zolarini ijtimoiy holati darajasi (daromadi, salomatligi, madaniy va ma’naviy ehtiyojlarini qondirish (ijtimoiy himoyasi)). Ikkinchi tomondan, faoliyat natijasida «**Y**» maqsadni bajarishda o‘z ifodasini topadi.

Amaliyotda tadbirkorlikning samaradorligini aniqlash uchun rentabellik, mehnat unumdorligi, mablag‘larning aylanish tezligi, xarajatlarni yoki kapitalni qoplash muddati kabi ko‘rsatkichlar ishlatiladi.

Ushbular bilan bir qatorda tadbirkorlikni iqtisodiy samaradorligini tahlil qilish uchun quyidagi ko‘rsatkichlardan foydalanish tavsiya qilinadi.

Tadbirkorlikning iqtisodiy samaradorligi ko‘rsatkichlari quyidagi 3.1-jadvalda keltirilgan.

3.1-jadval

Tadbirkorlikning iqtisodiy samaradorligini tahlil qilishda ishlatiladigan ko‘rsatkichlar tizimi.

№	Ko‘rsatkichlar nomi	Aniqlash usullari	Modul shakli
1.	Joriy likvidlik koeffisenti **(K_{jl})**	Aylanma mablag‘lar (A_y M) --- qisqa muddatli(joriy) majburiyatlar (K(KMM)	$\mathbf{K_{j.l.}}=\frac{\sum A_{\ddot{u}} M}{\sum KMM}$
2.	Moliyaviy karamlik koeffisiyenti yoki qarzdorlik, mablag‘ bilan ta’minlanish koeffisiyenti **(K_{jl})**	qarzga olingan kapital (QK) --- Xususiy kapital (XK)	$\mathbf{K_{m.q.}}=\frac{\sum KK}{\sum XK}$
3.	Moliyaviy barqararlik koeffisiyenti **($K_{m.bar.}$)**	Xususiy kapital (XK)+Uzoq muddatli qarzlar (UMq) --- aktivlarning o‘rtacha yillik qiymati ($\overline{AK}$)	$\mathbf{K_{m.bar.}}=\frac{\sum XK+\sum UMK}{\sum \overline{AK}}$
4.	Mulk mustaqilligi koeffisiyenti **($K_{m.m.}$)**	Xususiy kapital (XK) --- aktivlarning o‘rtacha yillik qiymati ($\overline{AK}$)	$\mathbf{K_{m.m}}=\frac{\sum XK}{\sum \overline{AK}}$
5.	Kapitalni manyovr (harakatchanlik) koeffisiyenti **($K_{k.m.}$)**	Xarakatdagi (ishchi) kapital (IK) --- xususiy kapital (XK)	$\mathbf{K_{k.m.}}=\frac{\sum IK}{\sum XK}$
6.	To‘lov qobiliyati koeffisiyenti **(K_{tk})**	O‘z mablag‘lari (O‘.M.) --- Umumiy majburiyatlar (U.M.)	$\mathbf{K_{t.k.}}=\frac{\sum \acute{U} M}{\sum UM}$

Tayanch iboralar: biznes, biznesmen, tadbirkor, tadbirkorlik, ishbilarmon.

Takrorlash uchun savollar

1. Biznes so‘zi nimani anglatadi?
2. Tadbirkorlikning mohiyatini yoritib bering?
3. Biznesmen kim?
4. Tadbirkor deb kimni tushunasiz?

5. Tadbirkorlik qanday sharoitlarda vujudga keladi?
6. Tadbirkorlik shakllari?
7. Tadbirkorlik turlari?
8. Tadbirkorlikning funksiyalari?
9. Tadbirkorlikning subyektlari?
10. Tadbirkorlikning umumiy qoidalari?
11. Tadbirkorlik huquqlari?
12. Tadbirkorlik majburiyatlari?
13. Tadbirkorlik ma’sulyati?
14. Kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari?
15. Xo‘jalik shartnomasi tushunchasi?
16. Shartnomaviy munosabatlarning asosiy prinsiplari?
17. Tadbirkorlikni tartibga solish mexanizmi?
18. Tadbirkorlikni qo‘llab quvvatlash yo‘nalishlari?
19. Tadbirkorlik faoliyati samaradorligi mazmuni va ko‘rsatkichlari?
20. Respublikamizda soliq yukini engillashtirish bo‘yicha qanday ishlar amalga oshirilmoqda?
21. Mamlakatimiz xo‘jalik sub’ektlariga berilgan qo‘shimcha soliq va bojxona imtiyozlarini tushuntiring.
22. Iqtisodiy o‘sishni ta’minlashda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ahamiyatini izohlang.
23. 2022 yilda kichik biznes sohasida qancha yangi ish o‘rinlari tashkil etildi?
24. Mamlakatimizda bandlik muammosini hal etishda kichik biznes imkoniyatlarini tushuntiring.
25. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish aholining daromadlari va farovonligini oshirishga qanday ta’sir ko‘rsatmoqda?

VI BOB. SAVDONING XO‘JALIK MEXANIZMI

4.1. Xo‘jalik mexanizmi tushunchasi va uning mohiyati

Har qanday milliy iqtisdiyot tabiiy resurslari, ishchi kuchi, texnalogiya, zaruriy tadbirkorlik va boshqaruv ko‘nikmalaridan iborat mexanizmdan tashkil topadi.

Jamiyatning asosiy maqsadi inson extiyojlari kelajagini ko‘ra bilish va qondirishdan iborat. Bu esa tavar va xizmatlarni ishlab chiqarish, taqsimlash, ayriboshlash orqali amalga oshadi.

Ushbu vazifalarni maksimal samarali bajarish uchun kapital va menijment zarur bo‘ladi.

Iqtisodiyotni iste’molchilar, tovar va xizmatlarni ishlab chiqaruvchilar va davlat xarakatga keltiradi. Uning xo‘jalik mexanizmi orqali amalga oshadi.

Xo‘jalik iyexanizmi deganda nazariy jixatdan (jamiyat barcha sohalaridagi faoliyatlaridagi faoliyatlarni) amalga oshirish va tartipga solish uchun ishlatiladigan tashkiliy-iqtisidiy shakl va usullar yig‘indisiga tushunamiz.

Konkret sharoitda xo‘jalik mexanizm-bu tashkiliy tuzulmalar (tarkib), xo‘jalik yuritish shakllari, boshqaruv usullari, huquqiy normalar majmuasi orqali iqtisodiy qonunlar talablarini jamiyat tomonidan ishlatish. Xo‘jalik mexanizmining elementlariga qo‘yidagilar kiradi: rejalashtirish, boshqaruvni tashkiliy (tarkib) tuzulmasi, baho, huquqiy normalar, vositalar (soliq, kredit, sanksiyalar, to‘lovlar, byudjetga, ish haqi, rag‘batlantirish fondi).

Xo‘jalik mexanizmi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar tizimi ichida amal qiladi. Shu sababli, xo‘jalik mexanizmi mohiyatini qo‘yidagicha maqsadga ifodalash muvofiq deb xisoblaymiz.

Xo‘jalik mexanizmi moxiyati xo‘jalik subektlarini tavavrlar va xizmatlarni ishlab chiqarish, taqsimlash, ayriboshlash va iste’mol qilish jarayondagi iqtisodiy faoliyatlarini yagona aloqalar tizimida keltirishda nomoyon bo‘ladi. Ushbu jarayonda xo‘jalik mexanizmi bir qator funksiyalarini bajaradi. Ularga baxolash tashkiliy-boshqaruv, taqsimlash, ayriboshlash, iste’mol tarkibini shakllantirish,

rag‘batlantirish, takror ishlab chiqarish ishtirokchilarini jamiyatdagi ishtimoiy va iqtisodiy javobgarligini taminlash kabilarini kiritish mumkin. Yuqoridagilardan kelib chiqib xo‘jalik mexanizmini ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar bilan o‘zaro bog‘liqligini qo‘yidagicha yoritish zarur.

Birinchidan, ishlab chiqarish munosabatlari sohasi bilan aloqasi. Ushbu sohada xo‘jalik mexanizmi ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq bo‘lgan barcha iqtisodi munosabatlarni qamrab oladi. Masalan:

- ishlab chiqarishni tashkil qilish va boshqarish bo‘yicha munosabatlar;
- ishlab chiqarish korxonalarini tarmoqlar, region, davlat va davlatlararo miqyosida kooperasiyalashrish munosabatlari;
- tabiiy, moddiy, mehnat va moliyaviy resurslardan foydalanish munosabatlari;
- investisiyalash munosabatlari;
- mahsulotlarni baholash munosabatlari va hakozolar.

Ikkinchidan, taqsimot sohasidagi munosabatlar:

- tabiiy boyliklar, mehnat, moddiy resurslarni xo‘jalik subyektlari o‘rtasida taqsimlash (bu taqsimot pul daromadlarini, ishchi kuchini, moddiy texnik quvvatlarni va tabiiy boyliklarni taqsimlashda o‘z ifodasini topadi);
- davlat va xo‘jalik subyektlari o‘rtasida daromadlarni taqsimlash;
- xo‘jalik subyektlariaro, ular ichida, ya’ni xo‘jalik subyektlari va ishchi xizmatchilar, aksionerlar o‘rtasida daromad taqsimoti va boshqalar.

Uchinchidan, ayriboshlash jarayonidagi munosabatlar.

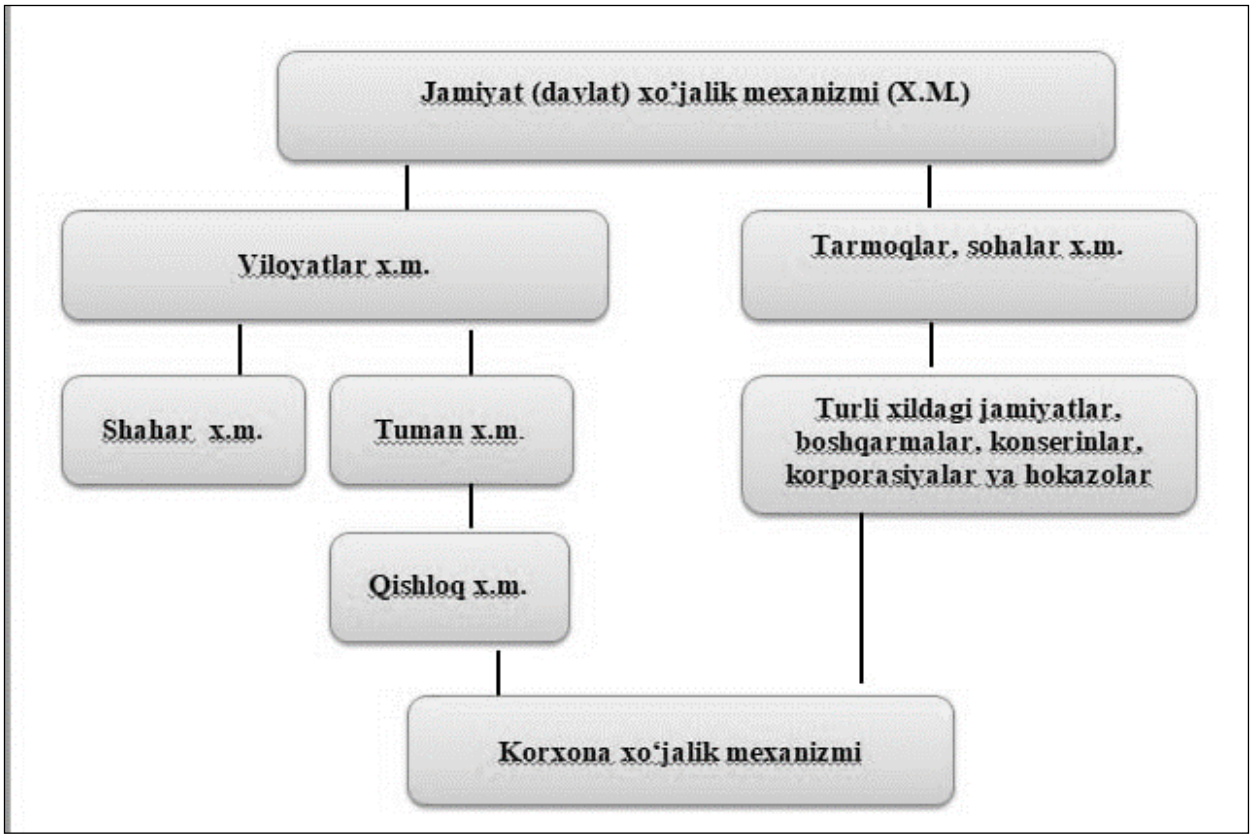
To‘rtinchidan, iste’mol sohasidagi munosabatlar.

Ushbu munosabatlar bir-biri bilan tig‘iz bog‘liq bo‘lib, bir biriga qo‘shilib ketadi, biri-biriga aylanadi.

Bu to‘rt xil munosabatlar makroiqtisodiy, mezoiqtisodiy va mikroiqtisodiy darajalarda namoyon bo‘ladi.

Masalan, makroiqtisodiy darajada xo‘jalik mexanizm jamiyatni boshqarish bilan bog‘liq funksiyalarni bajaradi.

Jamiyatning xo‘jalik mexanizmining tuzilishini 4.1-chizmada ifoda qilish mumkin.



4.1-chizma. **Tarmoqlar va sohalarni 4 xil katta guruhlarga bo‘lish mumkin**

Birinchisi - o‘z ichiga tabiiy boyliklarni, qishloq xo‘jalik mahsulotlarini, daryolar, dengizlar, okeanlar, o‘rmon resurslarini ishlab chiqaruvchi va qayta ishlab chiqarish sanoatlariga yetkazuvchi tarmoqlar.

Ikkinchisi - tabiiy boyliklarni, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini daryolar, dengizlar, okeanlar, o‘rmon resurslarini qayta ishlab chiqaruvchi tarmoqlar.

Uchinchisi - birinchi va ikkinchi guruhdagi tarmoqlarga xizmat ko‘rsatuvchi tarmoqlar (transport, aloqa, kommunal xo‘jalik, savdo-sotiq, tijorat, ta’minot kabilar).

To‘rtinchisi - boshqaruv, yurispridisiya, sog‘liqni saqlash, ta’lim va boshqa aholiga xizmat ko‘rsatuvchi sohalardan iboratdir.

Bu darajada vazirliklar, komitetlar va boshqa tarkibiy tuzilmalar tuziladi, davlat miqqiyosida programmalashtirish, rejalashtirish, davlat

mulkidagi korxonalarni boshqarish, jamiyatdagi iqtisodiy munosabatlarni tartibga solish, pul muomalasini ta’minlash, kredit, soliq tizimlarini ishga solish, davlat buyurtmalarini bajarish, ta’lim, sog‘liqni saqlash, mudofani, tashqi aloqalarni ta’minlash va boshqa ishlar amalga oshiriladi.

Mezoiqtisodiy darajada tarmoqlararo va sohalararo munosabatlar amalga oshiriladi. Ushbu aloqalar oldi-sotdi shartnomalari asosida alohida tarkibiy tuzilmalar yaratilmasdan amalga oshiriladi. Ayrim hollarda tarmoqlararo birlashmalar yoki korporasiyalar tuzilishi mumkin.

Mikroiqtisodiy darajada – xo‘jalik subyektlarni xo‘jalik mexanizmi nazarda tutilmoqda.

4.2. Savdoning xo‘jalik mexanizmi, uning elementlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo korxonalari faoliyatini o‘rganish, ilmiy tadqiqotlar o‘tkazish, uning muammolarini aniqlash, ularni yechimini topish kabi ishlar murakkab jarayon bo‘lib, ularni hal qilish uchun quyidagilardan kelib chiqish zarur deb hisolaymiz.

Birinchidan, savdoning kelib chiqishi, mohiyatini ilmiy asoslagan holda yoritish.

Ikkinchidan, savdoning jamiyatdagi tutgan o‘rni, ahamiyatini aniqlab olish.

Uchunchidan, savdoda vujudga keladigan iqtisodiy, tashkiliy va boshqarish muammolarini aniqlab olish. Bu esa o‘z vaqtida savdo jarayonidagi iqtisodiy munosabatlarini, uning xo‘jalik mexanizmini chuqur bilishni taqozo qiladi.

To‘rtinchidan, savdoni tashkil qilish jarayoni, savdo korxonalari va shaxobchalari faoliyatining holatini rivojlantirish tendensiyalarni o‘rganish.

Beshinchidan, savdoni tashkil qilishni chet el ilg‘or tajribalarini tahlil qilish, ularni ijobiy va Respublikamiz iqtisodiyotiga mos tomonlaridan foydalanish masalalarni yoritish kabilardir.

Tashkiliy-tarkibiy tuzilishi nuqtai nazardan jaxon amaliyotida savdo bir-biridan farqlanadigan har xil shakllarga va turlarga bo‘linadi.

Mulk shaklidan kelib chiqib savdo xususiy, jamoaviy (kooperativ, aksiyador) davlat va aralash shakllarga bo‘linadi.

Tovarlarni ishlab chiqarishdan iste’molchilarga qarabsiljish nuqtai nazaridan ulgurji va chakana savdoga turlanadi.

Xududiy tashkillanish jihatidan tashqi va ichki savdoga bo‘linadi.

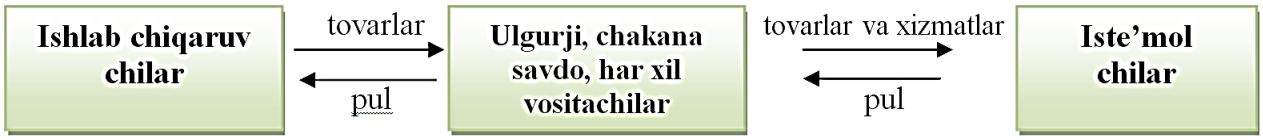
Ushbulardan tashqari ulgurji va chakana savdo tashkiliy-huquqiy jihatlari, tovar bo‘yicha ixtisoslashishi, savdo shaxobchalarining tiplanishi, tovarlarni sotishni takomillashtirish usullarga qarab har xil bo‘ladi. Masalan:

1.Ulgurji savdo universal, ixtisoslashgan, ulgurji vositachilar, xarid qiluvchi markazlar, birjalar va xakozolardan tashkil topadi.

2. Chakana savdo universal, franshiza, supermarket, gipermarket, market, ixtisoslashgan oziq-ovqat, posilka orqali savdo, magazindan tashqari, ya’ni ko‘chma savdo, savdo uylari, savdo markazlari, o‘z-o‘ziga xizmat qilish savdo shaxobchalari, bozor savdosi, laryoklar, kiosklar, pavilionlar, savdo avtomatlari va hokozolarga turlanadi.

Savdoning xo‘jalik mexanizmi, uning jamiyatdagi tutgan o‘rni, xususiyatlari, bajaradigan funksiyalaridan kelib chiqadi.

Savdo bozor iqtisodiyotining tarkibiy ajralmas qismi bo‘lmish «Bozor»ning bir sohasi sifatida iste’mol tovarlarini ishlab chiqarishdan iste’molchilarga oldi-sotdi jarayoni orqali yetkazishdek mukammal funksiyani bajaradi. Bu jarayonni quydagicha ifodalash mumkin:



Savdo jarayonida bozorning barcha elementlari ishtirok etadi, ya’ni taklif, baho va talab. Savdoda raqobat orqali bu elementlar muvofiqlashtiriladi.

Ushbu jarayonda savdo jamiyat iqtisodiyotining ko‘p tarmoqlari va har xil iste’molchilar bilan iqtisodiy aloqaga chiqadi, o‘zining boshqaruv tashkiliy tuzilmalarini to‘zadi, savdoning turlari (ulgurji, chakana kabi) shaxobchalari har xil vositachilar vujudga keladi.

Bu jarayonda aholiga tovar sotish bilan bir qatorda tovarlarni

sotish, uylariga yetkazish, iste’molni tashkil qilish bilan bog‘liq bo‘lgan xizmat amalga oshiriladi. Savdoga xos tadbirkorlik rivojlanadi, alohida vositachilar guruhi vujudga keladi. Moliyaviy subyektlar bilan aloqalar o‘rnatiladi, iqtisodiy-moliyaviy vositalar ishlatiladi.

Oldi-sotdi jarayoniga bog‘liq huquqiy vositalar va normalar o‘z aksini topadi.

Ushbu jarayonda ijtimoiy vositalar ishga tushadi, psixologik muhitlar yaratiladi va h.k.

Va nihoyat, tovar – pul muomalasi bilan bog‘liq bo‘lgan ijtimoiy-iqtisodiy, moliyaviy, huquqiy va psixologik munosabatlar shakllanadi.

Shunday qilib, savdoning xo‘jalik mexanizmi, jamiyat xo‘jalik mexanizmining ajralmas qismi, uni xarakatlantiruvchi aktiv vosita sifatida namoyon bo‘ladi.

Savdoning xo‘jalik mexanizmi – uning faoliyati uchun zarur bo‘lgan boshqaruv uchun usullari, tashkiliy tuzilmasi, konkret xo‘jalik yuritish shakllari, huquqiy, psixologik vosita va normalar majmuasidir.

Savdoning xo‘jalik mexanizmi quyidagi elementlardan tashkil topadi.

Birinchidan, savdoni tashkil qilish shakllari, savdo korxonasi va tadbirkorlikning shakl va turlari, ularning ixtisoslashishi, kooperativlashishi, asosiasiyalashuvi va hokozolar.

Ikkinchidan, uni boshqarish tarkibi, usul va shakllari. Bu element iqtisodiy munosabatlarni boshqaruv aspektiga tegishli bo‘lib, ishlab chiqarishga ta’sir qilish uchun ishlatiladigan ma’muriy va iqtisodiy usullarni o‘z ichiga oladi.

Uchunchidan, savdoning davlat organlari va iqtisodiyotning boshqa subyektlari bilan moliyaviy, kredit, pul munosabatlari, oldi-sotdi va xo‘jalik aloqalari.

To‘rtinchidan, savdoda ishlatiladigan iqtisodiy rag‘batlantirish shakllari, usullari, iqtisodiy dastaklar (baho, ish haqi, foydalar kabi).

Beshinchidan, savdo faoliyatini tartibga solishni huquqiy shakl va usullari. huquqiy qonunlar, davlat organlarining normativ xujjatlari, ko‘rsatmalari, savdo tashkilotlari va korxonalarning nizomi, ustavi va hokozlar.

Oltinchidan, savdo munosabatlariga ta’sir qiluvchi sosial-psixologik omillar.

Yettinchidan, davlatning iqtisodiy siyosati. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrida o‘zbekiston Respublikasi davlatining iqtisodiy siyosatining asosini beshta ustuvor yo‘nalishlari tashkil qiladi. Ularning asosiy mazmuni quyidagilarda o‘z ifodasini topadi.

1. Iqtisodiyotning siyosatdan ustunligi.
2. Davlat bosh islohatchi.
3. Qonun va Konstitusiyaning ustuvorligi.
4. Kuchli ijtimoiy siyosat yurgizish.
5. Bozor iqtisodiyotiga bosqichma-bosqich o‘tish.

Bu tartib va qoidalar savdo iqtisodiyotida o‘z ifodasini topadi va uning faoliyatini yo‘naltiradi.

Sakkizinchidan, raqobat, jur’at, xavfsizlik, tijorat, sirlarining shakl va usullari.

4.3. Matlubot kooperasiyasining xususiyatlari va xo‘jalik mexanizmi

Kooperasiya lotinchi «cooperatio» so‘zidan kelib chiqib, hamkorlik qilish ma’nosini bildiradi.

Matlubot kooperasiyasi tarixan ijtimoiy umumiy va xo‘jalik yurituvchi birlashma sifatida aynan bozor munosabatlari shakllanyotgan davrda vujudga kelgan bo‘lib u bozor iqtisodiyotining negativ jihatlaridan o‘z a’zolarini ijtimoiy-iqtisodiy himoya qilish, ularni eng zarur ehtiyojlarini qondirish uchun ihtiyoriy ravishda to‘zilgan, kollektiv mulkka asoslangan, demokratik prinsiplar asosida xo‘jalik yurituvchi bozor iqtisodiyotiga asoslangan tizimning ajralmas bir tarkibiy shaklidir.

Uni vujudga kelishining asosi bo‘lib bozor iqtisodiyoti munosabatlarini shakllantirish hisoblanadi. Matlubot kooperasiyasi jamiyatda bozor iqtisodiyotini negativ tomonlaridan himoya istagan kishilar tomonidan yaratilib mana 170 yildan ortiq davr ichida butun yer yuzidagi davlatlarda keng faoliyat bilan shug‘ullanib kelmoqda.

Matlubot kooperasiyasi hozirgi kunda butun sobiq Sovet ittifoqi Respublikalarida bozor subyektlari ichida eng katta nodavlat xo‘jalik

yurituvchi tarkiblardan, ya’ni bozor iqtisodiyotining subyektlaridan biridir. Matlubot kooperasiyasi xususiyati uning tabiatidan kelib chiqib, kishilar o‘zlarining iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy ehtiyojlarini qondirish maqsadida (boshqa bozor subyektlarini aksioner jamiyatlari, korporasiyalarni asosiy maqsadi foyda olishdir), shaxsiy mulklarini kollektivlashtirish asossida ixtiyoriy to‘zilgan mustaqil birlashmadir.

Matlubot kooperasiyasi tashkilotlari barchasining faoliyati demokratik srinsip asosida olib boriladi. Bu prinsip Xalqaro kooperativ alyansning (1966 yili) XXIII kongressida qabul qilingan oltita prinsipidan biri bo‘lib hisoblanadi.

Matlubot kooperasiyasi ko‘p tarmoqli xo‘jalik birlashmadir.

O‘zbekiston Respublikasida kooperasiya fuqorolar va yuridik shaxslarning iqtisodiy hamda ijtimoiy faoliyatning turli sohalarida umumiy maqsadlarga erishish uchun tishkiliy jihatdan rasmiylashtirilgan, mulkchilikning shirkat (jamoa) shakliga asoslangan ixtiyoriy birlashmalar (kooperativlari) majmuidan iboratdir.

Kooperasiya, shuningdek, o‘z a’zolarining uy-joy, maishiy va boshqa ijtimoiy ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiladigan kooperativlarni (uy-joy qurish, uy-joy kooperativlarini, garaj qurish, chorbog‘ qurish va shu kabi kooperativlarni) ham o‘z ichiga oladi.

Yuridik shaxs huquqiga ega bo‘lgan, jamoa mulki huquqi asosida o‘ziga qarashli mulkka egalik qiladigan, undan foydalanadigan va uni tasarruf etadigan mustaqil xo‘jalik yurituvchi subyekt kooperativ hisoblanadi.

Ishlab chiqarish va ishlab chiqarish-matlubot kooperativlarining faoliyati o‘z a’zolarining, shuningdek, mehnat shartnoalari (kontraktlar, bitimlar) bo‘yicha ishlayotgan kishilarning o‘z mehnatlari bilan shaxsan ishtirok etishiga asoslanadi.

Matlubot kooperasiyasi hamda o‘z a’zolarining uy-joy maishiy va boshqa ijtimoiy ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiladigan kooperativ faoliyati o‘z mehnati bilan shaxsan ishtirok etish bilan bog‘liq bo‘lmasligi ham mumkin.

Kooperativlar tarmoq prinsipi, hududiy va boshqa belgilar bo‘yicha xo‘jalik uyushmalari qatiy ixtiyorilik asosida birlashishlari va

yakka xomiylikka qarshi xomiylarning talablarini hisobga olgan holda ish olib borishlari mumkin.

Kooperativ, O‘zbekiston Respublikasi qonunlarida taqiqlanganlaridan tashqari, faoliyatning har qanday turi bilan shug‘ullanishga haqlidir. Bunda kooperativlar va ularning xo‘jalik uyushmalari (shu jumladan barcha turdagi aralash davlat kooperativ uyushmalari) davlat boshqaruvi va nazorati, shuningdek, surishtiruv, tergov va odil sudlov idoralarining vazifalarini bajarishlariga yo‘l qo‘yilmaydi.

Kooperativlar, kooperativlarning xo‘jalik uyushmalari o‘zbekiston Respublikasining qonunlari va xalqaro shartnomalariga muvofiq respublika va xalqaro bozorlarda xo‘jalik faoliyatini erkin yuritish huquqiga egadirlar.

Kooperativning oliy boshqaruv idorasi umumiy yig‘ilish, konferensiya, syezd bo‘lib, ular kooperativ raisini (boshqaruvini), taftish komissiyasini (taftishchini) saylaydi va ularga kooperativni boshqarish bo‘yicha o‘z vakolatlarini topshiradi. Kooperativning har bir a’zosi, shu jumladan, uning har bir jamoa a’zosi qo‘shgan mulkiy hissasining miqdoridan qat’iy nazar, bir ovozga ega bo‘ladi.

Tayanch iboralar: Milliy iqtisodiyot, xo‘jalik mexanizmi, ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar, xo‘jalik mexanizm elementlari, makroiqtisodiy aloqalar, mezoiqtisodiy munosabatlar, makroiqtisodiy munosabatlar.

Takrorlash uchun savollar

1. Milliy iqtisodiyot nima?
2. Jamiyatni asosiy maqsadi?
3. Xo‘jalik mexanizmi tushunchasi?
4. Jamiyatdagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar nimalarda namoyon bo‘ladi?
5. Savdoning xo‘jalik mexanizmi mohiyatini yoriting?
6. Savdo xo‘jalik mexanizmi qanday elementlardan tashkil topadi?
7. Matlubot kooperasiyasi xo‘jalik mexanizmini xususiyatlari nimalardan iborat?

V BOB. SAVDO KORXONALARIDA IQTISODIY ISHNI TASHKIL QILISH

5.1. Iqtisodiy ishning mohiyati

5.1.1. Iqtisodiy ishning mohiyati, mazmuni va ahamiyati

Iqtisodiy ish iqtisodiy hodisalar, jarayonlarni son va sifat tomonini o‘rganish, hisobga olish bilan, ya’ni xo‘jalik faoliyatini boshqarish jarayoni bilan bog‘liq.

Iqtisodiy ish natijasi iqtisodiy axborotlar orqali namoyon bo‘ladi. Savdoda iqtisodiy ish natijasi quyidagilarda o‘z aksini topadi:

1. Hududni iqtisodiy holatini, ko‘rsatkichlarini o‘rganish.
2. Har xil hisobotlarni olib borish.
3. Talabni o‘rganish va prognoz qilish.
4. Ilg‘or tajribalarni o‘rganish, umumlashtirish, hayotga tadbiq qilish.
5. Har xil uslubiy qo‘llanmalar, ko‘rsatmalar, instruksiyalar, takliflar ishlab chiqish.
6. Xo‘jalik faoliyatini tahlil qilish.
7. Prognozlash va rejalashtirish.
8. Xo‘jalik faoliyatini takomillashtirishga qaratilgan texnik iqtisodiy va ijtimoiy tadbirlar ishlab chiqish.
9. Buyurtmalar, shartnomalar tuzish.
10. Bozor konyunkturasini o‘rganish.
11. Boshqaruv qarorlarini qabul qilish.
12. Rejalar, tadbirlar, boshqaruv qarorlarini bajarilishini nazorat qilish.

Iqtisodiy ishni olib boruvchi organlar iqtisodiy xizmat apparati bo‘lib hisoblanadi. Iqtisodiy xizmatni bosh vazifasi mavjud resurslardan samarali foydalanish orqali asosiy maqsadga erishishni ta’minlash hisoblanadi.

Ushbu maqsadga erishish uchun iqtisodiy xizmat quyidagi vazifalarni o‘z oldiga qo‘yadi:

1. Iste’molchilarni ehtiyojini to‘la-tukis qondirish.
2. Maksimal daromad va foyda olish.

3. Moddiy, mehnat, moliyaviy resurslardan oqilona va rasional foydalanish.

4. Har tomonlama asoslangan boshqaruv qarorlarini qabul qilishni ta’minlash.

5. Sifatli va o‘z vaqtida iqtisodiy axborotlarni tegishli organlarga yetkazish.

6. Iqtisodiy ishni kam xarajatlar va samarali bajarilishini ta’minlash.

7. Iqtisodiy ishni takomillashtirish milliy hisoblar tizimi (MHT)ga – moslashtirilgan usullar, qoidalar, ko‘rsatkichlar tizimini ishlab chiqish, axborotlar shakllarini yangilab borish, ularni vertikal va gorizontal yo‘nalishlarini aniqlash va h.k.).

5.1.2. Iqtisodiy axborotlar tushunchasi, turlari va ahamiyati

Axborot qabul qiluvchiga uch xil tushunish filteri orqali yetkaziladi, ya’ni qabul qilish, tushunish va baholash. Shu nuqtai nazardan axborot, qaror qabul qilish yoki biron bir vazifani bajarish uchun foydali bo‘lgan, qabul qilingan, tushunilgan va baholangan yangi bilimlar qatoriga kiradi.

Axborotlar deganda boshqaruvchi va boshqaruvchilar, xo‘jalik subyektlari orasida sirkulyasiya qilib turadigan, tabiat, jamiat va ijtimoiy hayotda ro‘y berayotgan jarayonlar, hodisalar, munosabatlar xususiyatlari to‘g‘risida boshqaruv qarorlari qabul qilish, texnik-iqtisodiy hisobotlarni asoslash uchun zarur bo‘lgan xabarlar majmuasini tushunamiz.

Axborotlar doirasi juda kengdir va uning har xil turlari mavjud. Tabiat to‘g‘risida, tarix to‘g‘risida, ijtimoiy hayot to‘g‘risida, siyosat to‘g‘risida, texnikaviy, iqtisodiy va hokazolar.

Iqtisodiy axborotlarga tushuncha berib o‘tamiz. qisqacha qilib aytganda iqtisodiy axborotlarda iqtisodiy jarayon va hodisalarning son va sifat tomonlari o‘z ifodasini topadi. Iqtisodiy axborotlarga keng ma’noda qaralsa quyidagilardan tarkib topadi:

- boshqaruvchi va boshqariluvchi obyektlar o‘rtasida aloqa vositasi sifatida ishlatiladi;

• barcha aloqador obyektlar, subyektlar orasida bir-biriga yuboriladigan xabarnoma sifatida ko‘rinadi;

• boshqaruv qarorlarini asoslash va qabul qilish uchun zarur bo‘lgan hodisalar, jarayonlar, munosabatlar va narsalarning xususiyati to‘g‘risidagi yangi bilimlar majmuasi sifatida namoyon bo‘ladi;

• hodisalar va jarayonlarni o‘ziga xos xususiyatlaridan darak beruvchi xabarnoma sifatida tasavvur qilinadi;

• iqtisodiy usul va uslublarni ishga solish, fan predmetini o‘rganish va tadqiq qilish hamda xulosalarini namoyon qilish uchun dastak bo‘lib xizmat qiladi.

Axborotlar deganda boshqaruvchi va boshqariluvchilar, xo‘jalik subyektlari orasida sirkulyasiya qilib turadigan, tabiat, jamiyat va ijtimoiy hayotda ro‘y berayotgan jarayonlar, hodisalar, munosabatlar xususiyatlari to‘g‘risida boshqaruv qarorlari qabul qilish, texnik-iqtisodiy hisobotlarni asoslash uchun zarur bo‘gan xabarlar majmuasini tushunamiz.

Yuqoridagilardan ko‘rinib turibdiki, iqtisodiy ma’lumotlar iqtisodiyotda ahamiyati katta, keng ma’noda ishlatiladi, ishlatilish doirasi ham keng.

Konkret qilib ta’rif berilsa, iqtisodiy axborotlarda jamiyatda sodir bo‘layotgan barcha iqtisodiy ishlarning son va sifat jihatlari (hajmi, mazmuni) o‘z ifodasini topadi.

Iqtisodiy axborotlarni tasnifi 5.1-chizmada ifodalangan.

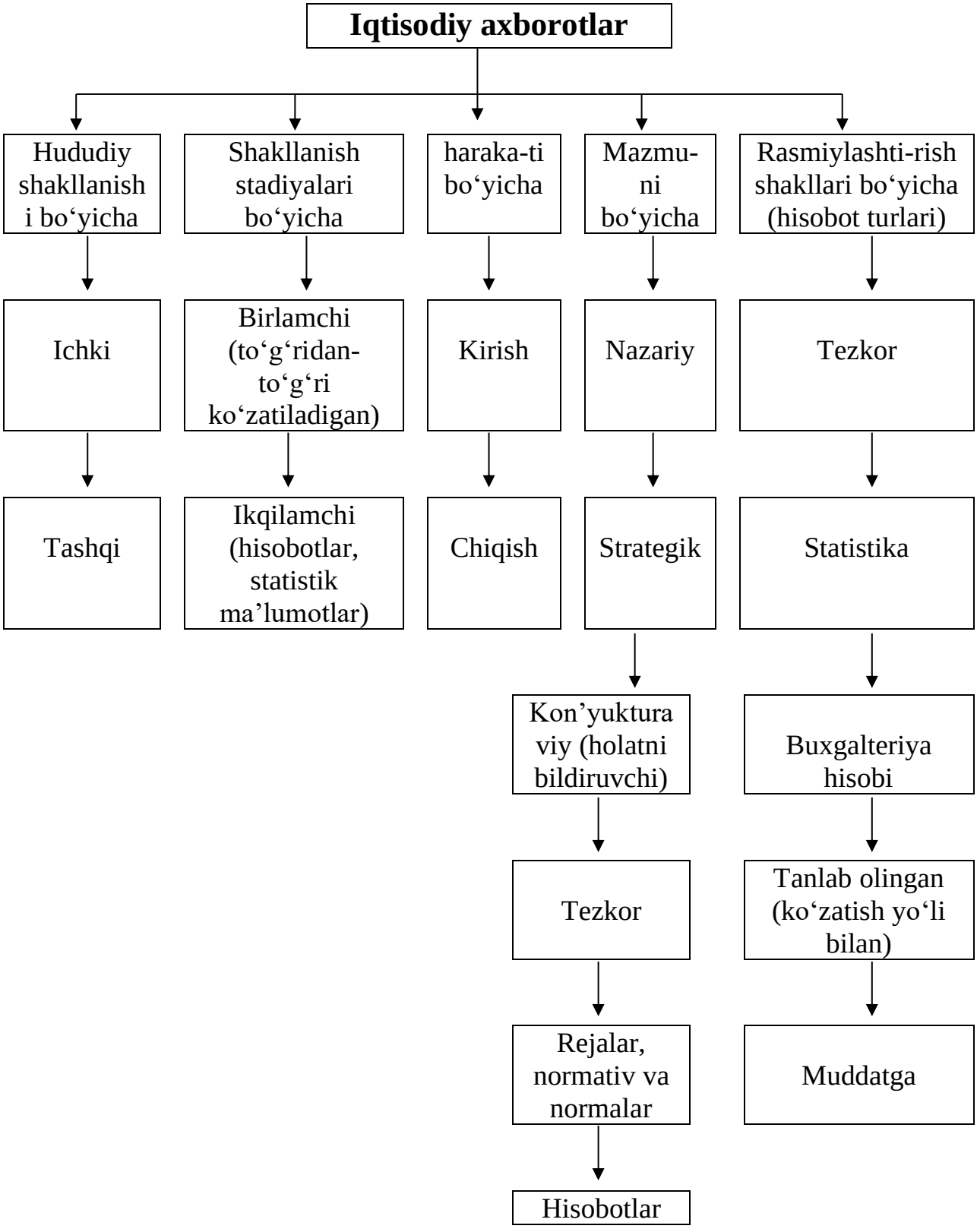
Iqtisodiy axborotlar to‘g‘risida xabarlar ko‘rsatkichlar orqali ifodalanadi.

O‘rganiladigan hodisa, jarayon, obyekt yoki predmetlarni son va sifat jihatlarini, hajmini, mazmunini namoyon qiluvchi vositalar ko‘rsatkichlardir.

Ko‘rsatkichlar natural, qiymat, absolyut va nisbiy o‘lchov birliklarda namoyon bo‘ladi. Ko‘rsatkichlar to‘g‘risida tegishli boblarda so‘z yuritiladi.

Iqtisodiy axborotlarni namoyon bo‘lishi belgilangan yoki qabul

qilingan hujjatlar orqali amalga oshiriladi.



5.1-chizma. **Iqtisodiy axborotlarning tasnifi**

5.1.3. Iqtisodiy axborotlar tarkibida statistikaning ahamiyati

Iqtisodiy axborotlarni rasmiylashtirish belgilangan shakldagi hujjat va blankalar orqali amalga oshiriladi.

Jamiyatda hodisalar va jarayonlarni son ko‘rsatkichlari to‘g‘risidagi axborotni ahamiyati nihoyatda yuqori ekanligini hamma ham tushunib, unga e’tibor bera olmaydi.

Hayotda nama’lum narsalar ko‘p. Bizni qamrab olgan atrof-muhitni o‘rganish uchun statistik fikrlashni ahamiyati katta. Statistik savodxonlik bozor iqtisodiyoti sharoitida nafaqat boshqaruv apparati xodimlari uchun, vaholanki u har bir jamiyat a’zosi uchun ham zaruriyatdir. Masalan: oila byudjetini hisob-kitobini oling, daromadi va xarajatalrini har bir oila har kuni hisob-kitobini olib boradi. Bunda oddiy arifmetika emas, statistik hisob-kitob ishlatiladi.

Statistika tarixi insoniyat taraqqiyoti bilan bog‘liq. Eramizdan oldin 2238 yilda hitoyda aholi ro‘yxatga olinganligi to‘g‘risida tarixiy ma’lumotlar bizgacha yetib kelgan.

Bibliyani Moisey to‘g‘risidagi 4-kitobida «Chislo», ya’ni «Son» bo‘limida qurol-yaroq ishlata biladigan erkaklarni hisoblaganligi to‘g‘risida ma’lumot beriladi.

Umuman «Statistika» qadimda italiyancha “Stato” yoki “Stati” so‘zidan olingan bo‘lib «davlat» mazmunini bildirgan. Shu sababli davlat siyosatini, umuman siyosatchilarni “Statista” deb atashgan.

Keyinchalik XVII asrlarga kelib Statistika fani vujudga kelgan. Statistikani iqtisodiyotni boshqarishdagi ahamiyati juda katta, ayniqsa hozirgi kunda, bozor iqtisodiyoti shakllanib borayotgan davrda.

Bejiz emaski, respublikamizda mustaqillikni boshlang‘ich davrida bozor iqtisodiyotini shakllantirishni huquqiy asoslarini yaratish davrida, Respublika Konstitutsiyasi (1991 y.), «Mulk to‘g‘risida»gi qonun (1990 y.), «Davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish to‘g‘risida»gi qonunlar (1991 y.) qatorida O‘zbekiston Respubilkasi Oliy Kengashining 28 sentyabr 1993 yil XIII sessiyasida «Davlat statistikasi to‘g‘risida»gi qonun qabul qilindi.

Ushbu «Davlat statistikasi to‘g‘risida»gi qonunda mamlakatimizda

rivojlanishning ijtimoiy-iqtisodiy holatini belgilovchi yagona statistika tizimini vujudga keltirish, uni faoliyatini ta’minlash bilan bog‘liq bo‘lgan huquqlari, vazifalari va mas’uliyatlari belgilab qo‘yilgan.

1993 yilgacha respublikada Sobiq Sovet ittifoqini «Xalq xo‘jaligi balansi» (XXB) hisobot va statistika ko‘rsatkichlar tizimi amaliyotda qo‘llanib kelingan. U bozor munosabatlarini to‘laligicha belgilab bera olmaydi. Chunki mulk shakllari, xalq xo‘jaligi tarkibi o‘zgardi.

Eski ma’muriy-buyruqbozlik tizimiga asoslangan, ishlab chiqarish markazlashgan rejalashtirish, resurslarni markazlashgan taqsimoti uni yadrosini tashkil qiladi.

Bu tizimda faqat moddiy ishlab chiqarish va shu bilan bog‘liq bo‘lgan xizmat ko‘rsatish sohalari hisobga olingan.

Aholiga xizmat ko‘rsatish, bank, moliyaviy xizmat ko‘rsatish, medisina xizmati, ma’rifat-fan, madaniyat va shu kabilar ikqilamchi, yalpi milliy daromad yaratishda qatnashishmaydi, deb hisoblangan. Natijada ularni daromadi makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarda o‘z aksini topmagan.

Bu esa iqtisodiy ko‘rsatkichlarni chet el bilan solishtirish imkonini bermaydi. Unda davlatning moliyaviy ahvolini, pul muomalasi va kredit holatini, ishbilarmonlik, vositachilik singari bozor tarkibini belgilovchi iqtisodiy ko‘rsatkichlarini yo‘qligi, statistik metodlarda yuz berayotgan o‘zgarishlarni yetarli darajada ko‘zatilmasligi natijasida, iqtisodiy va siyosiy islohot jarayonnining borishini va natijalarini tizimli tahlil qilish imkoniyatini og‘irlashtiradi, ijtimoiy va iqtisodiy boshqaruvning samaradorligini pasaytiradi.

XXB – yalpi statistik ko‘zatishga asoslangani uchun yangi (barcha mayda xo‘jaliklarni) vujudga kelgan xo‘jaliklarni bu uslub orqali amaliy jihatdan hisobga olib bo‘lmaydi. Chunki, u katta mablag‘ talab qiladi.

XXB asosan davlat boshqaruv organlari, tarmoq, vazirliklarni va idoralarni boshqaruv vazifasini bajarishga qaratilgan faoliyatlarini axborot bilan ta’minlagan.

Endi ishbilarmonlarni, olimlarni, assosiasiyalarni va fondlarni, aholini va chet ellik iste’molchilarni (investorlari va h.k.) statistik axborot bilan ta’minlash zarur.

Jahonning 150 dan ortiq mamlakatalrida «Milliy hisoblar tizimi» (MhT) amaliyotda qo‘llanib kelinayapti.

MHT – yaxlit jamlama iqtisodiy-statistik ko‘rsatkichlar to‘plami bo‘lib, tayyor mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish, yalpi MD-ni yaratish, taqsimlash, qayta taqsimlash va iste’mol jarayonlarini o‘zida mujassamlashtirgan hisobot va statistika tizimidir. Bunda ishlab chiqarish bilan bir xil uslubda xizmat ham MD yaratishda hisobga olinadi va o‘rganadi.

1993 yili BMT-ning statistika komissiyasi tomonidan MhT ishlab chiqilgan.

Statistika insoniyat jamiyati tarixida doimo jamiyatdagi tarmoqlar va sohalardagi, regiondagi, korxonadagi hodisalar va jarayonlarni ko‘zatish (son va sifat jihatidan) va tahlil qilish vazifasini bajarib kelgan.

Hozirgi zamonda statistika davlatni, biznesni va aholini axborot bilan ta’minlovchi tizimga aylangan.

Statistik ma’lumotlar har xil darajadagi tashkilotlar, faoliyat sohalari uchun zarurdir. Ular davlatga, xususiy korxonalarga, notijorat, nodavlat tashkilotlarga, o‘quv yurtlariga, ilmiy tadqiqot muassasalariga va boshqalarga faoliyat yuritish uchun eng muhim vositadir. Masalan: Davlat, statistik ma’lumotlar asosida zaruriy siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va boshqa sohalarga ta’luqli qarorlar qabul qiladi, dasturlar ishlab chiqadi va h.k.

Bundan tashqari qonunda xo‘jalik subyektlari (korxonalar, tashkilotlar, yuridik shaxslar)ning davlat statistika organlariga xo‘jalik faoliyatlarini belgilovchi xo‘jalik hisobot ko‘rsatkichlarni aniq, mukammal va o‘z vaqtida yetkazishlari, hisobot ko‘rsatkichlarining to‘g‘ri va to‘laligini ta’min etishga mas’ul ekanliklari, hisobot ko‘rsatkichlarini o‘z vaqtida bermaganliklari va noaniq berganliklari uchun qonun oldida javobgarliklari belgilab qo‘yilgan. Ushbu qonunda davlat statistika organlarining xo‘jalik birliklari oldidagi mas’uliyatlari ham belgilab qo‘yilgan. Chunonchi, olingan axborotlarni yakka holda chop etmaslik va boshqa xo‘jalik birliklariga bermaslik, bu axborotlarni faqat jamlama axborotlarni tayyorlashda ishlatish, xo‘jalik birliklarining ishlab chiqarish quvvatlarini belgilovchi va tijorat siri hisoblangan

axborotlarni tarqatmaslik davlat tomonidan kafolatlanadi.

Shuni ta’kidlash kerakki, statistika axborotlarining hayotimizda bo‘layotgan ijtimoiy-iqtisodiy o‘zgarishlarni to‘la aks ettirishdan davlat bilan bir qatorda tovar ishlab chiqaruvchilar va xizmat ko‘rsatuvchilar (ishlab chiqaruvchilar) manfaatdordirlar. Chunki, ishlab chiqaruvchilar o‘z faoliyatlarini iqtisodiyotning qaysi sohada rivojlantirishlarini, qanday tovar ishlab chiqarish va xizmat turlari ko‘rsatish bo‘yicha iqtisodiy jihatdan manfaatliroq ekanligini, ichki va tashqi bozor kon’yukturasini o‘rganishga oid axborotlarni statistika orqali bilib oladilar. Statistika axborotlarining to‘laligi va mukammalligi ishlab chiqaruvchilarga va aholiga mamlakatda yuritilayotgan iqtisodiy siyosatning yo‘nalishlari, moliya, pul, kredit bozorida muhim axborotlar, mamlakatning tashqi iqtisodiy aloqalari, uning kuch qudrati to‘g‘risidagi ma’lumotlarni beradi.

Yuqorida keltirilgan qonunga muvofiq bozor iqtisodiyotiga mos yangi makroiqtisodiy milliy schetlar tizimi (Milliy schetlar tizimi – MST) amaliyotga joriy qilindi. Iste’mol baholari indeksi (oldingi ulgurji baholar indeksi o‘rniga) va ishlab chiqaruvchilar bahosi indeksi metodologiyasi joriy qilindi. Baholar statistikasi tashkil qilindi. Mehnat, ish haqi ,ishchi kuchi ko‘rsatkichlari bo‘yicha statistika metodologiyasi Xalqaro mehnat tashkiloti (XMT) takliflari asosida tashkil qilindi. Uy xo‘jaligi byudjetini ko‘zatish dasturi ishlab chiqildi. Unda aholining daromadi va xarajatlari Jahon banki konsepsiyasi asosida tabaqalashtiriladi. Statistika amaliyotiga tashqi savdo va bojxona statistikasi, noformal iqtisodiyotni hajmini hisobga olish va boshqalar joriy qilindi.

O‘zbekiston Respublikasida statistikani huquqiy asoslarini yanada takomillashtirish zaruriyatidan kelib chiqib, o‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi 2002 yil sentyabrda «Davlat statistikasi to‘g‘risida»gi yangi qonunini qabul qildi.

5.2. Bozor iqtisodiyoti sharoitida prognozlash va rejalashtirish

5.2.1.Prognozlash va rejalashtirishni mohiyati, maqsadi, vazifalari va ahamiyati

Bozor iqtisodiyoti shakllanishi sharoitida iqtisodiy fanlarning vazifalaridan biri rejalashtirish munosabatlarini to‘g‘ri va ilmiy asoslashdan iboratdir.

Iqtisodiyot fanining asoschilaridan biri qadimgi grek faylasufi Aristotelning aytishicha, har qanday ne’mat yaratish har joyda, har tomonlama ikki xil shartga bog‘liq, ya’ni, birinchisi, har qanday faoliyatni kelajak maqsadini to‘g‘ri aniqlab olish, ikkinchidan, maqsadga erishishga munosib vositalarini topishdan iboratdir.

Ushbu iboralardan kelib chiqadiki, tarixan insoniyat o‘z faoliyatini amalga oshirishda abstrakt fikrlash asosida uni doimo prognoz qilgan va rejalashtirgan.

Rejalashtirish atamasi hayotga keyinchalik, ayniqsa, sosialistik tizim davrida tadbiq qilingan. Nososialistik tizimdagi davlatlarda ko‘proq prognoz, programma, strategiya, konsepsiya kabi atamalar ishlatiladi. Bularning hammasi bir xil vazifani, ya’ni kelajakda sodir bo‘ladigan yoki sodir bo‘lishi mumkin bo‘lgan hodisa va jarayonlarni kelib chiqishi, amalga oshirish tartibi, yo‘llarini va ketma-ketligini ko‘rsatadi. So‘z atamada emas. So‘z uning asl mazmunida.

Har qanday xo‘jalik yuritishning samarasi iqtisodiyot qonunlarining talablarini chuqur o‘rganish asosida rejalashtirish nazariyasini ishlab chiqilishiga va uning metodologiyasining yaratilishga bog‘liq.

Rejalashtirish nazariyasi jamiyatning taraqqiyot qonuniyatlarini bilish, jarayonlar va hodisalar o‘rtasidagi bog‘liqlikni obyektiv sabab va oqibatlarini o‘rganish, ularni dialektik va logik usullar bilan asoslash negizida rejalashtirishning metodologiyasini yaratgan.

Rejalashtirish metodologiyasi rejalashtirish jarayonining ichki logikasini yoritib beradi. Rejalashtirish metodologiyasi rejalashtirish jarayonini tashkil qilish, uni ishlab chiqish va joriy qilish prinsiplarini, metodlarini, tarkibini, tartibini, etaplarini va ko‘rsatkichlari sistemasini

asoslab beradigan ta’limotdir.

Har qanday ijtimoiy tizimda o‘z faoliyatini yurgizishda insoniyat uchta bir-biri bilan chambarchas bog‘liq bo‘lgan fundamental muammolar bilan tuqnashadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida shakllangan iqtisodiy nazariya u muammolarni quyidagicha ta’riflaydi:

Birinchidan, nima ishlab chiqarish va qancha miqdorda?

Ikkinchidan, qanday ishlab chiqarish va qancha xarajatlar zarur bo‘ladi?

Uchinchidan, kim uchun ishlab chiqariladi va ular qanday taqsimlanadi?

Jamiyat va uning subyektlari oldidagi bunday muammolar, albatta, o‘z-o‘zidan hal bo‘lmaydi. Buning uchun xalq xo‘jaligini tashkil qilish, boshqarish, tarmoqlararo va xo‘jalik subyektlari o‘rtasidagi iqtisodiy aloqalarni bog‘lash, sotuvchi bilan iste’molchilar orasidagi munosabatlarni, tovar bilan baho miqdorini moslashtirish va hokazolar kabi iqtisodiy jarayonlar, hodisalarni uyg‘unlashtirish kabi masalalarni hal qilish zaruriyati tug‘iladi. Bu hodisalar va jarayonlarni tartibga solish hamda ular o‘rtasidagi bog‘liqlikni ta’minlash, avvalom bor iqtisodiy qonunlar ta’siri ostida va albatta, davlatni aralashishi natijasida yuz beradi. Bunday umumiqtisodiy qonunlardan biri jamiyatni rejali-mutanosib (proporsional) rivojlanishidir.

Bozor iqtisodiyotining shakllanishi va rivojlanish tarixiga nazar solinsa, rejalashtirish boshqarishning asosiy qoidasi (prinsipi), asosiy omili sifatida hayotda tarixan ishlatilib kelingan.

V.V.Leontyev ikki xil xo‘jalik yuritish xo‘jalik mexanizmlari shaklini sintez qilish «Reja va bozorni sintezi» g‘oyasini asoslab bergan.

Amerikalik menejer Li Yakoka «Karyera menedjera» (M.: Progress, 1990.) asarida «… davlat tomonidan rejalashtirish, bu umuman sosializmni bildirmaydi. Bu degani asoslangan strategiya, shakllangan maqsadni mavjudligini bildiradi. Bu butun iqtisodiy siyosatni aspektlarini kelishilishini anglatadi.

Bizda progress bo‘lmaydi, toki biz har qanday davlat miqiyosida rejalashtirish kapitalistik tizimga bostirib kirish degan noto‘g‘ri g‘oyadan qaytmasak» (361-bet).

Fridrix Uinslou Teylor (1886-1915) hozirgi zamon menejmentining asoschisi deb hisoblangan, ishlab chiqarishni tashkillashtirish nazariyasini yaratgan. Uning «Menejmentni ilmiy prinsiplari» nomli asarida mehnatni tashkil qilish qonuniyatlari to‘g‘risidagi bilimlarni qat’iy ilmiy tizimi, mehnatni tashkil qilish, vaqtni o‘rganish usullari (xronometraj), tannarxni hisoblashning matematik usullari, ish haqini differensiyasiya qilish, mehnat jarayonini tahlil qilish va uning asosida rejalashtirish, tashkil qilish masalalari asoslangan. F.Teylor nafaqat yuqoridagi qoidalarni nazariy asoslagan, ularni ishlab chiqarish jarayoniga tadbiq qilgan.

Genri Lodrens Gamnt (1861-1919) korxona faoliyatini tezkor rejalashtirish va boshqarishga asos solgan. Uning «Grafigi Gamnta» nomi bilan mashhur bo‘lgan grafiklarni rejalashtirish tizimi ishlab chiqarish korxonalarida keng foydalanilgan.

Gorrington Emirson (1853-1931) mehnat unumdorligini oshirishni 12 ta qoidasini ishlab chiqqan. Ularga boshaqrishni boshlang‘ich nuqtasi sifatida maqsadni aniqlash; kamchiliklar va nuqsonlarni tan olish va sababini axtarish; xodimlar faoliyatini reglamentasiya va nazorat qilish hamda moddiy rag‘batlantirish; ishlab chiqarish jarayoni elementalrini normalashtirish, doimiy, to‘la, real va tezkor hisob-kitob qilish, ularni rejalashtirish kabi masalalarni kiritgan.

Germaniya Federativ Respublikasi Kansleri Lyudvig Erxard (1950-1960) iqtisodiy reformalar o‘tkazgan va reformaning asosiy yo‘nalishlaridan biri sifatida indikativ rejalashtirishni joriy qilish bo‘lib hisoblangan. Indikativ rejalashtirish indikativ ko‘rsatkichlarni tasdiqlashdan iborat bo‘lib, ularning bajarilishini ta’minlash uchun qudratli iqtisodiy, huquqiy, ma’muriy dastaklar (instrumentlarni) ishlatishni ko‘zda tutgan. Jahon iqtisodiyoti nazariyasi yutuqlari va tajribasini ishlatish asosida indikativ rejalar chuqur ilmiy asosda ishlab chiqilib, uni tayyorlashga yuqori kasbiy malakaga ega bo‘lgan iqtisodchilar, olimlar jalb qilingan.

Rivojlangan davlatlar iqtisodiyotidagi yetuk yutuqlarga erishish, krizislarni bartaraf qilish, strategik, joriy va tezkor rejalashtirish usullarini, qoidalarini ishlatish asosida erishgan desak mubolag‘a

bo‘lmaydi. Ularda rejalashtirish masalalari bilan shug‘ullanadigan zaruriy kafolatlarga ega bo‘lgan vazirliklar, idoralar, muassasalar tashkil qilingan. Barcha firmalar, kompaniyalar, korporasiyalar, korxonalar prognozlash va rejalashtirish bilan shug‘ullanadigan funksional boshqaruv organlariga ega.

Korxonalar, firmalar faoliyatini rejalashtirish ilmiy asoslangan holda tashkil qilinadi. Chet el amaliyotida rejalashtirishni tashkil qilishni asosan ikki xil usuli ishlatiladi. Birinchisi, «break-down» - yuqoridan pastga usuli, ikkinchisi, «buifd-up» - pastdan yuqoriga usuli. Birinchi usulni mazmuni korxona rahbariyati uning maqsad va vazifalarining asosiy yo‘nalishlarini belgilaydi, quyi bo‘limlarda ular detallashtirilib, siljish jarayonida umumiy rejaga kiritiladi. Ikkinchi usul bo‘yicha ko‘rsatkichlarni miqdori rejalashtirgan davrga quyi bo‘limlarda ishlab chiqiladi va rahbariyat ularni umumlashtirib, korxonani umumiy rejasini aniqlaydi.

Amaliyotda ko‘pchilik hollarda ikkala usul birgalikda ishlatiladi.

Rejalashtirish boshqarishning iqtisodiy usullaridan biri bo‘lib, u xo‘jalik yuritishda iqtisodiy qonunlar talabini ishlatishni asosiy vositasi sifatida namoyon bo‘ladi. Rejalashtirish maqsadni tanlash, asoslash, chegaralangan resurslardan oqilona foydalanish, maqsadga yetish yo‘llarini, chora-tadbirlarini belgilash, iqtisodiy asoslash va ularning bajarilishini nazoratga olish jarayonidan iboratdir. Rejalashtirish g‘oyani, maqsadni amalga oshirish usulidir. Rejasiz har qanday g‘oya, maqsad safsataga aylanib qoladi. Maqsadga yo‘naltirilgan, kutilayotgan sharoitga mo‘ljallangan reja faoliyatni samarali yuritishni ta’minlaydi.

Rejalashtirish – maqsadni belgilash, unga yetish vositalarini aniqlash va harakat yo‘llari to‘g‘risida muntazam ravishda dastur ishlab chiqish

Rejalashtirish ko‘p qirrali, murakkab jarayondir. To‘zilgan reja yoki korxona dasturi nima qilish, kim bajaradi, qachon va qanday bajaradi degan savollarga ochiq, to‘la va asoslangan javob berishi

shartdir.

Savdo korxonalari faoliyatining samaradorligi talab va taklifni hisobga olgan holda nima, kimga va qanday mahsulot yetkazib berish, resurslar bilan ta’minlanish, savdoning optimal texnologiyasini tanlash, tovarni sotish shakli va usullari va boshqa ko‘pgina holatlarga bog‘liqdir. har bir korxona bu omillarni o‘zviy bog‘lashga harakat qiladi. Bu esa korxonaning xo‘jalik faoilyatini rejalashtirish orqali amalga oshiriladi.

5.2.2. Rejalashtirishni qoidalari (prinsiplari)

Jamiyatning siyosiy ustqurmasi, ijtimoiy-iqtisodiy shart-sharoitidan qat’iy nazar rejalashtirishni umumiy qoidalari (prinsiplari) mavjud. Ular insoniyat taraqqiyotining barcha formasiyalarida u yoki bu darajada, ayrim hollarda rejalashtirish to‘g‘risida ilmiy asoslangan fikr yuritishdan chetda bo‘lgan holda ishlatilgan.

Bizlarga ma’lum, MDHda tarqatilayotgan iqtisodiyotga oid chet el adabiyotlarida rejalashtirish nazariyasi, uning metodologiyasiga oid masalalarga, shu jumladan rejalashtirish prinsiplari to‘g‘risida nazariy fikrlar keltirilmaydi.

Rejalashtirishning o‘ziga xos prinsiplari, usullari va uslublari, umuman aytganda, bozor iqtisodi sharoitida rejalashtirishning o‘ziga xos metodologiyasi mavjud. Lekin bu gap sobiq sosialistik to‘zumda ishlatilgan rejalashtirish metodoloiyasini butunlay inkor qilish degan fikr emas. Uning salbiy tomonlarini (erkinlikning chegaralanganligi, rejalashtirishning direktivligi, partiyaviyligi va hokazolar) olib tashlanib, ijobiy jihatlarini, ya’ni metodologiyasidan, usullaridan keng foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Rejalashtirish jarayonida ilmiylik, reallik, optimallik, komplekslik, o‘zluksizlik, o‘zgaruvchanlik (korrektirovka qilinishi, elastiklik) nazorat kabi prinsiplari ishlatiladi.

Jahon tajribasida rejalashtirishning o‘ziga xos qoidalari (prinsiplari) mavjud bo‘lib ularga quyidagilarni kiritish mumkin:

- rejalashtirishning ilmiy asoslanganligini, ya’ni rejalashtirish iqtisodiy qonunlar talablarini, bozor iqtisodi qoidalarini hisobga olish, fan va texnika yutuqlariga asoslanishi, rejalashtirishda keng ma’noda

ilmiy tekshirish muassasalarini, olimlarni jalb qilinishi orqali ta’minlanadi;

- rejalashtirishni har xil muddatlarga tuzish tizimi orqali uning o‘zluksizligi ta’minlanib boriladi;
- jamiyatda, korxona, firmalarda ishlatiladiagn barcha resurslarning chegaralanganligi ulardan foydalanishda tejamkorlikka intilish, ulardan eng optimal variantni tanlab olishni taqozo qiladi;
- raqobat, vaziyatning o‘zgarib turishi rejalarga o‘zgarishlar kiritib borishni taqozo qiladi va shu sababli rejalar har xil vaziyatlar uchun mo‘ljallangan alternativ variantlarda tuzilishi, uning vaziyatga moslashuvchanligi, elastikligini ta’minlaydi;
- bozor iqtisodiyoti qoidalari korxonalar, firmalar o‘rtasidagi aloqalarni kontraktlar asosida tashkil qilish, olingan majburiyatlarni belgilangan muddatda, miqdorda qat’iy bajarilishini talab qiladi. Bu esa rejalarning bajarilishini nazorat qilish qoidasining ahamiyatini oshiradi.

5.2.3. Prognozlash va rejalashtirishga qo‘yiladigan umumiy talablar

Chet el savdo korxonalarining tajribasidan ma’lumki, rejalarning ishlab chiqarilishiga qat’iy talablar qo‘yiladi. Rejalarda asosiy muammolar, vazifalar o‘z ifodasini topadi. Masalan: Savdoning tovar aylanishi hajmi, assortimentlari bo‘yicha tovar aylanishi, tovar zahiralari ko‘rsatkichlari, tovarlarni kelishi (manbaalari bo‘yicha), asosiy, aylanma va moliyaviy mablag‘lari (fondlari), mehnat resurslari va ish haqi, daromadlari, xarajatlari, foydasi kabilar.

Bu bo‘limlarning har biri bo‘yicha aniq chora-tadbirlar, konkret javobgarlik belgilab qo‘yiladi. Alohida bo‘limlar bo‘yicha taqvim rejalar ishlab chiqilib, kim nima qiladi, qanday bajaradi kabi masalalarni hal qilish yo‘llari aniqlanadi.

Rejalashtirish jarayoniga qo‘yiladigan talablarni quyidagicha ifodalash mumkin:

- savdo korxonalarining rivojlanish g‘oyasini, maqsadini aniqlash;
- asosiy maqsadga erishishni ta’minlaydigan tijorat g‘oyalarini namoyon qilish;

- rejalashtirish – o‘zluksiz jarayon bo‘lib, barcha jamoaning ijodiy yondoshishini, rag‘batlantirishni taqozo qiladi (jamoa a’zolari rejalashtirish jarayonida faol qatnashishi, pirovard natijalarda ularning ish haqi undan bog‘liqligidadir);
- reja barcha funksional bo‘limlarni, mutaxassislarni, boshliq bilan uning qaromog‘idagi xizmatchilarni o‘zaro ta’siri va chambarchas bog‘lanishda, birgalikda optimal aniqlashga erishish asosida tuzilishi kerak;
- bozor konyukturasi o‘zgarish ehtimollariga mo‘ljallangan alternativ variantlar mavjud bo‘lishi shart;
- bozor iqtisodi sharoitida barcha resurslardan (ular chegaralangan) oqilona, rasional foydalanish, xarajatlarning tejamliligini, natijalarning optimalligini ta’minlash;
- savdo faoliyatini chuqur, har tomonlama baholash maqsadida uning samaradorligi me’zonini, ko‘rsatkichlarini aniqlash;
- savdo faoliyatiga ta’sir qiluvchi omillarni aniqlash, uning ta’sir qilish darajalarini chuqur tahlil qilish, asoslash imkoniyatlarni, yangi rezervlarini aniqlash;
- va nihoyat ishlab chiqarilgan hamda qabul qilingan dasturning bajarilishini ta’minlash va nazorat qilish kabilardir.

5.2.4. Prognozlash va rejalashtirish turlari va bosqichlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida rejalarni tezkor, joriy, o‘rta muddatli, strategik (Uzoq muddatli) tizimi qo‘llaniladi va bu asosida rejalashtirishni o‘zluksizligi ta’minlanadi.

Rejalar alohida alomatlariga qarab tasniflanadi va alohida turlarga bo‘linadi.

Rejalarni tasnifi va turlari quyidagi 5.2-chizmada keltirilgan:

Jahon amaliyotida rejalashtirishning alohida bosqichlari, ya’ni rejalashtirish jarayonining ketma-ketligi ishlabch iqilgan va ularga rioya qilishlik rejalashtirish jarayonini bosqichlarini (logik) mantiqiy bog‘liqligini ta’minlaydi.

Rejalashtirish bir necha bosqichdan iborat bo‘ladi. Ularni umumlashtirib uch bosqichga bo‘lish mumkin.

Tasniflash alomatlari	Rejaning turlari
Faoliyatni qamrab olish darajasi	Umumiy
	Bo‘limlar, sohalar
Predmeti bo‘yicha	Maqsadli
	Mablag‘lar
	Dasturli
	harakatdagi
O‘zgarish xususiyatiga qarab	Qat’iy
	Moslashuvchan
Faoliyat sohasi bo‘yicha	Ishlab chiqarish
	Moddiy ta’minot
	Sotish
	Moliya
	Personal
Muddati bo‘yicha	Uzoq muddatli (5 yildan yuqori)
	O‘rta muddatli (5 yilgacha)
	Qisqa muddatli (1 yilgacha)
Mazmuniga qarab	Strategik
	Taktik
	Tezkor
O‘rganish miqiyosiga qarab	Global
	Lokal-tavsilotlashtirilgan

5.2-chizma. **Rejalarning turlari**

Boshlang‘ich bosqichda g‘oyani shakllantirish, maqsadni aniqlash, ma’lumotlarni tahlil qilish, umumlashtirish, rejalashtirilayotgan ko‘rsatkichlarning yo‘nalishlarini aniqlash, istiqbolni belgilashdan iborat bo‘lishi kerak.

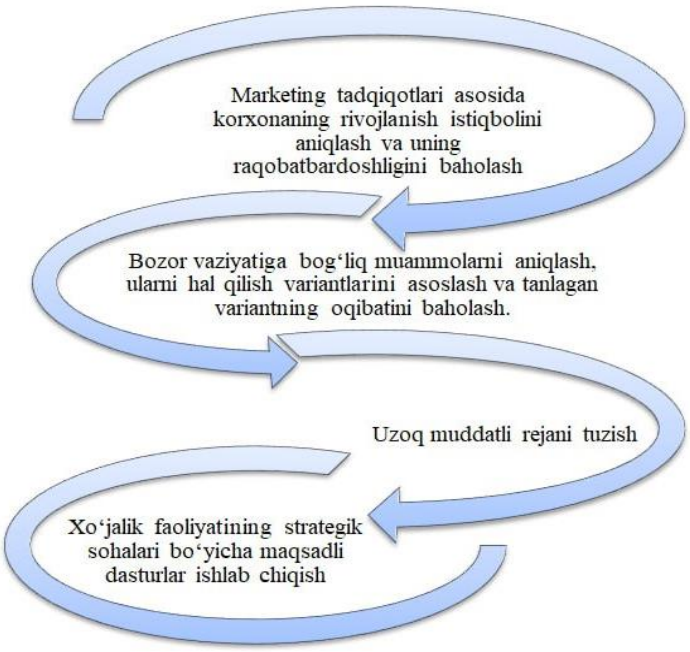
O‘rtanchi bosqichi ko‘p variantli rejani tuzish, xo‘jalik subyekti rahbariyati tomonidan ko‘rib chiqish, uning optimal variantini ma’qullash.

Oxirgi bosqichi qabul qilingan rejani bajaruvchilarga yetkazish, bajarilishini ta’minlashni chora-tadbirlarini ko‘rish va nazorat qilishdan iborat bo‘lishi kerak deb hisoblaymiz.

Ushbu bosqichlarni standart sifatida qabul qilmaslik kerak. Rejalashtirishning turlari va ko‘rsatkichlari, rejalashtirilayotgan faoliyatga qarab bosqichlarni kengaytirish, boshqa ketma-ketlik shakllarini ishlatish mumkin.

Rejalashtirishni ishlab chiqarish jarayoni ham uning turlariga qarab o‘ziga xos alohida bosqichlardan iborat bo‘ladi.

Masalan: strategik rejalashtirish, Uzoq muddatli rejalashtirish bosqichlarining ayrim variantlari 5.3 va 5.4-rasmlarda keltirilgan.

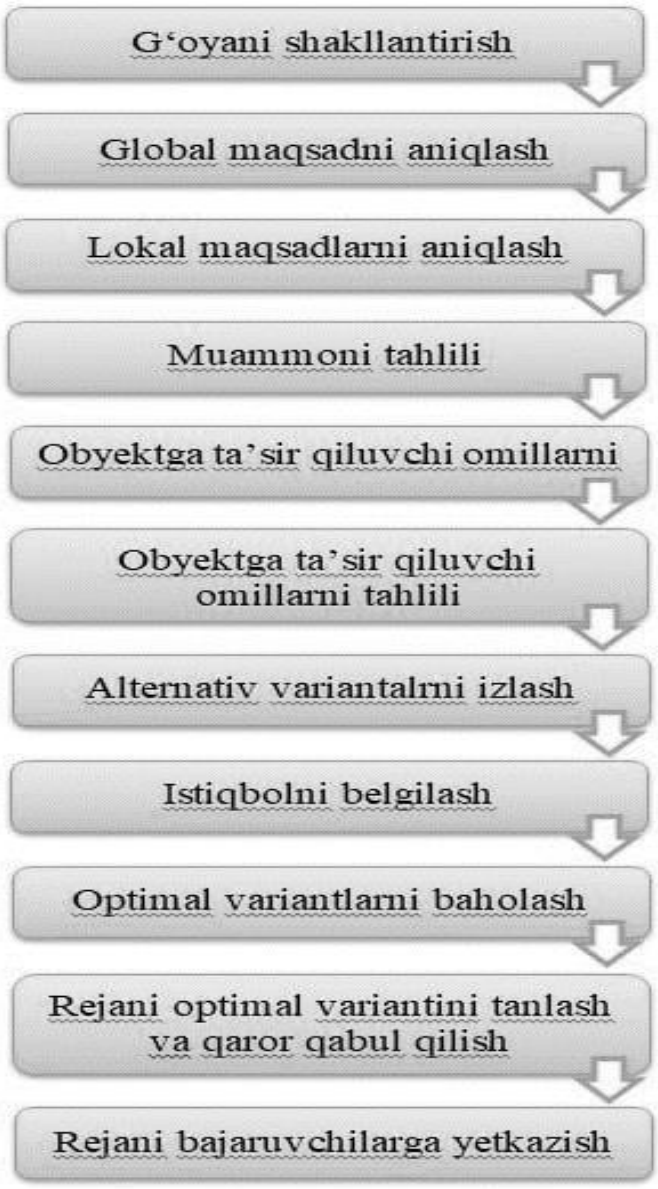


5.3-rasm. **Strategik rejalashtirish bosqichlari**

Uzoq muddatli rejalar quyidagi tartibda tuzilishi ham korxonalar tajribasida ishlatilib kelinmoqda:

- korxonaning maqsadi;
- investisiya va ishlab chiqarishni takomillashtirish;

- resurslarni ishlatilish samarasi;
- boshqarishni takomillashtirish;
- raqobat vaziyatlarining tahlili;
- korxona tarkiblarining resurslari, ularning samaradorligi kibilarni aniqlash, belgilash.



5.4-rasm. **Uzoq muddatli rejalashtirish bosqichlari**

5.2.5. Prognozlash va rejalashtirish usullari hamda ko‘rsatkichlari

Metod grekcha «methodos» so‘zidan olingan bo‘lib «nimagadir yo‘l», bilish usulubi, jamiyat va tabiat hodisalarini tadqiqot qilish usuli ma’nosini bildiradi.

Rejalashtirish jarayonida balans usuli (moddiy, moliyaviy, mehnat resurslari balansi), normallashtirish usuli, solishtirish indeks usuli, grafiklar, texnik-iqtisodiy hisoblar, sosiologik tadqiqot, statistik guruhlash, iqtisodiy matematik usullar, ekspert baholash usuli kabilardan keng foydalaniladi.

Rejalashtirishda ko‘rsatkichlar tizimidan keng foydalaniladi. Ular qatoriga natural va qiymat; absolyut va nisbiy; son va sifat ko‘rsatkichlarini kiritish mumkin.

Sonli ko‘rsatkichlar absolyut miqdorda ifodalanib ishlab chiqarish hajmini (dona, tonna, kl.vt., shartli banka): ishchilar soni; ish haqi fondi; daromad hajmi; foyda summasi kabilarni ifodalaydi.

Sifat ko‘rsatkichlari nisbiy miqdorlarda hisoblanadi va korxona faoliyatini samaradorligini o‘lchov birligi sifatida ko‘proq ishlatiladi. Bu ko‘rsatkichlar prosent, indeks, koeffisiyent kabilarda o‘z aksini topadi.

Hajmiy ko‘rsatkichlar asosan ishlab chiqarish hajmini, ayrim ko‘rsatkichlarni absolyut miqdorini ifodalaydi (zahiralar miqdori, ishlab chiqarish hajmi, resurslar summasi va h.k.).

Solishtirma ko‘rsatkichlar nisbiy miqdorlarda o‘lchanib (sifat ko‘rsatkichlarni bir turi), solishtirma og‘irlikni, solishtirma birlikni ko‘rsatadi. Masalan: ishlab chiaqrishni umumiy hajmida mahsulotni bir turini hissasi; umumiy ishchi-xizmatchilar ichida ishchilarning hissasi kabilar.

Savdo korxonalarida tovar aylanishi hajmi, assortimenti (so‘m); tovar zahiralari hajmi va assortimenti (so‘m); tovarlarni kelishi hajmi va assortimenti (so‘m). Bu uchala ko‘rsatkichlarni assortiment bo‘yicha miqdori natural ko‘rsatkichlarda (dona, metr, tonna va h.k.) hisobga olinadi, tahlil qilinadi va rejalashtiriladi.

Muomala xarajatalri summasi, tarkibi, moddalari bo‘yicha (so‘m, %).

Mehnat va ish haqi ko‘rsatkichlari.

Daromad va foyda rentabellik ko‘rsatkichlari.

Asosiy va aylanma fondlarni ishlatish bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar.

Kapital mablag‘lar, kredit, soliq va to‘lovlar bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar kabilar.

Tayanch iboralar: Prognoz, prognozlashtirish, reja, rejalashtirish, biznes reja, metodologiya, usul, indikativ, mutonosib, ilmiylilik, o‘zluksizlik, optimallik, moslanuvchanlik, strategik nazorat,taktik, tezkor, lokal-tafsilotlashtirish, g‘oya, maqsad, sifat ko‘rsatkichlari, xajmiy ko‘rsatkichlar, solishtirma ko‘rsatkichlar.

Takrorlash uchun savollar

1. Iqtisodiy ishni mazmunini yoriting?
2. Iqtisodiy xizmat nima va qanday vazifalar bajaradi?
3. Iqtisodiy tahlil mazmunini yoriting?
4. Iqtisodiy tahlil qanday vazifalar bajaradi?
5. Iqtisodiy tahlil usullariga tushuncha bering?
6. Axborot nima?
7. qanday axborotlar turlari mavjud?
8. Axborotlar qanday alomatlar bo‘yicha tasniflanadi?
9. Ko‘rsatkichlar deganda nimani tushunasiz?
10. Qanday ko‘rsatkichlarni bilasiz?
11. O‘zbekiston Respublikasida axborotlari to‘g‘risida qanday tizim ishlatiladi? Uni mazmunini yoritib bering?
12. Statistikani iqtisodiyotdagi ahamiyatini yoritib bering?
13. Statistika to‘g‘risida qabul qilingan qonunda qanday vazifalar qo‘yilgan?
14. Statistikani takomillashtirish borasida qanday ishlar amalga oshirilgan?
15. Prognoz, prognozlashtirish nimalarni anglatadi?
16. Reja va rejalashtirishni mazmunini yoriting?
17. Prognozlashtirish bilan rejalashtirishning farqini ayting?
18. Rejalarni turlarini ayting?
19. Rejalashtirish metodologiyasini tushintirib bering?
20. Rejalashtirish qoidalarini ayting?
21. Rejalashtirishda qanday usullardan foydalaniladi?

VI BOB. SAVDO KORXONALARINING RESURSLARI

6.1. Savdo korxonalarining asosiy fondlari

6.1.1. Resurslar tushunchasi va tarkibi

Resurs – fransuzcha «ressources» so‘zidan kelib chiqib, vosita, zahira, imkoniyat, biror-bir narsani, boyliklarni manbaasi mazmunini bildiradi.

Jamiyatda resurslar har xil turlarga bo‘linadi.

Iqtisodiyot nazariyasida resurslarga tegishli ishlab chiqarish vositalari (mehnat qurollari va mehnat predmetlari); ishlab chiqarish kuchlari (ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchi); kapital (moliyaviy kapital), (asosiy kapital, aylanma kapital) kabi tushunchalar ishlatiladi.

Statistikada, buxgalteriya hisobida asosiy fondlar (asosiy vositalar), aylanma fondlar, (aylanma vositalari, aylanma mablag‘lar), moddiy aktivlar, nomoddiy aktivlar, ishchi kuchi, moddiy resurslar, mehnat resurslari, moliyaviy resurslar kabi tushunchalar ishlatiladi.

Umuman resurslar tushunchasiga kelsak – ular jamiyat zaruriyati uchun moddiy va ma’naviy bosqichlarni ishlab chiqarishga jalb qilishi mumkin bo‘lgan tabiiy, iqtisodiy, ijtimoiy va ma’naviy qudratlarni majmuasi bo‘lib, ular jamiyat bilan tabiatni o‘zaro aloqasi orqali insoniyat jamiyatini taraqqiyot darajasini ta’minlaydi.

Jamiyat miqiyosida tabiiy resurslar (havo, yer, suv, yer osti resurslari, o‘rmonlar va h.k.) energetik resurslar, moddiy resurslar, mehnat resurslari, moliyaviy resurslar va ma’naviy resurslar kabi tushunchalar ham mavjud.

Iqtisodiyotda resurslar tushunchasi bilan bir qatorda ishlab chiqarish omillari tushunchasi ham ishlatiladi.

Jamiyatda takror ishlab chiqarish jarayoni quyidagi omillar orqali harakatda bo‘ladi:

Birinchi omil – inson omili, uning mehnati;

Ikkinchisi omil – mehnat vositalari, ya’ni kapital;

Uchinchisi omil - tabiiy resurslar, yer;

Turtinchi omil - tadbirkorlik.

Beshinchi omil – axborotlar[11]

Umuman olganda resurslar ishlab chiqarish omillarini o‘zaro aloqasi, o‘zaro ta’siri orqali yaratiladi, shakllanadi.

Resurslar tushunchasi ishlab chiqarish omillaridan kengroq. Chunki resurslar ishlab chiqarishga jalb qilinishi mumkin bo‘lgan tabiiy, iqtisodiy, ijtimoiy va ma’naviy qudrat majmuasi bo‘lsa, ishlab chiqarish omillari ishlab chiqarishga jalb qilingan resurslar majmuasidir va inson uchun zarur bo‘lgan moddiy va ma’naviy boyliklarni yaratuvchi omil bo‘lib hisoblanadi.

Insoniyat hayotida doimo chegaralangan imkoniyatlar va chegaralangan resurslarga duch keladi. haqiqatda har bir insonni alohida olib qarasak uni imkoniyatlari chegaralanganligiga guvoh bo‘lamiz. Butun jamiyatda resurslar chegaralangan, chunki tabiiy, moddiy, mehnat, moliyaviy va boshqa resurslar son jihatidan va sifat jihatidan chegaraga ega. Bejiz emaski, iqtisodiy fanlar, avvalom bor, iqtisodiyot nazariyasi uchun chegaralangan resurslardan moddiy boylik yaratish, uni iste’mol uchun aholi o‘rtasida taqsimlashda insonlarning o‘zaro munosabatlarini o‘rganish asosiy vazifalaridan biri bo‘lib hisoblanadi.

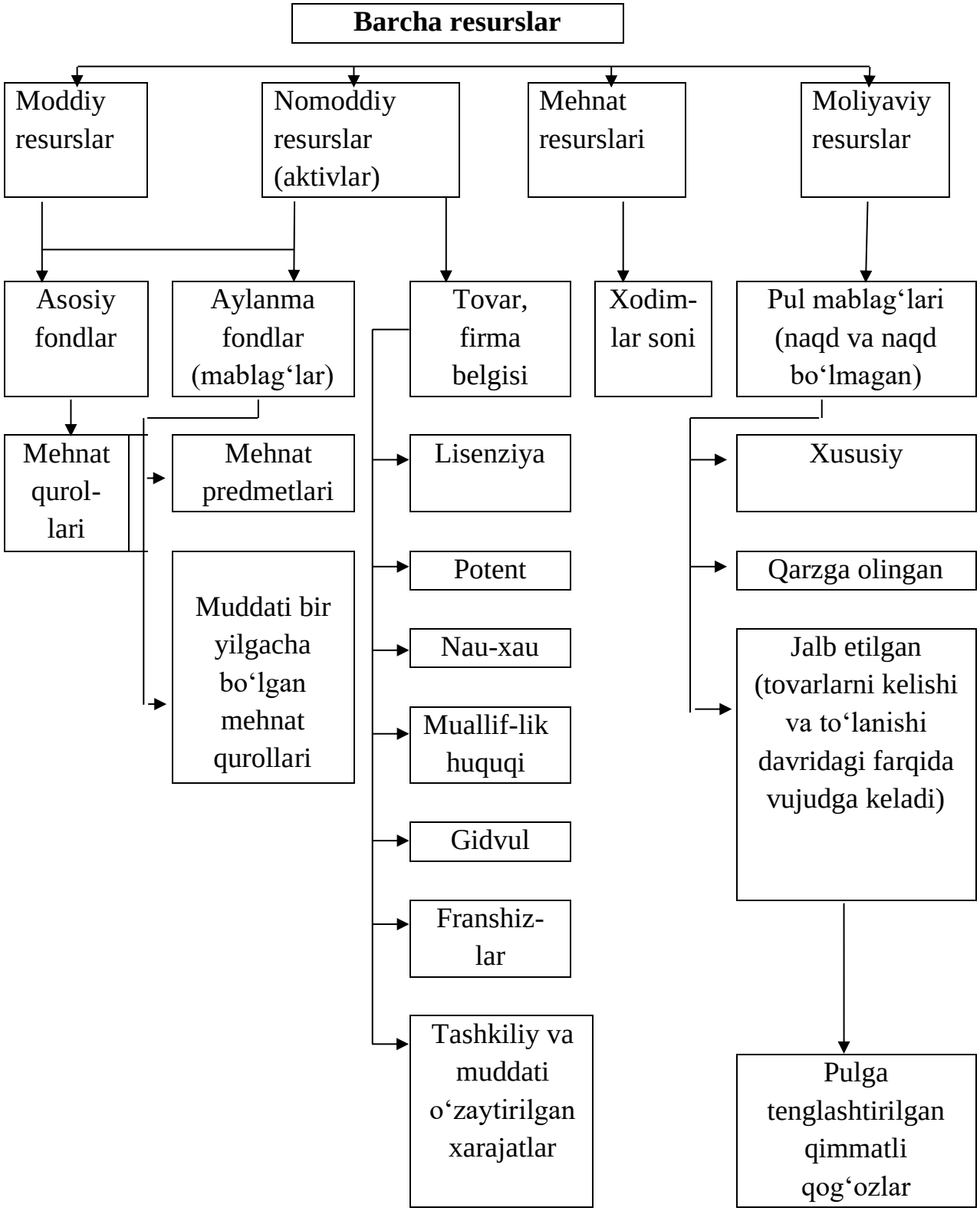
Savdo korxonalarida, iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari qatorida, moddiy, mehnat va moliyaviy resurslari kabi tushunchalar ishlatiladi. Ular savdo korxonalarining iqtisodiy salohiyatini tashkil qiladi.

Savdo korxonalari faoliyatini o‘rganishda asosiy va aylanma fondlar, moddiy va nomoddiy aktivlar, ishchi kuchi, moliyaviy resurslar kabi iqtisodiy kategoriyalar ishlatiladi. Savdo korxonasini barcha resurslarini quyidagi 6.1-chizmada ifodalash mumkin.

[11] XX-asrning oxiri XXI-asrning boshlarida ilmiy-texnik taraqqiyot jamiyatning rivojlanishida axborotlardan keng foydalanishni taqoza qilganligi sababli, **axborotlarni** ishlab chiqarishni omillari sifatida qabul qilishni zaruriyatga aylandi

6.1-chizma

Savdo korxonalarining resurslari



6.1.2. Asosiy fondlar tushunchasi, tarkibi va baholanishi

Asosiy fondlar moddiy resurslarning bir qismini tashkil qiladi. Ular savdo korxonalari faoliyatida ishlatiladigan mehnat qurollarining qiymatidan iborat bo‘lib, ishlab chiqarish va noishlab chiqarish shakllariga bo‘linadi.

Buxgalteriya hisobiga muvofiq asosiy fondlarga ishlatish davri bir yildan yuqori bo‘lgan, moddiy aktivlar qiymati kiradi. Bundan kelib chiqadiki, asosiy fondalrni natural-moddiy ko‘rinishi faoliyat jarayonida ko‘p yillar xizmat qiladi, ya’ni shakli o‘zgarmaydi va o‘z qiymatini qisman tovar qiymatiga o‘tkazib beradi.

Shunday qilib, asosiy fondlar – savdo jarayonida Uzoq muddat, ko‘p marotabalab ishtirok etadigan, o‘z qiymatini tovarlarga qisman o‘tkazib turadigan mehnat qurollarini qiymatining puldagi ifodasidir.

Savdo korxonalarida asosiy fondlarning natural-moddiy tarkibi (elementlari) 14 ta katta guruh bo‘yicha tavsiflanadi.

Ishlab chiqarishga taalluqli asosiy fondlarga savdo korxonalarida to‘g‘ridan-to‘g‘ri tovarlarni ishlab chiqarishdan iste’molchiga yetkazishda, oldi-sotdi jarayonini va savdo xizmatlari amalga oshirishda qatnashadigan mehnat qurollari kiradi.

Noishlab chiqarishga taalluqli asosiy fondlar tarkibiga savdo korxonasiga taalluqli ma’muriy va ilmiy-tadqiqot tashkilotlarga qarashli binolar, inshoatlar, jihozlar, uy-joy, kommunal xo‘jaligi, klublar, stadionlar, bog‘chalar, sanatoriyalar, poliklinika, shifoxonalardagi mehnat qurollari kiradi.

Asosiy fondlar oldi-sotdi va savdo xizmati jarayonlarida o‘zini natural-moddiy shaklini saqlab qolgan holda, ko‘p marotalab, Uzoq muddatda xizmat qilishi, o‘z qiymatini asta-sekin tovar qiymatiga o‘tkazishi, qiymatini aylanish xususiyati (asta-sekin iste’mol qilinishi va bir vaqtda shaklan o‘zgarishi) bilan aylanma fondlardan keskin farq qiladi.

Shu sababli tovar resurslari, pul mablag‘lari asosiy fond bo‘la olmaydi.

Asosiy fondalr faol (aktiv) va passiv mehnat qurollariga bo‘linadi.

Asosiy fondlar – mulk shakliga, ishlab chiqarishga aloqasi, ammortizasiyaga nisbatan, amortizasiya normasiga binoan va soliqqa tortilishiga nisbatan tavsiflanadi.

- Mulkka nisbatan – xususiy va arendalangan.
- Ishlab chiqarishga qatnashishi bo‘yicha – ishlab chiqarish va noishlab chiqarish (savdoda ishlab chiqarishga – savdoga oldi-sotdiga taalluqli qurollar va noishlab chiqarishga – ma’muriy binolar, inshoatlar, jihozlar, uy-joy, kommunal xo‘jaligi, klublar, stadionlar, bog‘chalar, shifoxonalar).
- Amortizasiyaga nisbatan – amortizasiyalanuvchi va amortizasiya qilinmaydigan. Oxirgisiga – ishchi va mahsuldor hayvonlar, kutubxona fondi, ko‘p yililk ekinlar, o‘rnatilmagan jihozlar, konservasiya qilingan vositalar (O‘zRVM qarori asosida), to‘la amortizasiyalangan vositalar.
- Amortizasiya normalariga qarab.

Asosiy fondlar baholanishi – boshlang‘ich qiymati, tiklanish qiymati, qoldiq qiymati bo‘yicha baholanadi.

Boshlang‘ich qiymati – asosiy fondni sotib olish qiymati, uni tashish, o‘rnatish, montaj, ishlatish uchun ishchilarni o‘qitish xarajati, boj xarajatlar va QQS (qo‘shimcha qiymat solig‘i) yig‘indisi.

Tiklash qiymati – boshlang‘ich qiymati qayta baholash hisobi bilan va kengaytirish, rekonstruksiya qilish va modernizasiya qilish uchun ketgan xarajatlar yig‘indisi.

Qoldiq qiymati – boshlang‘ich qiymatidan amortizasiya jamg‘armasini ajratib tashlangandan qolgan qismi.

Asosiy fondlarni ishlatishda uni eskirishi ko‘rsatkichi ishlatiladi. Bu ko‘rsatkich asosiy fondlarni biror bir davrida tovarlarga o‘tkazilgan iste’mol qiymati bilan belgilanadi.

Asosiy fondlarni eskirishi ikki xil tarzda bo‘lishi mumkin.

Birinchidan, jismoniy eskirish, ularni texnik ishlatilish xususiyatini ishlab chiqarish jarayonida yoki tabiiy shart-sharoitlar natijasida yo‘qolishi, yemirilishi natijasida ro‘y beradi.

Ikkinchidan, ruhan eskirish, ya’ni imlmiy-texnik taraqqiyot natijasida ishlatilayotgan asosiy fondlarga nisbatan qudratliroq, unumdorliroq yangi mehnat qurollarini yaratilishi natijasida esqilarini

ishdan chiqarilishi tushuniladi.

Amaliyotda asosiy fondlarni jismoniy eskirish darajasi amortizasiya ko‘chirmasi miqdori bilan belgilanadi.

Asosiy fondlarning amortizasiya ko‘chirmasi – bu xususiy asosiy fondlarning eskirish qiymatining puldagi ifodasidir.

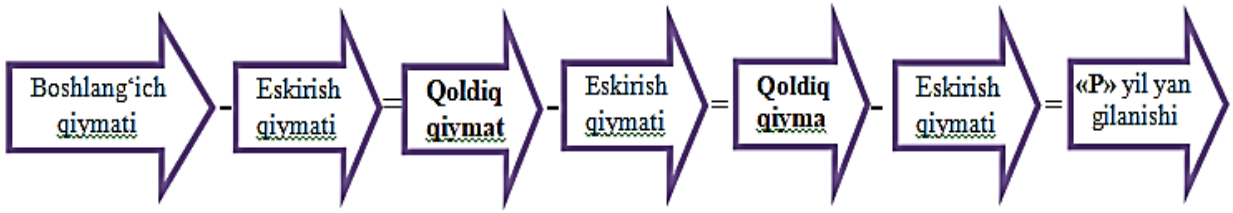
Amortizasiya pul shaklida to‘planib boriladi va asosiy fondalrni yangilash, kapital ta’mirlash uchun ishlatiladi. Asosiy fondlarni joriy va kapital ta’mirlash davrida va ishlatilmay to‘rgan davrida amortizasiya ko‘chirmalari amalga oshirilmaydi. Amortizasiya faqat xususiy asosiy fondlardan ko‘chiriladi.

Asosiy fondlarni amortizasiya qiymati (summasi) muomala (davr) xarajatlar tarkibiga kiritiladi.

Amortizasiya normalari asosiy fondlarning boshlang‘ich (balans qiymati) qiymatiga nisbatan foiz miqdorida belgilanadi.

Asosiy fondlarni eskirishini qisman tiklash ularni joriy ta’mirlash muomala (davr) xarajatlari tarkibida, kapital ta’mirlash amortizasiya fondida o‘z aksini topadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, asosiy fondlarni takror ishlab chiqarish jarayonida uning qiymati quyidagicha o‘zgarib boradi:

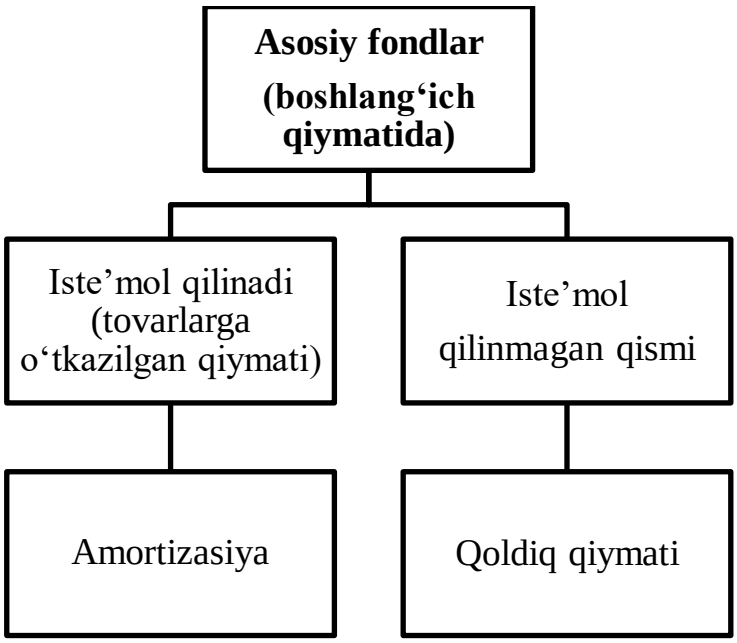


Mehnat qurollarining boshlang‘ich qiymati joriy baholarda hisob-kitob qilinadi. Shu sababli asosiy fondlarni tiklanish qiymati hisoblanadi.

Boshlang‘ich qiymati x $\mathbf{J_{rt}}$ + **kengaytirish, rekonstruksiya qilish, modernizasiya qilish xarajatalri** = **tiklanish qiymati.**
Bu yerda: $\mathbf{J_{rt}}$ – baho va tariflar indeksi

Tiklanish qiymati asosiy fondlarni qayta baholash to‘g‘risidagi hukumat qarorlari asosida belgilanadi.

Asosiy fondlarni ishlatish jarayonidan kelib chiqib, ularni iste’mol qilingan va iste’mol qilinmagan qismlarga ajratish mumkin.



6.1.3. Asosiy fondlarning ko‘rsatkichlari

Savdo korxonalari faoliyatini rivojlanish tendensiyalarini, asosiy fondlarini iqtisodiy samaradorligini o‘lchash va baholash uchun iqtisodiyotga taalluqli fanlarda va iqtisodchilar o‘rtasida ko‘rsatkichlar tizimidan foydalanish zarurligi to‘g‘risida inkor qilinmaydigan, yagona fikr mavjud. Lekin ko‘p hollarda asosiy fondlar bilan bog‘liq barcha ko‘rsatkichlar, ularning samaradorligi ko‘rsatkichlari deb hisoblanadi.

Bizning fikrimizcha, asosiy fondlarning ko‘rsatkichlarini quyidagi guruhlarga bo‘lishi maqsadga muvofiqroq bo‘ladi:

- asosiy fondlarning holatini anglatuvchi ko‘rsatkichlar;
- savdo korxonalari asosiy fondlar bilan ta’minlanganligini bildiruvchi ko‘rsatkichlar;
- asosiy fondlar tarkibidagi o‘zgarishlarni anglatuvchi ko‘rsatkichlar;
- asosiy fondlarni dinamikasi va rivojlanish tendensiyalari ko‘rsatkichlari;
- asosiy fondlarni ishlatilishining iqtisodiy samaradorligi ko‘rsatkichlari.

Asosiy fondlarni holatini anglatuvchi ko‘rsatkichlar

1. Asosiy fondlarni biror-bir muddatga holati, boshlang‘ich qiymati va qoldiq qiymati bo‘yicha davrning boshiga va oxiriga (M: 1-yanvar, 1- aprel, 1- iyul, 1- oktyabr, 1- yanvar kelgusi yilga) hisobga olinadi.

2. Asosiy fondlarni hisobot davrga yangilanishi (yangisini keltirilishi, ishga tushirilishi) va ishdan chiqarilishi (ma’naviy va jismoniy ishdan chiqishi).

3. Asosiy fondalrni o‘rtacha yillik qiymati. Ushbu ko‘rsatkichlar o‘rtacha xronologik ko‘rsatkich orqali aniqlanadi.

$$\overline{X} = \frac{\frac{x_1}{2} + x_2 + x_3 + \ldots + x_{n-1} + \frac{x_n}{2}}{P-1}$$

Bu yerda:

$x_1 - x_n$ lar har oy boshidagi va oxiridagi asosiy fondlar qiymati (asosiy fondlarni kiritish va chiqarilishi oyning 15 kunigacha amalga oshgan bo‘lsa, ushbu oy hisobiga, keyin bo‘lsa, kelasi oy hisobiga kiritiladi).

$\bar{x}$ - asosiy fondlarni o‘rtacha qiymati.

«x» - belgisi o‘rnida «Af» - asosiy fondlar belgisi ishlatilishi mumkin.

4. Asosiy fondlarni (Af) savdo korxonasining (tashkilotining) barcha resurslardagi (Br) hissasi, foiz hisobida (x_1):

$$x_1 = \frac{AF \times 100}{Br}$$

5. Asosiy fondlar tarkibida faol (aktiv) va passiv qismlarining hissasi (X_2; X_3):

$$X_2 = \frac{AFf \times 100}{AF} \qquad X_3 = \frac{AFp \times 100}{AF}$$

6. Asosiy fondlarda uning alohida guruhlarini (ishlab chiqarish va noishlab chiqarish) hamda natural-moddiy elementlarini hissasi, foiz hisobida, masalan: ishlab chiqarish asosiy fondlarini (Af.i.ch) hissasi

$X_4 = \frac{AF.i.ch \times 100}{AF}$ yoki transport vositalarini (Af.tr.) hissasi

$X_5 = \frac{AF.tr \times 100}{AF}$ va hokazolar bo‘yicha.

Yuqorida keltirilgan ko‘rsatkichlar qatori asosiy fondlarni holatini anglatuvchi ko‘rsatkichlar sifatida savdo shaxobchalari umumiy soni, ularning maydoni, turlarini (supermarket, univermag, magazin va h.k.) soni kabilar ishlatilishi mumkin.

Savdo korxonalarini asosiy fondlar bilan ta’minlanganligini bildiruvchi ko‘rsatkichlar

1. Savdo xodimlarini asosiy fond bilan ta’minlanganligi koeffisiyenti (Ut_1),

$$UT_1 = \frac{AF}{X_{s \cdot r}}$$

jumladan, aktiv qismi bilan (Ut_2)

$$UT_2 = \frac{AFf}{X_{s \cdot r}}$$

2. Savdo shoxobchalarini soni va maydonini 1000 kishiga (ta’minlanadigan aholining soniga nisbatan) to‘g‘ri kelishi. Ulgurji savdoda o‘rtacha tovar zaxiralarini 1 kv.m ombor maydoniga to‘g‘ri kelishi ko‘rsatkichi ishlatilishi mumkin.

3. Asosiy fondlarni ichida korxona mulkini hissasi, ya’ni xususiy asosiy fondlarni jami asosiy fondlarga nisbati, foiz hisobida.

$$AF_{x.x} = \frac{AF_x \times 100}{AF}$$

4. Mavjud asosiy fondlarni korxonaning unga bo‘lgan ehtiyojiga (biznes rejada ko‘rsatilgan miqdori) (Af_{ex}) nisbatan, foiz hisobida (EXt)

$$EX_t = \frac{AF \times 100}{AF_{ex}}$$

Ushbu ko‘rsatkich asosiy fondlarning elementlari bo‘yicha ham hisob-kitob qilinishi mumkin, ayniqsa, texnik vositalar bilan ta’minlanganligi asosiy ahamiyatga ega.

5. Asosiy fondlarni o‘sish koeffisiyenti ($K_{af.u}$)

$$K_{af.u} = \frac{AF_{ya} - AF_{ch}}{AF}$$

6. Asosiy fondlarni investisiyalanish koeffisiyenti (K_{in})

$$K_{in} = \frac{IN}{AF_{ya}}$$

Bu yerda: «**IN**» investisiya, kapital mablag‘ summasi.

Asosiy fondlarni tarkibidagi o‘zgarishlarni anglatuvchi ko‘rsatkichlar

1. Asosiy fondlarni chiqish koeffisiyenti ($K_{af.ch}$)

$$K_{af.ch} = \frac{AF_{ch}}{AF}$$

Bu yerda: «$\mathbf{AF_{ch}}$» hisobot davrida chiqarilgan asosiy fondlar.

2. Asosiy fondlarning yangilash koeffisiyenti ($K_{af.ya}$)

$$K_{af.ya} = \frac{AF_{ya}}{AF}$$

Bu yerda: «$\mathbf{AF_{ya}}$» yangidan ishga tushirilgan asosiy fondlar.

3. Asosiy fondlarni eskirish koeffisiyenti ($K_{af.e}$)

$$K_{af.e} = \frac{A}{AF}$$

Bu yerda: «**A**» amortizasiya summasi.

4. Asosiy fondlarni yaroqlilik koeffisiyenti ($K_{af.ya}$)

$$K_{af.ya} = \frac{AF - A}{Af} = yoki = 1 - K_{af.e}$$

Asosiy fondlarni dinamikasi va rivojlanish tendensiyalari ko‘rsatkichlari

Ushbu ko‘rsatkichlar asosiy fondlarni yuqorida keltirilgan barcha ko‘rsatkichlari bir necha yillarga dinamik qatorlarga chizib, tahlil qilish orqali aniqlanadi. Bunda solishtirish, guruhlash orqali foiz va indekslarni ishlatish mumkin, natijada asosiy fondalrni rivojlanish tendensiyalari aniqlanadi.

Asosiy fondlarni ishlatilishining samaradorligi ko‘rsatkichlari

Samaradorlik «Effekt» tushunchasini anglatadi. «Effekt» lotincha «effectus» so‘zidan kelib chiqib, bajarilish ,harakat, degan mazmunni bildiradi.

Iqtisodiyotda «Xarajatlar», «Resurslar», «Natija», «Samara» kabi tushunchalar ishlatiladi.

«Xarajatlar» va «Resurslar» bir-biri bilan dialektik bog‘liqlikda

bo‘lib, ularni bir tomondan, umumiy o‘xshashlik tomonlari mavjud va ikkichi tomondan bir-biri bilan farqlari ham mavjud. o‘xshashligi resurslar ishlatiladi va «xarajat» kategoriyasiga aylanadi. Farqi esa xarajatlar hisobot davrida ishlatilgan (mahsulot ishlab chiqarish, ularni sotish uchun yoki xizmat uchun) resurslarni puldagi ifodasidir. Resurslar, ayniqsa asosiy fondlar, ishlab chiqarish, sotish, xizmat jarayonida Uzoq muddatda va ko‘p marotaba qatnashadi. Bunday holda resurslarni bir qismi xarajatlanadi va mahsulotga o‘z qiymatini qisman o‘tkazadi. Bunda resurslar xarajati sifatida amortizasiya summasi o‘z ifodasini topadi va xarajatalr ishlatilgan resurslar qiymatiga teng bo‘ladi.

«Samaradorlik» nisbiy me’yor bo‘lib, nisbiy ko‘rsatkichlar tizimi orqali baholanadi. Iqtisodiy samaradorlik – bu natija bilan xarajatlarning solishtirma ko‘rsatkichidir. Resurslar samaradorligini aniqlashda ishlatilgan (xarajat qilingan) resurslarni faoliyat natijasi (mahsulot, tovar sotish, xizmat), ya’ni ishlab chiqarilgan mahsulot, tovar aylanish hajmi, xizmat qiymati yoki daromad, foyda kabi ko‘rsatkichlar bilan solishtiriladi.

Ushbu nuqtai nazardan ko‘pchilik iqtisodchilar asosiy fondlarni samaradorligini «Fondlarni qaytimi», «Fondlarni sig‘ima», «Fondlarni rentabelligi» kabi ko‘rsatkichlar orqali aniqlashda tavsiya qilishadi. Amaliyotda ham asosan, ushbu ko‘rsatkichlar ishlatiladi. Ularni aniqlanish tartibi quyidagi 6.2-chizmada keltirilgan.

Asosiy fondlar rentabelligi ko‘rsatkichi bilan bir qatorda «Asosiy fondlar daromadligi» ko‘rsatkichi ham aniqlanishi mumkin. Bu holda «Foyda» o‘rniga «Daromad» summasi ishlatiladi.

Yuqorida keltirilgan ko‘rsatkichlar korxonaning barcha, mavjud asosiy fondlarini samarasini anglatadi. Aslida esa fondlarning bir qismi ishlatiladi.

Biz yuqorida keltirilgan «Samaradorlik» tushunchasidan, ya’ni sarflangan (ishlatilgan), iste’mol qilingan asosiy fondlarni samarasidan kelib chiqsak, asosiy fondlarning barcha summasini emas, uning sarflangan (ishlatilgan) iste’mol qilingan qismini ishlatilsa, haqiqatga yaqinroq ko‘rsatkich aniqlangan bo‘ladi.

6.2-chizma.

Asosiy fondlarni samaradorligi ko‘rsatkichlari

№	Ko‘rsatkichlarning nomi	Ko‘rsatkichning mazmuni	Ko‘rsatkichni hisoblash usuli (formulasi)
1	Asosiy fondni qaytimi (AF_q)	1 so‘m asosiy fondga qancha tovar ayla-nishi (chakana, ulgurji, umumiy ovqat-lanishni) to‘g‘ri kelishini anglatadi (TA)	$AFq = \frac{TA}{AF}$
2.	Asosiy fondlar sig‘imi (AF_s)	Asosiy fondlarni qaytimini teskarisi, ya’ni 1 so‘m tovar aylanishiga qancha asosiy fond to‘g‘ri kelishini ko‘rsatadi.	$AF_s = \frac{AF}{TA}$
3.	Asosiy fondlar rentabelligi, % (AF_r) hisobida	Asosiy fondlarning 1 so‘miga necha foiz foyda to‘g‘ri kelishini ko‘rsatadi	$AF_r = \frac{F \times 100}{AF}$

Asosiy fondlarning sarflangan qismi uning «amortizasiyasi»da o‘z aksini topadi va shu sababli «Asosiy fondlar» o‘rniga «amortizasiya» (A) summasini ishlatish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Iste’mol qilingan asosiy fondlarni qaytimi ($AF_{i.q}$) quyidagicha aniqlanadi:

$$AFi.q = \frac{TA}{A}$$

Asosiy fondlar sig‘imi esa ($AF_{i.s}$) quyidagicha aniqlanadi:

$$AFi.s = \frac{A}{TA}$$

Asosiy fondlar rentabelliligi ($AF_{i.r}$):

$$AFi.r = \frac{F \times 100}{A}$$

Asosiy fondlar samaradorligini tahlil qilishda yuqorida keltirilgan ko‘rsatkichlar bilan birga quyidagilarni ham ishlatishni tavsiya qilamiz.

Chakana savdoda chakana savdo shaxobchalari savdo maydonini ishlatilish koeffisiyenti (K_s)

$$K_s = \frac{ChTA}{S_c}$$

Ushbu ko‘rsatkich 1 kv.m savdo maydoniga qancha chakana tovar aylanishi to‘g‘ri kelishini anglatadi.

Ulgurji savdoda omborlar maydoni va ulgurji ombor tovar aylanishi ishlatiladi.

Xuddi shunday chakana tovar aylanishi (ulgurji ombor tovar aylanishi) ko‘rsatkichlar o‘rniga foyda «F» ishlatilsa, maydonlarni rentabelligi aniqlanadi.

6.2. Aylanma fondlar (mablag‘lar) tushunchasi, tarkibi va ko‘rsatkichlari

6.2.1. Aylanma fondlar (mablag‘lar) tushunchasi, harakati va ahamiyati

Savdoning aylanma fondlari deganda, muomaladagi mehnat predmetlari va ayrim ishlatilish muddati 1 yilgacha bo‘lgan mehnat qurollari qiymatining puldagi ifodasi tushuniladi. Aylanma fondlarga ayrim kassadagi va hisob raqamlaridagi moliyaviy munosabatlar bilan bog‘liq bo‘lgan mablag‘lar ham kiritiladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida chet el nazariyasi va amaliyoti iqtisodiyotga kirib kelayotgan davrda, xalqaro buxgalteriya hisob standartlari va milliy hisobot tizimini amaliyotda qo‘llanilishi munosabati bilan «Aylanma fondlar» «Aylanma mablag‘lar» termenlari o‘rniga «Aylanma kapital» yoki «Aylanma aktivlar» kirib keldi. Yuqorida keltirilgan tushunchalar mazmunan bir xil bo‘lib, faqat boshqacha termenlar bilan atalmoqda. Shu sababli bizlar bundan buyon ushbu kategoriyani mazmunidan kelib chiqib, «Aylanma mablag‘lar» termenini ishlatishni maqsadga muvofiq deb topdik.

Aylanma mablag‘lar o‘z qiymat mazmuniga binoan, muomala jarayoniga zarur bo‘lgan mehnat predmetlari, ishlatilish muddati bir yilgacha bo‘lgan mehnat qurollarini sotib olish uchun zarur bo‘lgan pul ta’minotidir.

Aylanma mablag‘lar natural-jismoniy ko‘rinishi nuqtai nazaridan joriy moliyaviy-xo‘jalik faoliyatini ta’minlaydigan va bir yilgacha

bo‘lgan davrida iste’mol qilinadigan moddiy boyliklarni o‘zida mujassamlashtiradi.

Aylanma mablag‘larning manbalari bo‘lib korxonaning o‘z mablag‘lari, qarzga olingan mablag‘lar va jalb etilgan mablag‘lar hisoblanadi.

Korxonani tashkil topishda aylanma mablag‘lar uning tasischilari mablag‘i hisobidan shakllanadi (ustav fondi), keyinchalik uni to‘ldirish korxona foydasi, jalb qilingan mablag‘lar (passivlar) hisobidan to‘ldiriladi.

Aylanma mablag‘lar asosiy fondlardan farqli bo‘lib, ular muomala jarayoni bir siklida to‘la iste’mol qilinadi va o‘z qiymatini tovarlar va savdo xizmatlari qiymatiga to‘la o‘tkazadi.

Aylanma mablag‘larni likvidlik darajasi juda yuqori, ayrim tarkiblarini likvidligi qariyb «1»ga teng bo‘ladi.

Savdo jarayonida aylanma mablag‘lar bir turdan ikkinchi turga aylanib turishi mumkin.

Aylanma mablag‘lar doimiy harakatda bo‘ladi. Ular savdo jarayonining bir siklida takror ishlab chiqariladi.

Ishlab chiqaruvchilar yoki vositachilardan tovarni sotib olishda savdoning aylanma mablag‘lari ishlab chiqaruvchilar yoki vositachilarning aylanma mablag‘iga aylanadi, savdoga ular tovar shaklida muomalaga kirib keladi. Ushbu jarayonda ishlab chiqarishni takrorlanishini tezlashtirishga vosita bo‘lib xizmat qiladi, savdo uchun uning asosiy funksiyasini bajarilishini ta’minlaydi, ya’ni ishlab chiqarishdan tovarlarni iste’molchiga yetkazish va oldi-sotdi jarayoni davom ettirishni ta’minlaydi. Ushbular bilan bir qatorda iste’molchilarni talabini qondirishga yo‘l ochib beradi.

Ikkinchi jarayonda aylanma mablag‘lar tovar shaklidan pulga aylanadi, bunda tovarlar muomala jarayonidan iste’mol jarayoniga o‘tadi, pul esa yana muomala jarayonini takrorlash uchun harakatga o‘tadi. Bu pullar yangi mehnat predmetlarini sotib olishga yo‘naltiriladi va jarayon takrorlanadi.

Ushbu jarayonda aylanma mablag‘lar bir tomondan muomala jarayonini tezlashtiradi va ikkinchi tomondan iste’molchilar talabini

qondiradi.

Aylanma mablag‘larni takrorlanish tezligidan savdo korxonalarining raqobatbardoshligi, ularni samaradorligi darajasi bog‘liqdir. Shu sababli aylanma mablag‘larni takrorlanishini tezlashtirish katta ahamiyatga egadir.

Aylanma mablag‘larni miqdoriga har xil omillar ta’sir qiladi. Ularning biri aylanma mablag‘larni takrorlanishini tezlashtirsa, ikkinchisi sekinlashtirishi mumkin.

Umuman aylanma mablag‘larga ta’sir qiluvchi omilalrni uch xil guruhga ajratish mumkin: umumiqtisodiy, tashkiliy va texnik-texnologik omillarga.

Umumiqtisodiy omillarga, tovar aylanishi va uni tarkibini (assortiment tarkibini) o‘zgarishi, ishlab chiqarish, tovar va boshqa moddiy ne’matlar bilan ta’minlovchilarni dislokasiyasi, ya’ni hududiy joylanishi, savdo xizmatchilarini va savdoga xizmat ko‘rsatuvchi tarmoqlar ishchilarini mehnat unumdorligi darajasi kabilarni kiritish mumkin.

Tashkiliy omillarga savdo shaxobchalarini hajmi, ixtisoslashish, savdoni yangi progressiv usullarini qo‘llash, boshqarishni takomillashtirish, savdo-vositachilik bo‘g‘inlarini qisqartirish kabilar kiradi.

Texnik-texnologik omillar ilmiy-texnik progressni joriy qilish bilan bog‘liq bo‘lib, ularga savdoga yangi jihozlarni, texnologik jarayonlari joriy qilish, savdoga xizmat qiluvchi tarmoqlarni texnik-texnologik taraqqiyoti (aloqa, transport, komunal xo‘jaligi kabilar) kiradi.

Ushbu omillardan ayrimlari aylanma mablag‘larni miqdorini oshirishga olib keladi. Bularga savdo xizmatini sifatini yuqorilash bilan bog‘liq tadbirlar savdo shoxobchalarini kengaytirish, yangisini qurish, tovar aylanishi tarkibida (assortimentida) aylanma mablag‘larni takrorlanish jarayonini susaytirishga olib keladigan tovarlar hissasini ortishi kabilar kiradi.

Aylanma mablag‘larni kamaytirishga olib keladigan omillarga moddiy va moliyaviy resurslarni tejamli ishlatilishiga qarashli tadbirlar,

tovar zahiralarini aylanish tezligini oshirish, tovar aylanishi tarkibida aylanma mablag‘larni takrorlanish jarayonini tezlashtirishga olib keladigan tovarlar hissasini ko‘payishi kabilar kiradi.

Yuqoridagi omillarni obyektiv va subyektiv omillarga ham ajratish mumkin. Obyektiv omilalr savdo korxonasi va uni ta’minlovchilarni xo‘jalik yuritish tartibi, savdo korxonalari faoliyatiga bog‘liq bo‘lmagan omillar kiradi.

Subyektiv omillari boshqaruv apparat xodimlari va savdo xizmatchilarni kasbiy mahorati, ishlash prinsiplari, savdoni to‘g‘ri rasional tashkil qilish borasida qabul qilingan qarorlarni joriy qilinishini va h.k. kiradi. Subyektiv omillar inson omili bilan bog‘liqdir.

Resurslar ,jumladan asosiy fondlar, aylanma mablag‘lar hamda moliyaviy resurslarni bir-biri bilan tig‘iz bog‘liqligi, xo‘jalik faoliyati jarayonida ularni bir shakldan ikkinchi shaklga o‘zgarishi, ya’ni natural-moddiy shakldan qiymat, pul shakliga va teskarisi, qiymat, pul shaklidan natural-moddiy shaklga o‘tganda asosiy fondlar, amartizasiyasi shaklida moliyaviy resurslar kapital mablag‘ shaklidan asosiy fondlarga aylanishini ko‘zatamiz.

Xuddi shunday o‘zgarishlar aylanma mablag‘lar va moliyaviy resurslar o‘rtasida ham ro‘y beradi. Masalan: tovarlar sotilish jarayonida debitor qarzga aylanishi, tovarlar oldi-sotdi jarayonida yuridik va jismoniy shaxslarni qarzdor bo‘lib qolishi, ushbu jarayonda savdo korxonalarini kreditor bo‘lib qolishi, ya’ni ishlab chiqaruvchi yoki boshqa ta’minotchilardan qarzdor bo‘lib qolishi kabilar. Tovarlarga qo‘yilgan ustamalarni sotilishi natijasida savdo korxonalarini daromadi, foydasini shakllanishi.

Ushbu jarayonga iqtisodiyotga taalluqli adabiyotlarda e’tibor berilmaydi va bu jarayon yoritilmagan. Lekin bunday o‘zaro bog‘liqliklarni o‘rganish resurslaridan samarali foydalanish uchun tadbirlar ishlab chiqishda, samaradorlik ko‘rsatkichlarini aniqlash yoki tanlashda nazariy va amaliy ahamiyat kasb etadi.

6.2.2. Aylanma fondlar (mablag‘lar) tarkibi

Aylanma mablag‘lar tarkibini nazariy va amaliy ahamiyati nuqtai

nazardan natural-moddiy shakllari va qiymat ko‘rsatkichi sifatida tasniflash zarur.

Savdo korxonalarining aylanma mablag‘lari natural-moddiy shakllari bo‘yicha quyidagi tarkiblardan (elementlardan) iborat bo‘ladi:

- Tovar zaxiralari (chakana savdo shoxobchalarida, ulgurji savdo omborlarida, yo‘lda, umumiy ovqatlanish korxonalarida).
- Xom ashyo va tayyor mahsulotlar (umumiy ovqatlanish korxonalarida).
- Taralar, yoqilg‘i, qodoqlash materiallari.
- Xo‘jalik ehtiyojiga ishlatiladigan materiallar (kassa cheklari, kompyuter kraskalari kabi).
- Arzon inventarlar va ishlatilish muddati bir yilgacha bo‘lgan tez eskiradigan mehnat qurollari.
- Sanitariya va maxsus kiyim-kechaklar.

Aylanma mablag‘lar qiymati bo‘yicha quyidagicha tasniflanadi.

1. Tovar zahiralari summasi. Aylanma mablag‘ tarkibida tovar zahiralarini summasi 60-70 % tashkil qiladi.
2. Materiallar zaxirasi va arzon inventarlar va ishlatish muddati bir yilgacha, tez eskiradigan mehnat qurollari summasi.
3. Debitorlik qarzlari. Savdo korxonalariga qarzdor bo‘lgan yuridik va jismoniy shaxslarni tovarlar va boshqa narsalar bo‘yicha qarzlari summasi.
4. Pul aktivlari. Savdo korxonalarining kassasidagi, bankdagi hisob va valyuta raqamlaridagi pul va boshqalar sifatidagi mablag‘lari.
5. Qisqa muddatli moliyaviy qo‘yilmalar. Savdo korxonalarini har xil qimmatbaho qog‘ozlarga qo‘yilgan mablag‘lari, bankdagi depozit hisob raqamidagi pullari. Ularni ishlatilish muddati bir yilgacha, shu sababli ular iqtisodiy mazmuni jihatidan foyda (daromad) olish maqsadida qisqa muddat ichida bo‘sh pul mablag‘laridan foydalanishni ifoda qiladi.
6. Aylanma mablag‘larni boshqa turlari. Bularga kelgusi davr qilingan xarajatlar kiradi. Ushbu xarajatlar kelgusi asosiy faoliyatga doir bo‘lib, lekin hisobot davrida amalga oshiriladi. Ularga masalan: oldindan

to‘langan ijara haqlari; oldindan to‘langan boshqa tarmoqlarning xizmat haqlari; boshqa oldindan bo‘nak (avans) sifatidagi to‘lovlar kiradi.

Ushbu xarajatlar hisobot yilida amalga oshirilgan bilan kelgusi davrning muomala (davr) xarajatlarida o‘z aksini topadi.

Aylanma mablag‘lar ularni rejalashtirilishi nuqtai nazardan normalashtiriladigan aylanma mablag‘lar va normalashtirilmaydigan aylanma mablag‘larga bo‘linadi.

Miqdori real aniqlanishi normalar va normativlar orqali mumkin bo‘lgan aylanma mablag‘lar normalashtiriladigan aylanma mablag‘lar tarkibiga kiradi.

Normalashtirilishi mumkin bo‘lgan aylanma mablag‘lar tarkibiga quyidagilarni kiritish zarur:

- tovar zahiralari (chakana savdoda, ulgurji omborlarda, umumiy ovqatlanish shoxobchalarida, yo‘ldagi);
- kassadagi va yo‘ldagi pul mablag‘lari;
- tovarlar bilar to‘rgan va bo‘sh taralar;
- kelgusi davr uchun qilinadigan xarajatalr;
- moddiy-texnik ta’minot materiallari, yoqilg‘i, qadoqlash va xo‘jalik ehtiyoji uchun zarur bo‘lgan materiallar;
- belgilangan muddatda banklarga inkassa qilish uchun hisob-kitob hujjatlari topshirilmagan savdo korxonalariga yuborilgan tovarlar summasi;
- ommaviy ovqatlanish shaxobchalaridagi (korxonalaridagi) xom ashyolar.

Miqdorini rejalashtirilishi qiyin yoki mumkin bo‘lmagan aylanma mablag‘lar tarkibiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- bankdagi hisob raqamida saqlanayotgan pul aktivlari;
- belgilangan muddatdan keyin banklarga inkassa qilish uchun hisob-kitob hujjatlari topshirilmagan savdo korxonalariga yuborilgan tovarlar summasi;
- har xil debitorlar;
- saqlash uchun moddiy javobgarlikka olingan tovarlar summasi (aksep qilish inkor qilingan holdagi);

- qisqa muddatli moliyaviy qo‘yilmalar.

6.2.3. Aylanma mablag‘lar ko‘rsatkichlari

Aylanma mablag‘lar ko‘rsatkichlarini quyidagi guruhlarga taqsimlab o‘rganishni tavsiya qilamiz.

1. Aylanma mablag‘lar holatini ko‘rsatuvchi ko‘rsatkichlar, bular absolyut miqdorlarda (natural va qiymat o‘lchov birliklarida) va o‘rtacha qiymat ko‘rsatkichida hisobotga olinadi.
2. Aylanma mablag‘larni o‘zgarish tendensiyalari (dinamikasi) ko‘rsatkichlari.
3. Aylanma mablag‘lar tarkibini anglatuvchi ko‘rsatkichlar.
4. Aylanma mablag‘lar bilan korxonani ta’minlanganligi ko‘rsatkichlari.
5. Aylanma mablag‘lardan foydalanish samaradorligi ko‘rsatkichlari.

Aylanma mablag‘lar holatini ko‘rsatuvchi ko‘rsatkichlar

1. Aylanma mablag‘lar holati natural-moddiy shaklidan va qiymat o‘lchov birliklaridan kelib chiqib natural va qiymat ko‘rsatkichlar orqali biror bir paytga (momentga) yoki davrga hisobga olinadi. Masalan: tovar zahiralari biror paytga (1.01; 1.04; 1.07; 1.10; 1.12; 1.01 kelgusi yil kabi) natural va qiymat ko‘rsatkichlarda hisobga olinishi mumkin yoki biror bir davrga qiymat ko‘rsatkichlari orqali ularni o‘rtacha miqdori aniqlanadi.

Aylanma mablag‘larni o‘rtacha qiymati:

birinchidan, o‘rtacha arifmetik usul bilan, $\overline{X} = \frac{X_1 + X_2 + ... + X_n}{П}$ aniqlanishi mumkin. Bu usul aylanma mablag‘lar summasi kvartal yoki oylar bo‘yicha o‘rtachasi berilgan bo‘lsa ishlatiladi. (Bu formuladi «X» - «Aylanma mablag‘lar» deb hisoblanadi;

ikkinchidan, aylanma mablag‘lar summasi dinamik qatorda bir paytga (kunga) berilgan bo‘lsa o‘rtacha xronologik usul bilan hisoblanadi, ya’ni

$$\overline{X} = \frac{\frac{X_1}{2} + X_2 + ... + X_{n+1} + \frac{X_n}{2}}{П - 1}$$

Aylanma mablag‘larni holatini anglatuvchi ko‘rsatkichlar qatoriga, ularni takrorlanish yoki aylanish ko‘rsatkichini (kunlar va marotaba hisobida) kiritish zarur. Bu ko‘rsatkich ikki xil turda, ya’ni birinchisi, aylanma mablag‘lari aylanishi, ikkinchisi tovar zahiralarni aylanish sifatida ishlatiladi (ushbu ko‘rsatkichni mohiyati «Chakana tovar aylanishi» mavzusida batafsil yoritilgan).

Aylanma mablag‘larni aylanishi kunlar hisobida ularni takrorlanishini bir sikl muddatini ko‘rsatadi, tovar zahiralari kun hisobidagi ko‘rsatkich esa, ularni qancha muddatga yetishini, ya’ni necha kunda sotilib bo‘lishini ko‘rsatadi.

Aylanma mablag‘larni aylanish muddati quyidagicha hisoblanadi (chakana savdo misolida):

$$AyM_к = \frac{\overline{AyM} \cdot 360 (yoki 90)}{ChTh}$$

Aylanma mablag‘larni biror bir davrida (kvartal, yil) aylanish miqdori ularni ushbu davrda necha marotaba aylanishligi (takrorlanishini) anglatadi va quyidagicha hisoblanadi:

$$AyM_м = \frac{ChTh}{\overline{AyM}} yoki \frac{360 (yoki 90)}{\overline{AyM}_К}$$

Ushbu ko‘rsatkichlarni ulgurji savdo aniqlashda «Ulgurji ombor tovar aylanishi» ko‘rsatkichi ishlatiladi.

Aylanma mablag‘larni o‘zgarish tendensiyalari (dinamikasi) ko‘rsatkichlari

Ushbu ko‘rsatkichlar asosiy fondlarniki kabi aylanma mablag‘larni bir necha yillar davomida «aylanma mablag‘lar holatini ko‘rsatuvchi»,, «aylanma mablag‘lar tarkibini anglatuvchi», «aylanma mablag‘lar bilan ta’minlanganligi» va «aylanma mablag‘lardan foydalanish samaradorligini anglatuvchi» ko‘rsatkichlarni absolyut miqdorini farqi,

foizlar, indekslar orqali u yoki bu tomonga o‘zgarish darajasini ifodalaydi. Ular ishlatilayotgan ko‘rsatkichlar nomi bilan atalib, ushbu ko‘rsatkichlarni o‘tgan yillarga nisbatan absolyut miqdorini o‘zgarishi aniqlanadi, foiz hisobida dinamikasi va indeks o‘lchov birliklarida hisoblanadi.

Aylanma mablag‘lar tarkibini anglatuvchi ko‘rsatkichlari

Aylanma mablag‘lar tarkibi deganda, uning barcha elementalrini (tovar zahiralari; materialalr zahiralarini; arzon inventarlar va ishlatilish muddati bir yilgacha bo‘lgan, tez eskiradigan mehnat qurollari; sanitariya va maxsus kiyim-kechaklar; debitor qarzlar; pul aktivlari; qisqa muddatli moliyaviy qo‘yilmalar; aylanma mablag‘larni boshqa turlarini hamda o‘z mablag‘larini umumiy aylanma mablag‘lar summasidagi hissasi (ulushi) foiz hisobida aniqlanadi. Buning uchun alohida olingan aylanma mablag‘lar elementining summasi «100,0»ga ko‘paytirilib, aylanma mablag‘larning umumiy summasiga bo‘linadi yoki koeffisiyent hisobida aniqlanadi.

Ushbu ko‘rsatkichlar bilan bir qatorda savdo korxonasining umumiy resurslarini tarkibini o‘rganishda, umumiy resurslar summasida aylanma mablag‘larni hissasini aniqlash (foiz yoki koeffisiyent hisobida) tavsiya qilinadi.

Aylanma mablag‘lar bilan savdo korxonasini ta’minlanganligi

1. Ushbu ko‘rsatkichlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

Tovar aylanishini aylanma mablag‘lar bilan ta’minlanganligi. Chakana tovar aylanishi (ulgurji tovar aylanishi, umumiy ovqatlanish korxonasini tovar aylanishi)da aylanma mablag‘larning hissasi, jumladan alohida o‘z mbalag‘larini hissasi.

Ushbu ko‘rsatkichni aniqlash uchun aylanma mablag‘lar (o‘z mablag‘lari) summasi «100,0» ga ko‘paytirilib tegishli tovar aylanish summasiga bo‘linadi.

2. Aylanma mablag‘lar normasini ta’minlanishi – normalashtiriladigan aylanma mablag‘larning haqiqiy summasini belgilangan norma bilan solishtirmasi. Ushbu ko‘rsatkich yuqorida keltirilgan ko‘rsatkichlarni absolyut ayirmasini topish (haqiqiy

summadan normani ayirib tashlash) va haqiqiy summani «100,0» ga ko‘paytirib normativga bo‘lish orqali aniqlanadi.

3. Aylanma mablag‘larni o‘z mablag‘i bilan ta’minlanishi. Ushbu ko‘rsatkich bir tomondan, aylanma mablag‘lar holatini ko‘rsatuvchi ko‘rsatkich sifatida ishlatilsa, ikkinchi tomondan korxonaning o‘z mbalag‘lari bilan ta’minlanganligini ham ifodalaydi.

4. Aylanma mablag‘larni tovar aylanishini ta’minlashi, kunlar hisobida. Ushbu ko‘rsatkich biror muddatdagi (kvartal boshi yoki yilning boshidagi) aylanma mablag‘lar summasini kelgusi davrning (kvartal yoki yil) bir kunlik tovar aylanish sumasiga taqsimlash orqali aniqlanadi. Tovar aylanishini (sotib olish qiymatida, ya’ni savdo ustamasisiz olinadi) bir kunligi uni davr kunlariga (kvartal bo‘lsa – 90 kun, yil bo‘lsa – 360 kun) bo‘lish orqali aniqlanadi.

Yuqorida keltirilgan birinchi ko‘rsatkich tovar aylanishini aylanma mablag‘lar bilan biror davrda necha foizga ta’minlanganligini ko‘rsatadi, to‘rtinchi ko‘rsatkich esa biror muddatdagi mavjud aylanma mablag‘lar necha kunlik tovar aylanishini ta’minlashi mumkinligini ifodalaydi.

Aylanma mablag‘lardan foydalanish samaradorligi ko‘rsatkichlari

Aylanma mablag‘lardan foydalanish samaradorligini aniqlash uchun quyidagi ko‘rsatkichlar tizimidan foydalanish tavsiya qilinadi.

1. Aylanma mablag‘larni (yoki o‘rtacha tovar zahiralarini) aylanish koeffisiyenti (Kay. yoki Kz.a) marotaba hisobida.

$$Kay. = \frac{TA}{\overline{AyM}}; \qquad Kz.a = \frac{TA}{Z}$$

Bu yerda:

TA- tovar aylanishi summasi, kvartalga yoki yilga) (chakana, ulgurji, umumiy ovqatlanish);

$\overline{AyM}$ - o‘rtacha aylanma mablag‘lar summasi;

Z - o‘rtacha tovar zahiralari summasi.

2. O‘z aylanma mablag‘larini aylanish tezligi koeffisiyenti (Ko‘.ay.)

$$\text{Ko‘.ay.} = \frac{\text{TA}}{\overline{AyM}_{o‘}}$$

Birinchi va ikkinchi banddagi ko‘rsatkichlar aylanma mablag‘larni bir tomondan biror-bir davrda ishlatilish holatini ko‘rsatadi, ikkinchi tomondan dinamik qatorda tahlil qilinsa ulardan foydalanish samarasini ham ifoda qiladi.

3. Aylanma mablag‘larni (yoki tovar zahiralarini) rentabelligi (yoki daromadliligi) (Ray.m) quyidagicha aniqlanadi.

$$Ray.м = \frac{F \times 100}{\overline{AyM\ yokiZ)}}; \quad Ray.м = \frac{D \times 100}{\overline{AyM\,(yokiZ)}};$$

6.3. Savdo korxonalarining moliyaviy resurslari

6.3.1. Moliyaviy resurslar mohiyati va ularni savdo korxonalari samaradorligini oshirishda ahamiyati

Moliyaviy resurslar jamiyat xo‘jalik mexanizmida insonning qon tomirlari tizimi kabi, faol xizmat qiladi. Iqtisodiyotning qaysi jabhasini tahlil qilmang, moliya masalalariga duch kelamiz.

Moliya – bu pul tizimi bo‘lib, naqd pullar, pulga aylanishi mumkin bo‘lgan chet el valyutalari, banklardagi naqd pulsiz mablag‘lar, qimmatbaho qog‘ozlar majmuasidir.

Davlat, korxona, uy xo‘jaligi (oila xo‘jaligi) o‘rtasidagi pul aloqalari moliyaviy munosabatlarni tashkil qiladi. Lekin, moliya bu pulni o‘zi emas, u pul orqali faoliyat natijalarini, daromad va foydani taqsimlash va qayta taqsimlash bilan bog‘liq aloqalardir.

har bir davlatni o‘ziga xos moliyaviy tizimi mavjud. o‘zbekiston Respublikasining moliyaviy tizimi quyidagilardan tashkil topadi:

- davlat moliyasi. Bunga davlat byudjeti, mahalliy byudjet, qoaqalpog‘iston Respublikasi byudjeti, kredit tizimi, soliq xizmati, davlat sug‘urtalash tizimi, nafaqa jamg‘armasi;
- xo‘jalik subyektlari moliyasi – korxonalar, tijorat banklari, birja tizimi, tijorat kreditlash va sug‘urtalash tizimi;
- jismoniy shaxslar moliyasi, ya’ni aholining shaxsiy mablag‘lari.

Xo‘jalik mexanizmini yuritish harakati moliya-kredit vositalari (tayanchlari), moliyaviy resurslarni o‘zgarishiga ko‘pdan bog‘liq.

Pul, moliya va moliyaviy resurslar kabi iqtisodiy kategoriyalarni farqlash zarur.

Pul-moliyani shakllanishi va harakatini moddiy asosini tashkil qiladi.

Pul-moliyaviy resurslar, moliya va xo‘jalik faoliyatni oxirgi natijalarini o‘lchaydi (daromad, xarajatlar, aylanma mablag‘lar, maxsus pul fondalri va boshqalar).

Savdoning moliyasi – bu pul daromadlar va pul vositalari fondlarini shakllanishi, taqsimlanishi va ishlatilishi bilan bog‘liq bo‘lgan iqtisodiy (konkret holda pul) munosabatlaridir.

Moliyani mavjudligi tovar muomalasi bilan chambarchas bog‘liq, chunki tovar muomalasi bir tomondan tovarlar massasini siljishi bilan parallel pul massasini siljishi bilan amalga oshadi.

Tovar massasi pul massasiga teng, ekvivalent bo‘lishi kerak.

Savdo korxonalari tovar ayriboshlashni amalga oshirish jarayonida tovarlarni sotib olgan qiymatini (ulgurji baho bilan) muomala va boshqa xarajatlarini qoplaydi va foyda oladi.

Daromadni shakllanishida, ishlatilishida real pul vositalari aylanadi, korxonalarni pul fondlari shakllanadi (mehnat haqi fondi, kapital qo‘yish jamg‘armasi, davlat byudjetiga to‘lovlar, rezervlar va boshqa maxsus fondlar).

Pul munosabatlarida

– davlatning moliya-kredit tizimi bilan to‘lovlar orqali;

- bank munosabatlari bilan kredit olish va qaytarish orqali;

- savdo korxonalari o‘zaro va ularni iqtisodiyotni boshqa tarmoqlari bilan aloqalari, tovar-pul munosabatalri, ya’ni tovar oldi-sotdi, xizmat va boshqa shartnomaviy munosabatlar orqali;

- ishchi-xodimlar bilan hisob-kitoblar (ish haqi, moddiy rag‘batlantirish va boshqa pul munosabatlari) orqali savdo korxonalarining moliyaviy faoliyati o‘z aksini topadi.

Shunday qilib, moliya butun pul munosabatlarini barcha jabhalarini qamrab olmaydi.

Moliya tushunchasiga tovar sotish bilan bog‘liq bo‘lgan pul munosabatlari kirmaydi. Bu munosabatlar natijasida faqat aholiga sotilgan tovarlardan savdo korxonalariga qoladigan daromadlar moliyaviy resurslarga kiradi.

Shunday qilib, pul munosabatlari moliya tushunchasidan kengroq. Moliyaning mohiyati uning bajaradigan funksiyalari orqali namoyon bo‘ladi. Moliyaning funksiyalari quyidagilardan iborat:

- takror ishlab chiqarish – kapitalni takror aylanishini ta’minlash, moddiy va pul resurslarini muvofiqligini ta’minlash;
- tezkor (operatv) – savdo korxonalarini pul mablag‘lariga bo‘lgan ehtiyojlarini aniqlash, ta’minlash, ishlatilishini tartibga solish;
- taqsimot – pul mablag‘larini maqsadli yo‘naltirish, taqsimlash;
- nazorat – pul mablag‘larini shakllanishi, taqsimlanishi va ishlatilishini norma, normativlar, qonun-qoidalarga mos kelishini to‘xtovsiz tekshirib borish.

6.3.2. Moliyaviy resurslarning manbalari

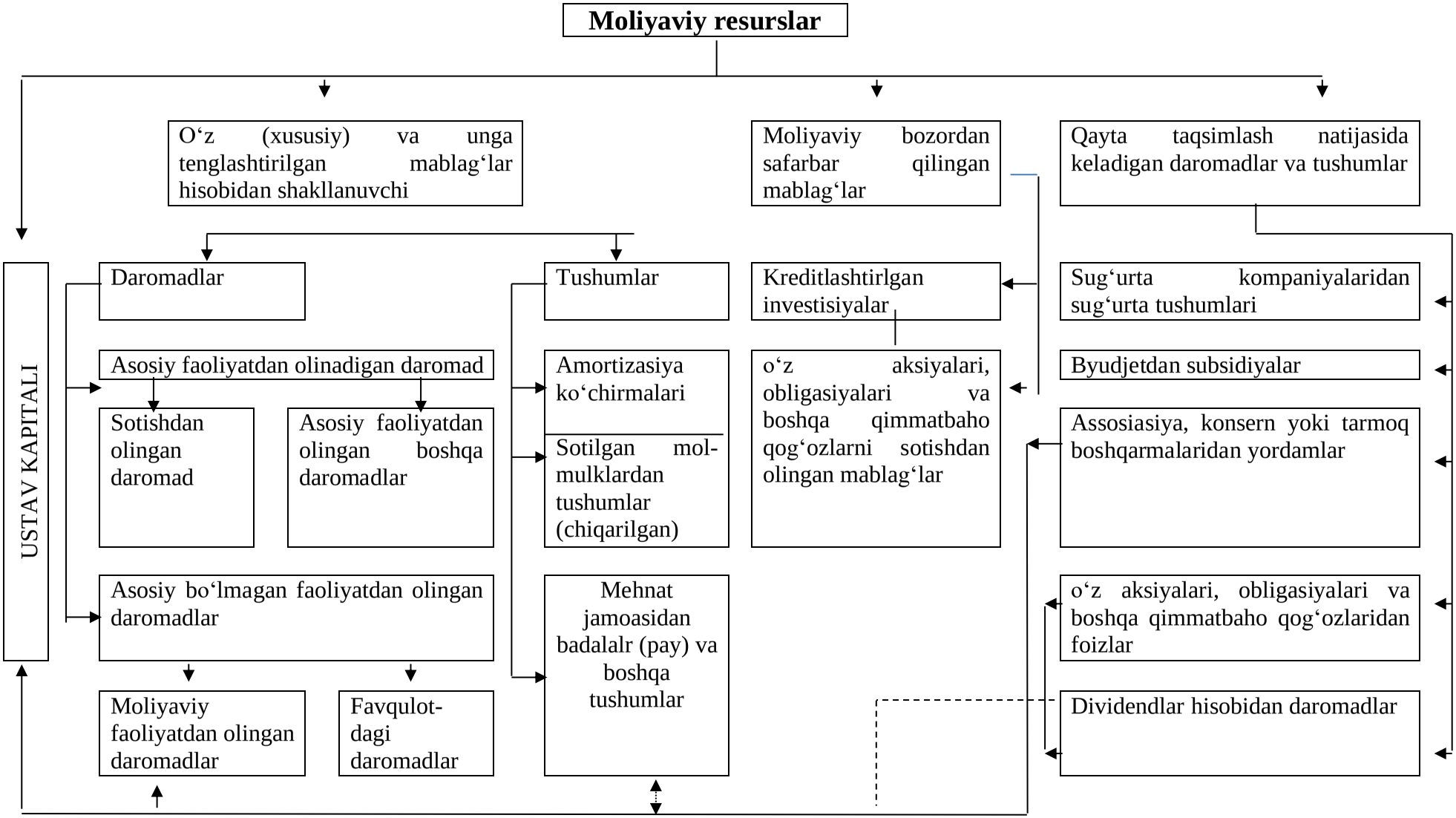
Moliyaviy munosabatlarning moddiy ifodasi moliyaviy resurslarda o‘z ifodasini topadi. Xo‘jalik subyektlarining moliyaviy resurslari – bu ular ixtiyoridagi pul va unga tenglashtiriladigan daromadlar va tushumlardir. Ular xo‘jalik subyektlarini byudjet, banklar, sug‘urta va boshqalar oldidagi majburiyatlarini bajarish uchun ishlatiladi. Moliyaviy resurslar yuqoridagilar bilan bir qatorda faoliyatni kengaytirish va xodimlarni moddiy rag‘batlantirish uchun ham manba bo‘lib hisoblanadi.

Moliyaviy resurslarni shakllantiruvchi manbasi sifatida xo‘jalik subyektlarini o‘z (xususiy) va har xil boshqa jalb qilingan mablag‘lar hisoblanadi.

Umumiy ko‘rinishda xo‘jalik subyektlarini (tarmoqlar, sohalar mulk shaklidan qat’iy nazar) moliyaviy resurslarning manbalari sifatida quyidagi 6.3-chizmada keltirilganlarni hisoblash mumkin.

6.3. chizma

Xo‘jalik subyektlarini (jumladan savdo korxonalari) moliyaviy resurslarini umumiy ko‘rinishdagi manbalari



Moliyaviy resurslar iqtisodiy yo‘naltirilishi nuqtai nazaridan quyidagicha tasniflanadi:

1. Asosiy faoliyani ta’minlovchi.
2. Asosiy fondlarni takror ishlab chiqarishini ta’minlovchi.
3. Aylanma mablag‘larni shakllanishini ta’minlovchi.
4. Kadrlar tayyorlash tadbirlarini ta’minlovchi.
5. Ishchi-xodimlarni moddiy rag‘batlantirishni ta’minlovchi.
6. Ijtimoiy-maishiy va boshqa ehtiyojlarni qondirishni ta’minlovchi.
7. Moliyaviy ehtiyot zahiralashga.

Ijtimoiy mahsulotni taqsimlash nuqtai nazaridan qaralganda moliyaviy resurslar deganda, davlat va korxonalarda o‘z maqsad va vazifalarini bajarish uchun to‘planadigan, taqsimlanadigan va ishlatiladigan pul shaklidagi ijtimoiy mahsulot va milliy daromadning bir qismi tushuniladi.

Amaliy nuqtai nazardan savdo korxonalarini moliyaviy resurslari ular ixtiyorida bo‘lgan jami pul shaklidagi daromadlar va jamg‘armalar yig‘indisidir.

Moliyaviy resurslarni joriy faoliyat, kredit resurslar, pul mablag‘lari rezervlari bilan bog‘liq bo‘lgan xarajatalrni qoplangandan keyin korxona ixtiyorida qoladigan pul mablag‘lari jamg‘armalari tashkil qiladi.

Moliyaviy resurslarga ma’lum miqdorda moddiy boyliklar mos keladi. Asosiy va aylanma fondlar, moddiy va mehnat resurslarini samarali ishlatish moliyaviy resurslar holatini belgilaydi.

Moliyaviy resurslar bilan ta’minlanish uch xil shaklda amalga oshiriladi:

- o‘z-o‘zini moliyalashtirish;
- kreditlashtirish;
- davlat tomonidan moliyalashtirish.

6.3.3. Moliyaviy resurslarning ko‘rsatkichlari

Moliyaviy resurslar bir tomondan, pul mablag‘i sifatida jamg‘ariladi, ikkinchi tomondan avanslanadi – moddiy, nomoddiy resurslarga,

investisiya yoki kapital sifatida hamda qimmatbaho qog‘ozlarga, aksiyalarga va nihoyat badallar, to‘lovlar, soliqlar sifatida ishlatiladi.

Manbalari nuqtai nazaridan moliyaviy resurslar o‘z mablag‘lari, qarzga olingan mablag‘lar va jalb qilingan mablag‘lardan iborat bo‘ladi.

Ushbulardan kelib chiqib, moliyaviy resurslarning ko‘rsatkichlarini quyidagi guruhlarga ajratish lozim bo‘ladi:

1. Moliyaviy resurslarning holati va tarkibini anglatuvchi ko‘rsatkichlar.
2. Moliyaviy resurslarni samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar, ularga quyidagi to‘rt guruh ko‘rsatkichlarni tavsiya qilish mumkin:

- moliyaviy resurslarni barqarorligi;
- asosiy fondlar bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar;
- aylanma mablag‘lar bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar;
- nomoddiy aktivlar bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar.

Moliyaviy resurslarni holatini va tarkibini anglatuvchi ko‘rsatkichlar, ularni absolyut summasi va nisbiy ko‘rsatkichlar miqdori sifatida buxgalteriya va statistik hisobotlarda o‘z aksini topadi va ular asosida hisoblanadi. Ularga quyidagi hisobot shakllarini kiritish mumkin:

- buxgalteriya balansi – 1 sonli shakl;

- kassa aylanmasi to‘g‘risida hisobot – 11-torg shakli (Davlat statistika hisoboti);

- debitorlik va kreditorlik qarzlar haqida ma’lumotnoma – 2a –sonli shakl;

- pul oqimlari to‘g‘risidagi hisobot – 4 shakl;

- korxona sarf-xarajatlari to‘g‘risidagi hisobot 5-S shakl.

Ushbu hisobotlardan moliyaviy resurslarni holatini belgilovchi ko‘rsatkichlarni ajratib olib, ularning holatiga, tarkibiga baho berish va tahlil qilish mumkin bo‘ladi.

Moliyaviy resurslarni barqarorlik ko‘rsatkichlari tizimi 6.1 - jadvalda keltiriladi.

6.1-jadval

Savdo korxonalari moliyaviy resurslarining samaradorligi ko‘rsatkichlari

№	Ko‘rsatkichlar nomi	Aniqlash usullari	Modul shakli
Moliyaviy barqarorlik ko‘rsatkichlari			
1.	Joriy likvidlik koeffisiyenti ($K_{j.l}$) (to‘lov qobiliyati)	Aylanma mablag‘lar (AyM) / Qisqa muddatli (joriy) majburiyatlar (QMM)	$K_{j.l} = \frac{\sum AyM}{\sum QMM}$
2.	Moliyaviy qaramlik koeffisiyenti yoki qarzdorlik, mablag‘ bilan ta’minlanish koeffisiyenti ($K_{m.q.}$)	Qarzga olingan kapital (QK) / Xususiy kapital (XK)	$K_{m.q.} = \frac{\sum QK}{\sum XK}$
3.	Moliyaviy barqarorlik koeffisiyenti ($K_{m.bar}$)	Xususiy kapital(XK)+Uzoq muddatli qarzlar (UMQ) / Aktivlarning o‘rtacha yillik qiymati ($\overline{A}\overline{K}$)	$K_{m.bar.} = \frac{\sum XK + \sum UMQ}{\sum \overline{A}\overline{K}}$
4.	Mulk mustaqilligi koeffisiyenti ($K_{m.m.}$)	Xususiy kapital (XK) / Aktivlarning o‘rtacha yillik qiymati ($\overline{A}\overline{K}$)	$K_{m.m.} = \frac{\sum XK}{\sum \overline{A}\overline{K}}$
5.	Kapitalni manerv (harakatchanlik) koeffisiyenti ($K_{k.m.}$)	Harkatdagi (oborotdagi) kapital (IK) / Xususiy capital (XK)	$K_{k.m.} = \frac{\sum IK}{\sum XK}$
6.	To‘lov qobiliyati koeffisiyenti ($K_{t.q.}$)	O‘z mablag‘i (O‘M) / Umumiy majburiyatlar (UM)	$K_{t.q.} = \frac{\sum O'M}{\sum UM}$
7.	Tovar zahiralarini xususiy kapital bilan qoplanish koeffisiyenti ($K_{tz.xk.}$)	Xususiy kapital (XK) / Yillik o‘rtcha tovar zahiralari ($\overline{T}Z$)	$K_{tz,xk.} = \frac{\sum XK}{\sum \overline{T}Z}$
8.	Tovar zahiralarini qarzga olingan kapital bilan qoplash koeffisiyenti ($K_{tz.QK.}$)	Qarzga olingan kapital (QK) / Yillik o‘rtacha tovar zahiralari ($\overline{T}Z$)	$K_{tz,QK.} = \frac{\sum QK}{\sum \overline{T}Z}$

Moliyaviy resurslarni asosiy fondlar va aylanma mablag‘lar bilan bog‘liq ko‘rsatkichlar. Ushbu kitobning 6.1.3. va 6.2.3.-paragraflarida ularning samaradorligini belgilovchi ko‘rsatkichlar tizimida berilgan.

Moliyaviy resurslarni shakllanishi, ishlatilishi xususiyatlari ko‘p qirrali bo‘lganligi sababli ularni jamg‘arilishi, avanslanishi va ishlatilishi nuqati nazardan, ushbu xususiyatlariga taalluqli ko‘rsatkichlar orqali ham tahlil qilish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz.

Keltirilgan masalalarga hamda nomoddiy aktivlar bilan bog‘liq bo‘lgan ko‘rsatkichlariga bag‘ishlangan, o‘zbek tilida chop etilgan bir qator adabiyotlar mavjud[1] va bu masalalar ularda to‘liq yoritilganligini hisobga olib biz yuqoridagilar bilan chegaralanamiz.

Tayanch iboralar: moliya, davlat moliyasi, xo‘jalik subyektlari moliyasi, jismoniy shaxslar moliyasi, moliyaviy tizim, pul, moliyaviy resurslar, pul munosabatlari, savdoning moliyasi, moliyani funksiyalari, moliyalashtirish, kreditlashtirish, aylanma mablag‘lar, aylanma fondlar, aylanma kapital, aylanma kapital, aylanma aktivlar, omillar, ko‘rsatkichlar.

Takrorlash uchun savollar

1. Moliya deb nimaga tushunasiz?
2. Moliyaviy tizim nima va uni tartibiga nimalar kiradi?
3. Moliyaviy resurslar nima?
4. Moliyaviy resurslar qanday manbalardan tashkil topadi?
5. Moliyaviy resurslar barqarorligi qanday aniqlanadi?
6. Moliyaviy resurslar samaradorligi qanday ko‘rsatkichlar orqali aniqlanadi?
7. Aylanma mablag‘lar mazmunini yoritib bering?
8. Aylanma mablag‘lar asosiy fondlardan qanday farlanadi?
9. Aylanma mablag‘lar qanday manbalar xisobidan shakllanadi?
10. Xo‘jalik faoliyatida ishltilayotgan resurslar qanday tarzda bir shakldan boshqa shaklga o‘tadi?

[1] Абдукаримов И.Т., Пардаев М.Қ, Исроилов Б.И. «Корхонанинг иқисодий салоҳяти таҳлили»». Т., «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2003.
Пардаев М.Қ. ва бошқалар «Бошқарув таҳлили». Т., «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2005.
Пардаев А.Х. «Бошқарув ҳисоби». Т., «Академия» нашриёти, 2002.
Ўрозов К.Б. «Савдода бухгалтерия ҳисоби ва солиққа тортиш». Т., «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2004.

11. Aylanma mablag‘lar natural-moddiy tarkibiga nimalar kiradi?
12. Aylanma mablag‘lar qiymati bo‘yicha qanday tasniflanadi?
13. Aylanma mablag‘lari tarkibining qaysi biri normalashtiriladi?
14. Aylanma mablag‘lar qaysi qismini rejalashtirish qiyin yoki mumkin bo‘lmaydi?
15. Aylanma mablag‘lar xolati qanday ko‘rsatkichlar orqali aniqlanadi?
16. Aylanma mablag‘larni o‘zgarish tendensiyalari qanday ko‘rsatkichlar orqali aniqlanadi?
17. Aylanma mablag‘lar tarkibini qanday ko‘rsatkichlar orqali hisoblanadi?
18. Aylanma mablag‘lar bilan ta’minlanganligi qanday aniqlanadi?
19. Aylanma mablag‘lardan foydalanish samaradorligi qaday ko‘rsatkichlardan iborat?

VII BOB. XALQ ISTE’MOLI TOVARLARIGA BAHONI SHAKLLANISHI

7.1. Baho va baholashtirishni mohiyati va ahamiyati

Bozor iqtisodiyotiga o‘tish iqtisodiy jarayonlardagi bahoni ahamiyatini tubdan o‘zgartirib yuboradi.

Ma’muriy-buyruqbozlik tizimida baho markazlashgan holda tasdiqlangan.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida bahoning oxirgi miqdori bozorda talab va taklif va boshqa omillar ta’siri ostida shakllanadi. Lekin bu degani baho absolyut erkin shakllanadi degan ma’noni bildirmaydi. Uning shakllanishi ko‘p bosqichlardan o‘tadi.

Baho davlat tomonidan tartibga solish mexanizmlari orqali chegaralanishi mumkin.

Baho iqtisodiy kategoriya bo‘lib insoniyat taraqqiyotida tovar-pul muomalasini vujudga kelishi bilan paydo bo‘lgan.

Baho tovar qiymatining puldagi ifodasidir.

Baho bozorning elementi. Bozorning dahshatli raqobat shart-sharoitida korxonalarning samarali ishlash uchun baholarni belgilashni asosli usullarini, qo‘llanishini, marketingda oqilona baho siyosat va uni ketma-ket amalga joriy qilish asosiy zaruriyat bo‘lib hisoblanadi.

Tovarning iste’mol qiymati va qiymati bor yoki ushbu xususiyatlarga ega bo‘lgan narsa tovar deb yuritiladi. Tovarning qiymati unga sarflangan ijtimoiy zaruriy mehnat miqdori bilan belgilanadi.

Ijtimoiy zaruriy mehnat – mavjud iste’mol qiymatni yaratish uchun, normal sharoitda, jamiyatdagi o‘rtacha qobiliyat va mehnat intensivligida sarflangan umumiy mehnatning miqdoridir.

Sarflangan ijtimoiy zaruriy mehnatning miqdorini aniqlash juda murakkab va og‘ir jarayon hisoblanadi.

Baho iqtisodiyotni harakatga keltiruvchi kuch, vosita yoki intrument rolini o‘ynaydigan iqtisodiy, tarixiy, ijtimoiy kategoriyadir. Bahoni iqtisodiy tushuncha sifatida, uni hayotiyligini, doimiy insoniyat

taraqqiyotida harakatda bo‘lib kelganligini va ahamiyatini hyech kimga asoslash va tushuntirish zaruriyati bo‘lmasa kerak. Lekin, baho tushunchasi juda murakkab.

Oddiy hayotda, har bir kishi yoshligidan oldi-sotdi jarayonini ko‘zatadi yoki ishtirok etadi. Turmush tarzida inson baho tushunchasi bilan to‘qnashadi va uni o‘zining va boshqalarni moddiy faravonligiga qanday ta’sir qilishini anglaydi, tahlil qiladi va xulosalar chiqaradi. Masalan: inson yuqori bahodagi tovarni qimmatli ekanligini anglasa, past baholigi uning arzonligini, qimmatli tovar uning cho‘ntagiga og‘ir botishi, past baholik tovar kam yuk bo‘lishini anglaydi. Shu bilan bir qatorda nega tovarning bahosi yuqori yoki past darajada ekanligi, uning sabablari to‘g‘risida xaridor xulosa qilib o‘tirmaydi. Uni qiziqtiradigan masala, o‘ziga zarur bo‘lgan tovarni o‘zining sotib olish qobiliyati miqdorida xarid qilishdan iborat.

Iqtisodiyotda, hayotda baho nafaqat alohida tovarlarni oldi-sotdisini anglatadi. U umuman iqtisodiy munosabatlarni ya’ni tovarlarni va xizmatlarni ishlab chiqarish, taqsimlash, ayriboshlash va nihoyat iste’mol qilish jarayonlarini ham tartibga soladi. Bunday jarayon butun baholar majmuasi, ularni shakllanishi va o‘zgarish harakati natijasida baholashtirish mexanizmi orqali amalga oshiriladi. Shunday qilib oddiy xaridorga baholashtirish mexanizmi kam ma’lum va uni bu masala kamroq qiziqtiradi.

Iqtisodiyotda milionlab baholar baho tushunchasi orqali ishlatiladi, lekin bahoni har xil turlari mavjud. Ular ulgurji, chakana, erkin, monopol, tartibga solingan, davlat, shartnomali, jahon va hokazolar kabi (ushbu masalani alohida yoritamiz).

Baho tushunchasi, uni turlari, tarkibi, miqdori, o‘zgarish tendensiyalari bir tomondan, ikkinchi tomondan baholashtirish tushunchasi, bahoni aniqlash usullari, uslub va tartibi bilan bir-biridan farq qiladi. Shunday qilib baho iste’molchilar uchun aniq ko‘rinib turadigan iqtisodiy tushuncha bo‘lsa, baholashtirish esa yashirin, xaridorga ko‘rinmaydi.

Shunday qilib baho tushunchasi va baholashtirish bir-biridan farq qiladi. Baho iqtisodiy tushuncha, kategoriya sifatida namoyon bo‘ladi, baholashtirish esa, bu bahoni aniqlash bilan bog‘liq bo‘lgan iqtisodiy jarayondir.

Baho tushunchasi ham allaqancha murakkabdir. Baho tushunchasi oddiy oldi-sotdi (T-T) jarayoni, mehnat taqsimotini chuqurlashishi natijasida ayirboshlash «T-P-T» yoki «T-P» jarayonlariga ayriboshlash jarayonini ajralishi natijasida vujudga kelgan. Oddiy tovar ayriboshlashda tovar-tovarga tenglashtirilgan, asta-sekin bu jarayon murakkablashib borib, tovarni tovarga tenglashtirish uchun boshqa bir ekvivalentga ehtiyoj tug‘ilgan. Bunday narsa universal, barqaror, ijtimoiy qiymatga ega bo‘lishi kerak bo‘lgan. Pul shunday tovar – vositachi rolini o‘ynaydigan kategoriya sifatida kelgan.

Pul insoniyatni o‘z taraqqiyotida yaratgan eng yirik kashfiyotlardan biridir. Tarixdan ma’lumki (pul tarixi 3000 yilalrga teng) tovar ayriboshlashda umumiy ekvivalentlik rolini dastlab «Tovar-pul» ya’ni qimmatbaho metallar qo‘yilmasi (slitkasi) (eramizdan oldingi VII asrgacha) bajargan, keyinchalik «Tanga – pul» - «Tangalar» (eramizdan oldingi VII asrdan - XIX eramizdagi asrgacha) o‘ynagan, undan so‘ng «qog‘oz pullari» «banknotlardan» (hozirgi kungacha va nihoyat XX asrni o‘rtasidan) «Elektron pul», «Kartochkalar» qog‘oz pullari bilan parallel harakat qilib kelmoqda.

Pulning tarixini keltirishimizdan maqsad bahoning tarixini ayonlashtirishdan iborat. Baho va pul tushunchasi bir-biriga yaqin bo‘lib, umuman «baho» so‘zi «pul» so‘zining hosili bo‘lib hisoblanadi. Ushbu sababli bahoga nafaqat iqtisodiy-ijtimoiy kategoriya sifatida, hamda tarixiy kategoriya sifatida ham qaraladi.

Bahoni tushunchasi va ta’rifiga ko‘p tomonlama qarash zarur.

Xaridor nuqtai nazaridan, baho – tovar, narsa xizmat o‘lchov birligi uchun to‘lanadigan pul miqdorini bildiradi.

Sotuvchi nuqtai nazaridan, boho – sotilayotgan tovar, narsa, xizmat o‘lchov birligi uchun olinadigan pul miqdorini bildiradi. Lekin bu ta’riflar

oddiy va bahoni kelib chiqishini, asli mazmunini yoritmaydi.

Jamiyatdagi inson ehtiyoji uchun zarur bo‘lgan moddiy boyliklarni baholanish va sotish nuqtai nazaridan ikki xil yirik guruhlarga ajratish mumkin, ya’ni insoniyatga kerakliligi, foydaliligi, zaruriyligi, insonning yuqori ehtiyojlarini qondirish nuqtai nazaridan baholanadigan guruhga va ishlab chiqarish, sotish xarajatalridan kelib chiqib baholanadigan guruhga ajratish zarur.

Birinchi guruhga noyob, kam miqdorda, xaridorlarni yuqori daromadga ega bo‘lgan guruhlariga mo‘ljallangan tovarlar va xizmatlar kiradi.

Ikkinchi guruhga jamiki insoniyat uchun zarur bo‘lgan, iste’mol tovarlari va xizmatlari 80-90 % tashkil qiladigan qismi bo‘lib, ularni bahosi ishlab chiqarish va sotish xarajatalri, ushbu jarayonda ishtirok etuvchi subyektlar daromadlari, jamiyatga zarur xarajatlar yig‘indisi doirasida va boshqa obyektiv hamda subyektiv omillar natijasida shakllanadi.

Birinchi guruhga kiritilagn tovarlar va xizmatlar bahosi ularni ishlab chiqarish, sotish va boshqa ijtimoiy zaruriy xarajatlar qiymati bilan emas, balki zarurligi, foydaliligi, ularga bo‘lgan talab miqdori bilan belgilanib, sotish bahosi asli qiymatidan keskin farq qiladi, ularni bahosi juda yuqoriligi bilan farqlanadi.

Bular uchun baholashtirishni asosiy omillari sifatida bozor kon’yukturasi, talab va taklif, daromadlar bo‘yicha iste’molchilarni tabaqalanishi, aholi daromadlarining miqdori kabilar kiradi.

Ikkinchi guruh tovarlariga baho yuqorida keltirilgan miqdorlan kam baholansa ishlab chiqaruvchilar inqirozga uchrashi muqarrar va jamiyat ham foyda ko‘rmaydi. Bularni bahosi ishlab chiqarish va mehnat omillariga ko‘pdan bog‘liqdir. Ushbu keltirilgan ijtimoiy-iqtisodiy haqiqat baho kategoriyasini ta’riflashda, nazariy tahlil qilishda, uni miqdorini aniqlash (baholashtirish) jarayonlariga metodologik asos bo‘lib hisoblanishi zarur.

Baholashtirishni yuqorida keltirilgan metodologik asoslaridan kelib chiqib, bahoga ta’rif beradigan bo‘lsak, birinchi guruh tovarlar va xizmatlarni bahosi – ularni ayriboshlash jarayonida, ya’ni oldi-sotdi

jarayonida aniqlangan qiymatning puldagi ifodasidir.

Ikkinchi guruh tovarlar va xizmatlar bahosi – ularning qiymatining puldagi ifodasidir.

Tovarning qiymati unga sarflangan ijtimoiy-zaruriy mehnat miqdori bilan belgilanadi.

Bahoga ta’riflarni umumlashtiradigan bo‘lsak bizning fikrimizcha bahoga quyidagicha ta’rif berish mumkin.

Baho – tovar yoki xizmatni ijtimoiy zarurligi hamda unga sarf qilingan ijtimoiy-zaruriy mehnat miqdoridan kelib chiqqan (yoki aniqlangan) qiymatining puldagi ifodasidir.

Ma’muriy boshqaruv tizimida baholarning barcha turlari, jumladan iste’mol tovarlariga chakana baholar davlat tomonidan tasdiqlangan va nazorat qilingan.

Bozor iqtisodiyoti baholashtirish jarayonini erkinlashtirishni taqozo qiladi. Lekin bu degan gap, «baholashtirish absolyut erkinlashtirilgan» degan fikrga asos bo‘la olmaydi. (Bu masalani keyingi savollarda yoritamiz).

Bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrida o‘zbekiston Respublikasida baholarni bosqichma-bosqich erkinlashtirish qoidasi aniq maqsad qilib olinadi.

Baholarni erkinlashtirish sharoitida:

- **birinchidan**, Davlat baho qo‘mitasi umuman tugutiladi;
- **ikkinchidan**, Moliya vazirligi tarkibida baholarni nazorat qilish bo‘yicha maxsus boshqarma tuziladi (o‘sha vaqtda «Antimonopol va narx-navo siyosatini o‘tkazish bosh boshqarmasi);
- **uchinchidan**, 1991-1994 yillarda amalda hamma turdagi va tayyor mahsulotladr erkin baholarga o‘tkazila boshlandi. hukumatning «Narxlarni erkinlashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi qaroriga muvofiq 1992 yil 10 yanvardan boshlab keng doiradagi ishlab chiqarish – texnika vositasi bo‘lgan mahsulotlari, ayrim turdagi xalq iste’moli mollari, bajarilgan ishlar va xizmatlarning asosan (erkin) baholari va ta’riflariga o‘tildi;

- **to‘rtinchidan**, baholar 1992 yil yanvardan boshlab bosqichma-bosqich, ohistalik bilan, aholini ijtimoiy himoyalashga qaratilgan kuchli choralarni oldindan ko‘rib qo‘ygan holda erkinlashtirila boshlandi;
- **beshinchidan**, 1993 yilda qat’iy belgilangan va tartibga solib turiladigan baholarda sotiladigan va xizmatlar ro‘yxati ancha qisqartirildi. Shu yilda ulgurji baholarni davlat tomonidan tartibga solish batamom to‘xtatildi, yonilg‘i-energitika kompleksi mahsulotlari belgilangan eng yuqori rentabellik darajasi normativlari bekor qilindi;
- **oltinchidan**, 1994 yil oktyabr-noyabr oylarida iste’mol tovarlari asosiy turlarining baholari erkin qo‘yib yuborildi, transport va kommunal xizmatlarining ta’riflari oshirildi. Non va uning baholari, uy-joy kommunal xo‘jaligi hamda shahar umumiy transporti xizmatlarining ta’riflarigagina qisman birinchi bosqichdayoq baholarning to‘la erkinlashtirish masalasi yechilgan.

7.2. Bahoning funksiyalari

Bahoning iqtisodiyotdagi o‘rni va ahamiyatini to‘la tushunib yetish, uning funksiyalarini o‘rganish orqali yanada chuqurlashadi.

Bahoning birlamchi funksiyasi, uni «o‘lchov birligi» funksiyasi bo‘lib hisoblanadi. Baho orqali tovar qiymatini hisob-kitob qilish mumkin, ya’ni tovar uchun xaridor qancha miqdorda pul to‘lash, sotuvchi esa qancha tovar (xizmat) uchun pul olishi mumkinligi aniqlanadi. Baho oldi-sotdi jarayonida, pulni to‘lov vositasi funksiyasini amalga oshirish va uni miqdorini belgilanishiga imkon yaratadi. Baho orqali tovarlar va xizmatlarni umumiy summasi aniqlanadi (ularni sotilgan sonini tegishli o‘lchov birliklarda bahosiga ko‘paytirish orqali). Ishchi kuchini va mehnatni baholash ish haqini aniqlashga imkon beradi. Baho orqali ko‘p ko‘rsatkichlarni tahlil qilish, prognozlash va rejalashtirish imkoniyati tug‘iladi.

Baho orqali tovarlar va xizmatlar qiymatni solishtirish imkoniyati yaratiladi. Ularni qaysisi arzonroq ekanligi, unga qarab o‘zini sotib olish imkoniyatidan kelib chiqib, talabiga yarasha xarid qilish mumkinligi

aniqlanadi.

Bahoning o‘lchov birligi funksiyasidan uning hisob-kitob funksiyasi hosil bo‘ladi. Ushbu funksiya orqali qiymat o‘lchovlaridan hisobot olib borish uchun xizmat qiladi.

o‘lchov birligi va hisob-kitob funksiyalari yordamida baho iqtisodiy jarayonlarni tartibga solish vositasi sifatida xizmat qiladi.

Bahoning yana bir funksiyasini bu taqsimot bo‘lib hisoblanadi. Bu funksiya bir tovardan ikkinchisiga talabni kuchishida va yetishmaydigan (defetsitligi) tovarni ishlab chiqarishni kengaytirish, ortiqcha ishlab chiqarilayotganini qitsqartirish jarayonida namoyon bo‘ladi. Natijada investisiyani ham taqsimlanishiga, ya’ni bir tarmoqdan ikkinchisiga yo‘naltirilishiga olib keladi.

Ushbu funksiya daromadlarni xo‘jalik subyektlari o‘rtasida taqsimlanishiga ham ko‘maklashadi.

Baho ijtimoiy funksiyani ham bajaradi. Chunki baho iste’molni hajmi va tarkibini ham o‘zgartirishga olib keladi. Bahodan aholining yashash darajasi, xarajatlarining miqdori, minimal ehtiyoj savatining miqdori, oilaning iste’mol byudjeti darajasi kabilar to‘g‘ridan-to‘g‘ri bog‘liqdir.

Bahoning rag‘batlantirish funksiyasi ishlab chiqarishni rivojlantirish, tovarlar va xizmatlarni sifatini oshirishda namoyon bo‘ladi. Bu funksiyani ta’sir qilish mexanizmi ishlab chiqaruvchilarni baho orqali o‘z daromadlari va foydasini oshirishga intilishdan kelib chiqadi.

7.3. Bahoning turlari

Jahon amaliyotida baholarning bir necha turlari mavjud va ishlatiladi. Baholarning bir necha xil alomatlar orqali turlash mumkin. Baholarning turlanish alomatlari va turlarini quyidagi jadvalda keltiramiz.

7.1-jadval

Baholarning turlari

Baholarning turlanish alomatlari	Bahoning turlari	Izoh
1	**2**	**3**
I. Savdoning bo‘g‘inlari yoki sohalari bo‘yicha	1.1. Ulgurji baholar	1.1. Ulgurji baholar ulgurji savdoda, ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida, savdo korxonalari va ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida, savdo korxonalari o‘rtasida, savdo birjalarida ishlatiladi.
	1.2. Chakana baholar	1.2. Chakana savdo va umumiy ovqatlanish shaxobchalari orqali individual, iste’molchi oilalarga va ayrim hollarda korxonalar, tashkilotlar va tadbirkorlarga xo‘jalik yuritish ehtiyojlari uchun iste’mol tovarlari sotilganda
	1.3. Xarid baholari	1.3. Davlat tomonidan aholidan, dehqon va fermer xo‘jaliklaridan qishloq xo‘jalik mahsulotlarini sotib olishda ishlatiladi.
II. Xizmat sohasi bo‘yicha	2.1. Tarif (Xizmatlar bahosi)	2.1. Taraflar kommunal maishiy xizmatlarga to‘lov miqdorini belgilaydi. Masalan: telefon, gaz, elektroenergiya, suv va oqova kabilar.
III. Tartibga solinish tartibi va darajasi bo‘yicha	3.1. Erkin baholar	3.1. Erkin baholarga davlat organlari aralashmaydi, ular bozor kon’yukturasi, talab va taklif miqdoridan kelib chiqib bozorda shakllanadi. Bunda ishlab chiqaruvchini yoki tovarni sotuvchilarining «kalkulyasion bahosi» bilan aholining, iste’molchining «sotib olish bahosi» solishtirilib tovarning «bozor bahosi» kelishiladi va ishga tushadi. Erkin baholar ulgurji, chakana va xarid baholarga tegishli.
	3.2. Kelishi-lgan (shartno-maviy) baholar	3.2. Bu baholar miqdori shartnomalarda (oldi-sotdi sotuvchi va sotib oluvchi o‘rtasida hujjat bilan) belgilanadi.
	3.3. Tartibga solinuvchi baholar	3.3. Bular miqdori davlat organlari tomonidan tartibga solinadi. Talab va taklifni muvofiqlashtirish uchun bunday baholar soliqlar miqdorini o‘zgartirish orqali qimmatlashtirish yoki arzonlashtirishga yo‘naltiriladi. Tartibga solinadigan baholar belgilash

		mexanizmi bilvosita bo‘ladi. Ayrim hollarda bunday tovarlarga baholarni yuqori yoki pastki miqdori belgilanadi. Ayrim tovarlarga rentabellik darajasi chegaralanadi.
	3.4. Tasdiq-lanadigan baholar (davlat baholari)	3.4. Tasdiqlanadigan baholar davlat organlari tomonidan belgilnadi va ularni sotuvchi yoki sotib oluvchi o‘zgartirish huquqiga ega bo‘lmaydi.
	3.5. Monopol baholar	3.5. Monopol baholar ishlab chiqaruvchi yokit sotuvchi tomonidan tovalarni sotishda hamda sotib oluvchi (ishlab chiqaruvchi) tomonidan xom ashyolarni sotib olishda ishlatiladi.
IV. Iqtisodiy analizda, rejalash-tirishda, statistikada, loyihalash-tirishda ishlatilishi bo‘yicha. Bu ko‘rsatkich baholarni o‘zgarib turishi bilan bog‘liq.	4.1. Haqiqiy baholar	4.1. Bozorda shakllangan baholarning haqiqiy miqdori. Bu ko‘rsatkich yuqorida keltirilgan barcha baho turlariga tegishli.
	4.2. Solishtirma baholar	4.2. O‘tgan yillarga nisbatan baho indekslari orqali solishtirma baholar aniqlanadi.
	4.3. Loyiha yoki limitlangan baholar	4.3. Yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish loyihasini tuzishda aniqlanadigan baholar. Bular taxminan aniqlanadi.
V. Bozorlarni turlariga qarab	5.1. Birja baholari	5.1. Birja savdosida belgilanadi.
	5.2. Auksion baholar	5.2. Tovarlarni auksiya orqali sotishda aniqlanadi.
	5.3. Komission baholar	5.3. Foydalanilgan tovarlarni komission savdo orqali sotishda belgilanadi.
	5.4. Dehqon bozori baholari	5.4. Qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini dehqon bozorlarida sotishda belglanadi. Bunday baholar erkin baholar tarkibiga kiradi.
	5.5. Jahon baholari	5.5. Jahon bozorlariga taaluqli bo‘lib, ular erkin valyutalarda belgilanadi.

7.4. Bahoga ta’sir qiluvchi omillar

Iste’mol tovarlari bahosiga juda ko‘p omillar ta’sir qiladi. Uning natijasida ishlab chiqaruvchilar, ayriboshlash (savdo) korxonalari ortiqcha foyda olishi yoki zarar ko‘rishlari mumkin.

Bahoga ta’sir qiluvchi omillarni umumlashtirib ikki guruhga bo‘lish mumkin:

1. Obyektiv shart-sharoit, hodisalar, jarayonlar;
2. Subyektiv omillar. Ular inson, tadbirkorlik omili bilan bog‘liq bo‘lib, ularni xulq-atvori, vijdoni, umuminsoniylik fazilatlariga bog‘liq. Masalan: ko‘zbo‘yamachilik, qalloblik, chayqovchilik va h.k.

Obyektiv omillar:

- iqtisodiy – davlatning iqtisodiy rivojlanishi, difisit, inflyasiya, xom ashyo va materiallarga tariflar, soliqlar, bank foizlari, bojlar, milliy daromad va uni taqsimlanishi iste’mol va jamg‘armaga va h.k.;
- siyosiy – siyosiy barqarorlik, davlatning iqtisodiy, moliyaviy, fiksal siyosatini o‘zgarishi, tashqi iqtisodiy siyosat, proteksionizm va h.k.;
- tabiiy – geografik, davlatni geografik joylashishi, tabiiy shart-sharoiti, mavsumiy ishlab chiqarishni davlatlar ichida joylashishi, ixtisoslashishi, tabiiy, yer osti boyliklari, o‘rmon, transport yo‘llarini rivojlanish darajasi va h.k.;
- raqobat – bahoni shakllanishiga bozor kon’yukturasi orqali ta’sir qiluvchi omillar;
- talab va taklif;
- monopoliya, uni vujudga kelishi, monopol baholarni shakllantiradi.

7.5. Bahoni davlat tomonidan tartibga solinishi

Insoniyat taraqqiyotida barcha ijtimoiy formasiyalarda davlat iqtisodiyotni tartibga solishda katta ahamiyatga ega bo‘lib kelgan. Bozor iqtisodiyotining o‘ziga xos kamchiliklari, takomillashmagan tomonlari iqtisodiyotni davlat tomonidan har tomonlama tartibga solib turishni taqozo qiladi. Ular qatoriga quyidagi holatlarni keltirish mumkin.

Birinchidan, raqobatni takomillashmaganligi sababli monopoliyalarni vujudga kelish ehtimoli va ular o‘zlarini baholashtirish siyosati orqali jamiyat faravonligiga ziyon keltirishi mumkinligi.

Ikkinchidan, jamiyatga hayotiy zarur bo‘lgan, ko‘p tovarlarni mavjudligi, lekin bozor tomonidan ular yetarli darajada taklif qilinmagsligi. Bunday tovarlar asosan ta’lim sog‘liqni saqlash, fan, madaniyat va boshqa sohalarda ko‘plab mavjud.

Uchinchidan, atrof muhitni himoya qilish muammolari.

To‘rtinchidan, ishsizlik, inflyasiya, iqtisodiy barqarorsizlik, daromadlarni noteksiz taqsimlanishi.

Beshinchidan, aholini birlamchi zarur bo‘lgan tovarlar bilan ta’minlash muammolari.

Oltinchidan, bolalar, yoshlar, nogironlar va nafaqaxo‘rlarni ijtimoiy himoya qilish zaruriyati kabi va boshqa muammolarni hal qilish zaruriyatlaridan davlat tomonidan iqtisodiy jarayon va hodisalarni, jumladan baholarni tartibga solishni obyektiv ehtiyoji vujudga keladi.

Davlat tomonidan bahoni tartibga solish deganda, davlatni jamiyat xo‘jalik faoliyatiga, aholining ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda, ijtimoiy ahvolni yaxshilash maqsadida, iqtisodiy-ijtimoiy siyosati orqali, huquqiy, ma’muriy, iqtisodiy richaklar, usullar bilan o‘z ta’sirini o‘tkazishini tushunish lozim.

Ushbu richaglar va usullarga quyidagilarni kiritish mumkin:

I. Baholarni chegaralash orqali

1.1. Fiksirovat qilingan (belgilangan) baholar orqali;

1.2. Baholarni o‘zgarish koeffisiyenti chegarasini belgilash;

1.3. Rentabellik darajasi chegarasini belgilash;

1.4. Baholarni deklarasiya qilish;

1.5.Garantiyalangan xarid baholar (qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga).

II. Har xil norma va normativlar belgilash.

III. Tovarlar (xizmatlar)ni standartlash va sertifikasiyalash.

IV. Iqtisodiy richaglar (dastaklar yoki tayanchlar) – soliqlar, boj bojlari va to‘lovlari, bank foizlari, tariflar va h.k.

Baholarni chegaralash rivojlangan davlatlarda keng tarqalgan. Masalan: AQSh, Avstraliya, Italiya – 10% atrofidagi baholar, Yaponiya, Gresiyada – 20 %. Ayrim iste'mol tovarlari qaytida maksimal chakana bahosi yozib qo‘yiladi. Undan yuqorisiga sotish man etiladi.

Ular asosan ayrim iste'mol tovarlariga qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga, energoresurslarga, transport tashuvlariga va h.k. tarqatiladi.

Rossiyada, tabiiy monopoliyalar mahsulotlari va xizmatlariga, qimmatbaho metallar baholari, yuk tashish, ularni yuklash – tushirish tariflari, pochta va elektron aloqa xizmatalri tarifi, aholiga va xizmat baholari – gaz, elektroenergiya, yoqilg‘i, kommunal xizmat, passajir transport, ayrim iste'mol tovarlariga va h.k. tegishlidir.

Davlat baholarni tartibga solishni quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha amalga oshiradi:

- byudjet, pul-kredit va soliq siyosatlari orqali pul muomalasini tartibga solish yo‘nalishi bo‘yicha;

- iqtisodiyot tarkibini takomillashtirish va takror ishlab chiqarish jarayonini mutanosibligini ta'minlash;

- ijtimoiy, gumanitar, ekologik normalarni tasdiqlash;

- antimonopol siyosatni yurgizish;

- bevosita baholar, tariflarni normalashtirish, alohida tovarlar va xizmatlarga baholarni belgilash, kommunal xizmatlarga tariflar belgilash va ularni chegaralarini belgilash;

- tovarlar va xizmatlarni standartlash va sertifikasiyalash;

- tashqi iqtisodiy aloqalarni tartibga solish va hokazolar.

Baholarni tartibga solishni quyidagi usullarini ishlatish mumkin:

- huquqiy (qonunlar va qonuniy hujjatlarni qabul qilish);

- moliyaviy-iqtisodiy (soliqlar, boj to‘lovlari, imtiyozlar, kreditlar foizi, dotasiyalar, byudjet taqsimoti);

- ijtimoiy (ijtimoiy himoya, ijtimoiy garantiyani ta'minlash, minimal ish haqi, minimal ehtiyoj savati kabilarni ta'minlash, stipendiya, pensiya, nafaqalar belgilash);

- ma'muriy (ayrim tovarlar va xizmatlarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri baholarni

belgilash yoki chegaralash – pastki va yuqori chegaralarni tasdiqlash). Ushbu usullar bevosita va bilvosita ta’sir qilish yo‘nalishlari orqali amalga oshiriladi.

7.6. Baho va inflyasiya

Baho, baholashtirish mexanizmi to‘g‘risida so‘z yuritilganda bahoga ta’sir qiluvchi muhim omil sifatida inflyasiya to‘g‘risida to‘xtalib o‘tish juda zarur bo‘lib hisoblanadi.

> Inflyasiya – lotincha “***infiatio***” so‘zidan kelib chiqib ***bo‘rtmoq, bo‘rttirilish*** yoki ***shishish*** ma’nosini bildiradi.

Iqtisodiyotda inflyasiya pul birligini qadrsizlanishini, uning sotib olish qobiliyatini kamayishini, muomalaga pul massasini real taklifiga nisbatan ko‘p miqdorda ortib ketganligini anglatadi. Inflyasiya baholarni ko‘tarilishiga, qimmatchilikga olib keladi.

Inflyasiyani kelib chiqish tabiati muomaladagi tovarlar va pul (naqd va naqd bo‘lmagan) massasini o‘rtasidagi nomutanosiblik bo‘lib hisoblanadi. Pulning qiymati pasayadi, ekvivalent tovar ta’minoti ta’minlanmay qoladi.

Inflyasiya darajasi baholarni oyda yoki yilda necha foizga ortishi miqdori bilan belgilanadi.

Jahondagi iqtisodiyot amaliyotida inflyasiyani yillik darajasi 2-3% bo‘lishligiga yo‘l qo‘yilishi mumkinligi va bezararligi isbotlangan. Agar har oyda baholarni ko‘tarilishi bir necha foizni tashkil qilsa iqtisodiy muhit bo‘ziladi.

Baholarni o‘sish miqdori oyida 50,0 % dan ortib ketsa giperinflyasiya vujudga keladi.

Inflyasiyani real namoyon bo‘lishi ostida tovarlarni sifatini yaxshilanishi bilan bog‘liq bo‘lmagan holda bahoni o‘sishi yotadi. Bahoni o‘zgarishi jamiyatda yoki region miqiyosida chakana baholarni o‘zgarishini

o‘rtacha miqdori orqali hisoblanadi.

Inflyasiya iqtisodiyotdagi negativ hodisa bo‘lib, agar juda yuqori bo‘lsa iqtisodiy falokatga olib keladi.

Tayanch iboralar: baho, baholashtirish, tannarx, ijtimoiy zaruriy mehnat, o‘lchov birligi, xisob-kitob, rag‘batlantirish, taqsimot, inflyasiya, raqobat.

Takrorlash uchun savollar

1. Baho nima?
2. Baholashtirish deganda nima tushuniladi?
3. Baholashtirish bahodan nima bilan farq qiladi?
4. Pul nima?
5. Baho qanday funsiyalari bajaradi?
6. Bahoni turlarni ayting va tushunchasini yoritib bering?
7. Baholar qanday qilib davlat tomonidan tartibga solinadi?
8. Bahoga qanday omillar ta’sir ko‘rsatadi?
9. Tovarning ulgurji kalkulyasion bahosi qanday elementlardan iborat bo‘ladi?
10. Tovarning chakana kalkulyasion bahosi qanday aniqlanadi?
11. Sotuvchi bahosi, sotib oluvchi bahosi va bozor bahosini bir-biri bilan bog‘liqligini ayting va ular qaysi omillar orqali tenglashtiriladi?

VIII BOB. TALAB VA TOVAR TAKLIFI

8.1. Iste’mol tovarlariga talab

8.1.1. Ehtiyoj tushunchasi, tarkibi, uni o‘rganishning ahamiyati

Ehtiyoj tushunchasi insonni tashqi dunyoga bo‘lgan munosabatini bildiradi. Ehtiyoj shaxs, gurux, umuman jamiyatni hayot faoliyatini ta’minlaydigan moddiy, ijtimoiy, ruhiy borliqqa bo‘lgan ijtimoiy dunyoqarashi.

Ehtiyoj – inson ongida shakklangan moddiy, ma’naviy, ijtimoiy va ruxiy borliqqa bo‘lgan zaruriyat.

Ehtiyoj ikki xil tabiatga ega:

1. Biologik
2. Ijtimoiy

Chet el olimlari (A. Abraxam Maslou) fikricha inson ehtiyoji murakkab iyerarxik tarkibdan iborat bo‘ladi. Inson omilini o‘rganishda ehtiyoj tarkibidan kelib chiqib, uni aniqlab, unga mos boshqarish usullari ishlatilishi kerak.

Abraxam Maslou (1908- 1970) ehtiyoj nazariyasini, ya’ni «ehtiyoj piramidasi» ni ishlab chiqqan. Uning nazariyasiga binoan inson ehtiyoji murakkab iyerarxik tarkibda to‘zilgan bo‘lib, uni menejerlar aniqlab va unga mos usullar orqali ishlatishi zarur. Uning fikricha ehtiyoj quyidagicha tasniflanadi.

- Bazisli – oziq-ovqat, xavf-xatarsizlik, o‘zini ijobiy baholash va h.k.
- Kelib chiqqan meto-ehtiyoj – (haqiqatga, farovonlik) ijtimoiy hayotdagi tartib va birligi.

Bazis, ehtiyojlar – o‘zgarmas, doimiy.

Kelib chiqqan ehtiyojlar, o‘zgaruvchan.

Meta – ehtiyojlar bir xil baholanadi va iyerarxik tarkibda tuzilmaydi.

Bazis ehtiyojlari iyerarxik qoida bo‘yicha «pastdan» «yuqoriga» qarab ya’ni «moddiy»- «ma’naviy» ehtiyojlarga qarab baholanib boriladi:

- Fiziologik va siksual ehtiyojlar;

• Ekzistinsial (lot) so‘zning mazmuni, ma’naviy qarashni birlamchi deb qarash, idealistik dunyoqarashni anglatadi.

Bu yerda-yashashni xavsizligi; ertangi kunga ishonch; hayot tarzini (sharoitni) stabilligi; atrofdagi ijtimoiy ahvolni doimiyligi va tartibga solinishi; mehnatni, ishni ta’minlanishiga kafillikligi, tasodifiy holatlardan saqlanishi va h.k.

• Ijtimoiy ehtiyojlar biror narsaga, kishiga yaqinligi, kollektivga, guruhga, berilishi, boshqalarga g‘amxo‘rligi, o‘ziga qaratilgan e’tiborga muhtojlik, jamoat ishlarida qatnashish.

• E’tiborli (prestij) ehtiyojlar – yuqori «mansabdor» kishilar tomonidan xurmatlanishi, faoliyatda yuqori pog‘onaga ko‘tarilishi, ishda status (huquqi, o‘rni, obro‘yi, e’tibori), yuqori baholanishi, tan olinish, shaxsiy xususiyatni tan olinishi.

• Ma’naviy ehtiyojlar – ijodiyot orqali o‘z – o‘zini tanitish.

• Kengaytirilgan takror ishlab chiqarish jarayoni inson ehtiyoji bilan tig‘iz bog‘liq. Chunki ishlab chiqarish va iste’mol ehtiyojni tug‘diradi, taqsimot bilan ayriboshlash esa ehtiyojni qondirilish jarayonini tartibga soladi.

Ehtiyoj bir tomondan takror ishlab chiqarish fazalarini natijasi sifatida, ikkinchi tomondan ularni tebrantiruvchi, harakatlantiruvchi omil bo‘lib hisoblanadi.

Takror ishlab chiqarish jarayonida ehtiyoj tug‘iladi, qondiriladi, yo‘qoladi va yangidan yaraladi. Shu sababli ehtiyoj talab kategoriyasi talab orqali o‘rganiladi va prognoz qilinadi. Talab orqali insonlarning ehtiyoji namoyon bo‘ladi.

Umuman jamiyat miqiyosida biologik ehtiyojlar haqiqatda iyerarxik to‘zilishdan iborat bo‘lib, ularni son va sifat jihatdan o‘lchash mumkin.

Ushbu nuqtai nazardan ehtiyojni quyidagicha tavsiflash mumkin:

Absolyut ehtiyoj – iyerarxiyada birinchi darajadagi ehtiyoj – oziq – ovqat, nooziq-ovqat, uy – joy, ma’naviy, axborotlarga va h.k.

Haqiqiy ehtiyojlar – ikkinchi darajada; nisbiy xarakterga ega bo‘lib,

jamiyatda mavjud yoki ishlab chiqarishi mumkin bo‘lgan narsalar, real iste’mol byumlari.

Sotib olish qobilyatiga ega bo‘lgan ehtiyoj – uchinchi darajada – bular bor moddiy va tovar resurslari hamda aholining pul daromadlari bilan chegaralangan bo‘ladi.

Bu ehtiyoj talabda o‘z aksini topadi.

8.1.2. Talab tushunchasi, talabga ta’sir qiluvchi omillar, uni o‘rganish va prognozlash usullari

Talab iqtisodiy kategoriya bo‘lib ikki tomonlama xarakterga ega.

Birinchidan – sotib olish qobilyatiga egaligi.

Ikkinchidan – iste’mol xarakteriga egaligi.

Talab ehtiyojni namoyon bo‘lish shakli sifatida konkret mahsulotni soni va sifatiga qaratiladi, ya’ni konkret iste’mol qiymat qaratiladi.

Sotib olish qobilyati nuqtai nazardan talab bozorining elementi bo‘lib, qandaydir miqdordagi pul hajmini bildiradi.

Talab – pul bilan ta’minlangan ehtiyojni shaklidir.

Talab – pul bilan ta’minlangan ehtiyoj shakli sifatida uchta turga bo‘linadi:

1. Qondirilgan – aholiga zarur bo‘lgan, uning sotib olish qobilyatiga yarasha iste’mol tovarlari va xizmat bilan ta’minlanishi:

2. Qondirilmagan – tovarlar va xizmatlarni yetishmasligi, defitsit.

3. Shakllanayotgan – iste’molchilar tomonidan tovarlarva xizmatlarga qo‘yilayotgan (xususiyatiga, sifatiga, tashqi ko‘rinishiga va h.k.) yangi talablar majmuasi.

Talabga ko‘p omillar ta’sir qiladi. Ular har xil bo‘lib, butun bir tizimdan iboratdir. Ular quyidagi 8.1. va 8.2 chizmalarda keltirilgan.

8.1 - chizma

Talabga ta’sir qiluvchi omillar

Tasniflanish alomatlari	Omillarning turlari
I. Kelib chiqish tabiati bo‘yicha	1.1. Iqtisodiy 1.2. Ijtimoiy 1.3. Demografik 1.4. Tabiiy – iqlim sharoiti 1.5. Tarixiy – milliy
II. Talabga ta’sir qilish harakteri bo‘yicha	2.1. Umumiy 2.2. Maxsus (xususiy) xarakterdagi
III. Talabga ta’sir qilish darajasini o‘lchash, miqdorlash bo‘yicha	3.1. Bevosita (to‘g‘ridan – to‘g‘ri) 3.2. Bilvosita o‘lchanuvchi

8.2 - chizma

Omillarning namoyon bo‘lish alomatlari

1.1. Iqtisodiy -	Milliy daromadni miqdori, taqsimlanishi;aholining daromadi va aholi guruhlariga taqsimlanishi; bahoning miqdori; aholini ayrim tovarlar bilan ta’minlanganligi (avtomobil, televizor, xolodilnik, mebel).
1.2. Ijtimoiy -	Davlatning taqsimot siyosati; jamiyatni sosial tarkibi; aholining moddiy farovonligi; moda, estetik (did), iste’mol madaniyati.
1.3. Demografik -	Aholini soni, tarkibi; oila soni tarkibi; qishloq va shaxar aholisi; migrasion jarayon.
1.4. Tabiiy – iqlimiy -	Tabiiy- iqlimiy shart - sharoit
1.5. Tarixiy – milliy -	Milliy urf – odat; Mentalitet; Yashash tartibi va h.k.
2.1. Umumiy -	Aholini daromadi; Xarajatlari; Aholini soni; Baho.
2.2. Maxsus (xususiy) -	Ayrim tovarlarga talabni shakllantiruvchi omillar. Masalan:

	uy – joy qurulishi; elektrlashtirish; gazlashtirish; suv ta’minoti va h.k.
3.1. Bevosita -	Bunga yuqorida keltirilgan ta’sir darajasini o‘lchash mumkin bo‘lgan omillar
3.2. Bilvosita -	Moda, iste’molchilarni hulqi; hobbiysi va h.k.

Talabni o‘rganish va prognozlash uchun har xil usullar tizimidan foydalaniladi. Ularga:

- Oddiy ekstropolyasiya usuli;
- Iqtisodiy – matematik modellashtirish usullari;
- Normativ usullar;
- Eksport baholash usuli.

Oddiy ekstropolyasiya usuli talabni tovar guruxlari bo‘yicha ko‘p yillik dinamikasini o‘rganish, tendensiyalarini aniqlab kelajakka ularni o‘tkazish.

Uni amalga oshirish uchun talabni o‘zgarish koeffisiyenti aniqlanadi (Kitt)

$$K_{itt} = \Delta t_{pi}\ \Delta T_{ji} : \Delta T_{o'i}$$

ΔT_{pi} – rejalashtirilgan yilga talabni o‘sish sur’ati, i – tovar guruxi bo‘yicha;

ΔT_{ji}- joriy yilni o‘tgan yilga nisbatan o‘sish tempasi, i – tovar guruxi bo‘yicha;

$\Delta T_{o'i}$ – o‘tgan yillar (M: 3-5 yil) o‘rtacha o‘sish sur’ati, i - tovar guruxi bo‘yicha.

Oddiy ekstropolyasiya usuliga elastiklik koeffisiyentini aniqlash usuli ham kiradi. (K_E)

Elastiklik koeffisiyenti talabni biron bir omil ta’sir ostida qancha foizga o‘zgarish miqdorini ko‘rsatadi. M: aholi daromadi, tovar taklifi

$$K_E = \frac{U_1}{U_6} : \frac{X_1}{X_6} = \frac{\Delta U}{\Delta X}$$

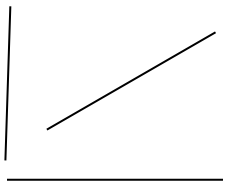
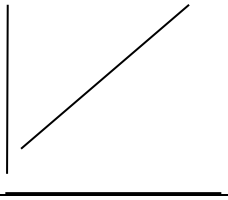
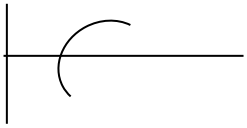
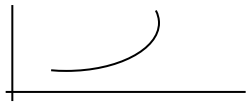
Bu yerda: **U_1; U_6** – jon boshiga to‘g‘ri kelgan tovar aylanishi, joriy va bazis yiliga;

X_1; X_6 – jon boshiga to‘g‘ri kelgan aholining daromadi, joriy va bazis yiliga.

Talabni iqtisodiy matematik modellashtirish usullarining turlari 8.3 chizmada keltirilgan.

8.3 – chizma.

Iqtisodiy matematik modellashtirish usullari

Funksiyalar nomi	**Funksiyalarni matematik tuzilishi**	**Bog‘liqlikni grafik ko‘rinishi**
I. Trend modeli (juft regressiya)		
1.1. To‘g‘ri chiziqli model	U = a+vt	
1.2. Egri chiziqli model	Ye= $\frac{R}{I + ac^{bt}}$	
II. Regression modellar		
2.1. To‘g‘ri chiziqli ko‘p faktorli model	U =a_o+a_1x+a_2x_2+…+a_nx_n	
2.2. Egri chiziqli ko‘p faktorli modellar:		
2.2.1. Parabollik	U=a_0+a_1x_1+$a_2x_2^2$+…+$a_px_p^p$	
2.2.2. Darajalik	U= $a_0x_0^{a_0} + a_1x_1^{a_1} + a_2x_2^{a_2} + ... + a_nx_n^{a_n}$	

8.1.3. Aholining daromadlari va xarajatlari balansi

Savdo korxonalari faoliyatini o‘rganishda, talab va taklifni

muvofiqlashtirishda, ularni prognoz qilishda, aholining daromadlari va xarajatlarini o‘rganish katta ahamiyat tutadi. Chunki talabning iqtisodiy asosini aholining daromadlari va xarajatlari tashkil qiladi.

Shu sababli aholining daromadlar va xarajatlari balansi tuziladi.

Quyida aholi daromadlari va xarajatlari to‘g‘risida respublikamizdagi xolat to‘g‘risida qisqacha ma’lumot beramiz.

Mamlakatimizda aholini samarali muhofaza qilishga yo‘naltirilgan maqsadli chora-tadbirlar hamda yuqori iqtisodiy o‘sish va bandlik sur’atlari aholi farovonligini oshirishni ta’minlamoqda.

Aholi real daromadlarining oshishida asosiy omil bo‘lib, makroiqtisodiy sharoitning qulayligi, iqtisodiy o‘sishning tez sur’atlarda oshishi, inflyasiyaning sezilarli darajada pasayganligi, iqtisodiyotdagi tarkibiy o‘zgarishlar va aholini aniq ijtimoiy himoya qilishning kuchayganligi hisoblanadi.

Aholi daromadlari – bu alohida shaxs yoki oila (uy xo‘jaligi) tomonidan turli manbalardan ma’lum davr mobaynida olinadigan va iste’mol, jamg‘arma, turli yig‘im va soliqlarga sarflanadigan pul va natural tushumlar majmuidir. Aholi daromadlari asosan pul daromadlari va natural shakldagi daromadlardan tashkil topadi. Bozor munosabatlari rivojlanib borgan sari aholi pul daromadlarining salmog‘i sezilarli darajada oshib, uning tarkibiy tuzilishi ham takomillashib boradi (8.1-rasm).

Aholi daromadlari darajasiga baho berish uchun nominal va real daromad tushunchalaridan foydalaniladi.

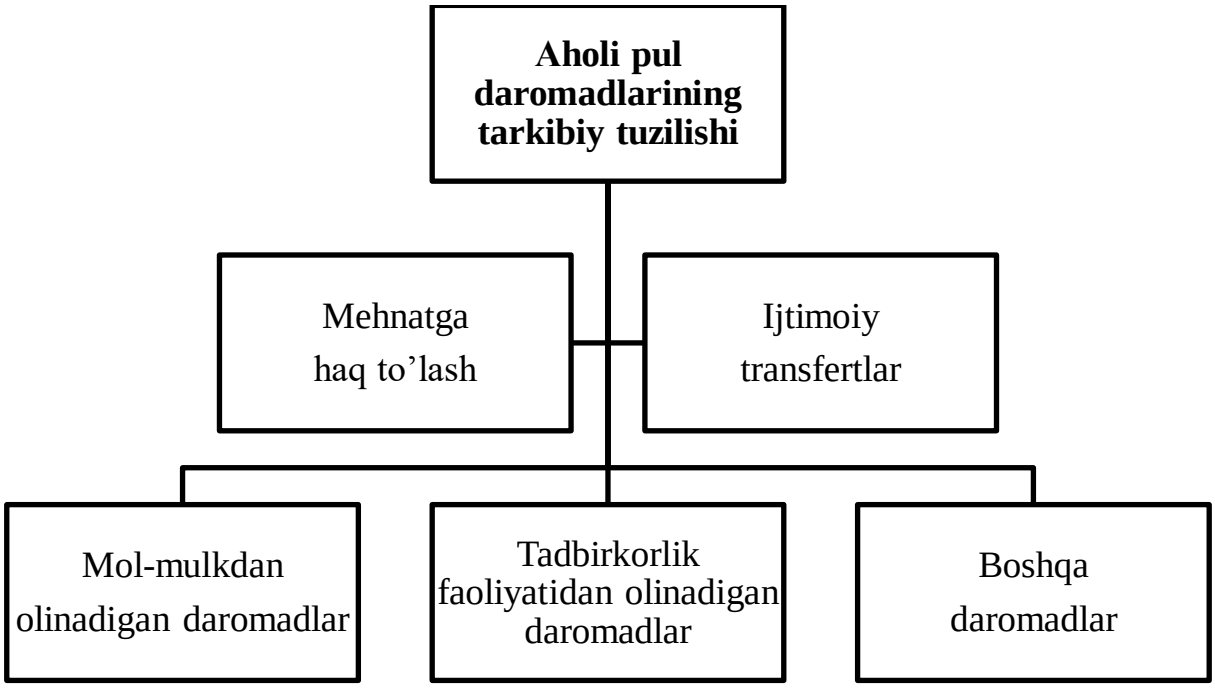
Aholi pul daromadlari – ish haqi, tadbirkorlik faoliyatidan olinadigan daromad, nafaqa, pensiya, stipendiya shaklidagi barcha pul tushumlarini, mulkdan foiz, dividend, renta shaklda olinadigan daromadlarni, qimmatli qog‘ozlar, ko‘chmas mulk, qishloq xo‘jalik mahsulotlari, hunarmandchilik buyumlarini sotishdan va har xil xizmatlar ko‘rsatishidan kelib tushadigan daromadlar.

Natural daromad – mehnat haqi hisobiga olinadigan va uy xo‘jaliklarining o‘z iste’mollari uchun ishlab chiqargan mahsulotlari.

Nominal daromad – aholi tomonidan ma’lum vaqt oralig‘ida olingan

daromadlarining pul ko‘rinishidagi miqdori.

Real daromad **–** narx darajasi o‘zgarishini hisobga olib, aholining ixtiyorida bo‘lgan daromadga sotib olish mumkin bo‘lgan tovar va xizmatlar miqdori bo‘lib, real daromad aholining ixtiyorida bo‘lgan daromadning xarid quvvatini bildiradi.



8.1 - rasm.

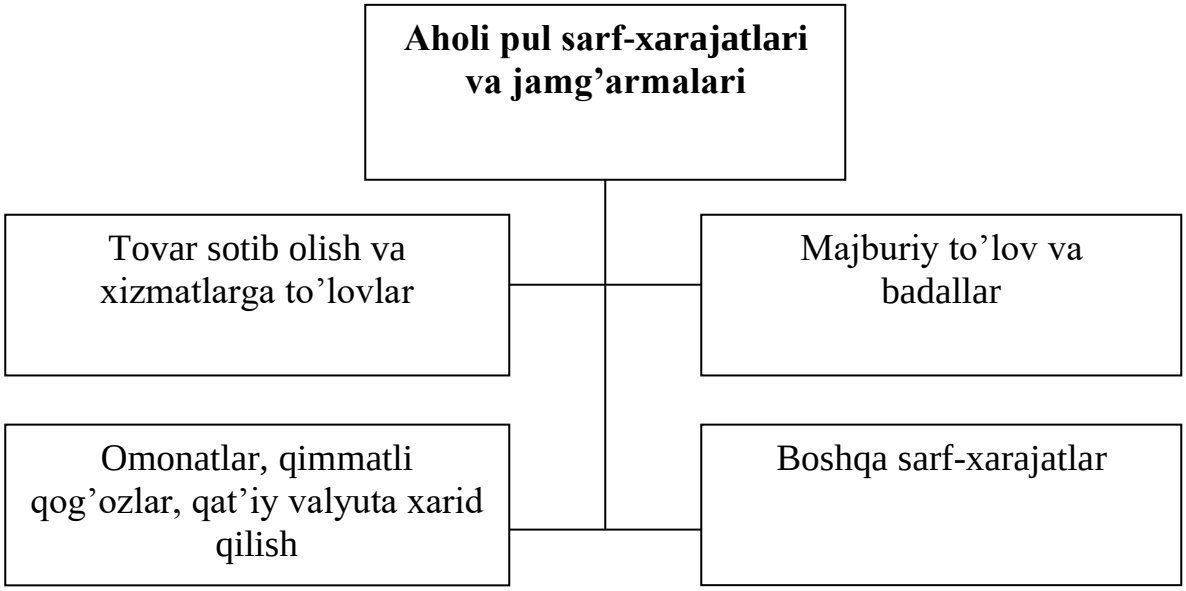
Ish haqi va aholi real daromadlarining ahamiyatli darajada o‘sishi milliy iqtisodiyotning barqaror sur’atlarda rivojlanishi bilan bir qatorda tashqi savdo va eksport sohasidagi faoliyatning samaradorligiga ham bog‘liq.

So‘nggi yillarda ish haqi, pensiya, stipendiya va nafaqalar miqdorini oshirish, jismoniy shaxslar daromadidan olinadigan soliq stavkalarini kamaytirish, inflyasiya darajasini pasaytirish bo‘yicha ko‘rilgan chora-tadbirlar natijasida aholining yalpi va real daromadlari sezilarli ravishda oshdi, uning xarid qobiliyati barqaror sur’atda o‘sib bormoqda.

Aholining uzoq muddatli foydalanishga mo‘ljallangan sanoat tovarlarini xarid qilish bo‘yicha xarajatlari sezilarli darajada o‘sdi. Bunday sharoitda aholining o‘sib borayotgan to‘lov qobiliyati bilan mamlakatimiz

korxonalarida ishlab chiqarilayotgan iste’mol tovarlari hajmi o‘rtasida ichki bozorda mutanosiblikni ta’minlash, bunday mahsulotlar turini kengaytirish, bozorlarimizni ular bilan ishonchli tarzda to‘ldirib borish alohida ahamiyat kasb etadi. Chunki, aholining turmush farovonligi ko‘p jihatdan uning oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta’minlanganlik darajasiga bog‘liq bo‘ladi. Mazkur masalani hal etishda ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarish uchun keng imkoniyatlar yaratish, dehqon va fermer xo‘jaliklari faoliyatlaridan yanada samarali foydalanish zarur bo‘ladi.

Aholi turmush darajasiga uning pul sarf-xarajatlari va jamg‘armalari tarkibi hamda ular o‘rtasidagi nisbat ham sezilarli darajada ta’sir ko‘rsatadi. Umumiy holda aholi pul sarf-xarajatlari va jamg‘armalari tarkibi tovar sotib olish va xizmatlarga to‘lovlar, majburiy to‘lov va badallar, omonatlar, qimmatli qog‘ozlar, qat’iy valyuta xarid qilish va boshqa sarf-xarajatlardan iborat bo‘ladi (8.2-chizma).



8.2-chizma

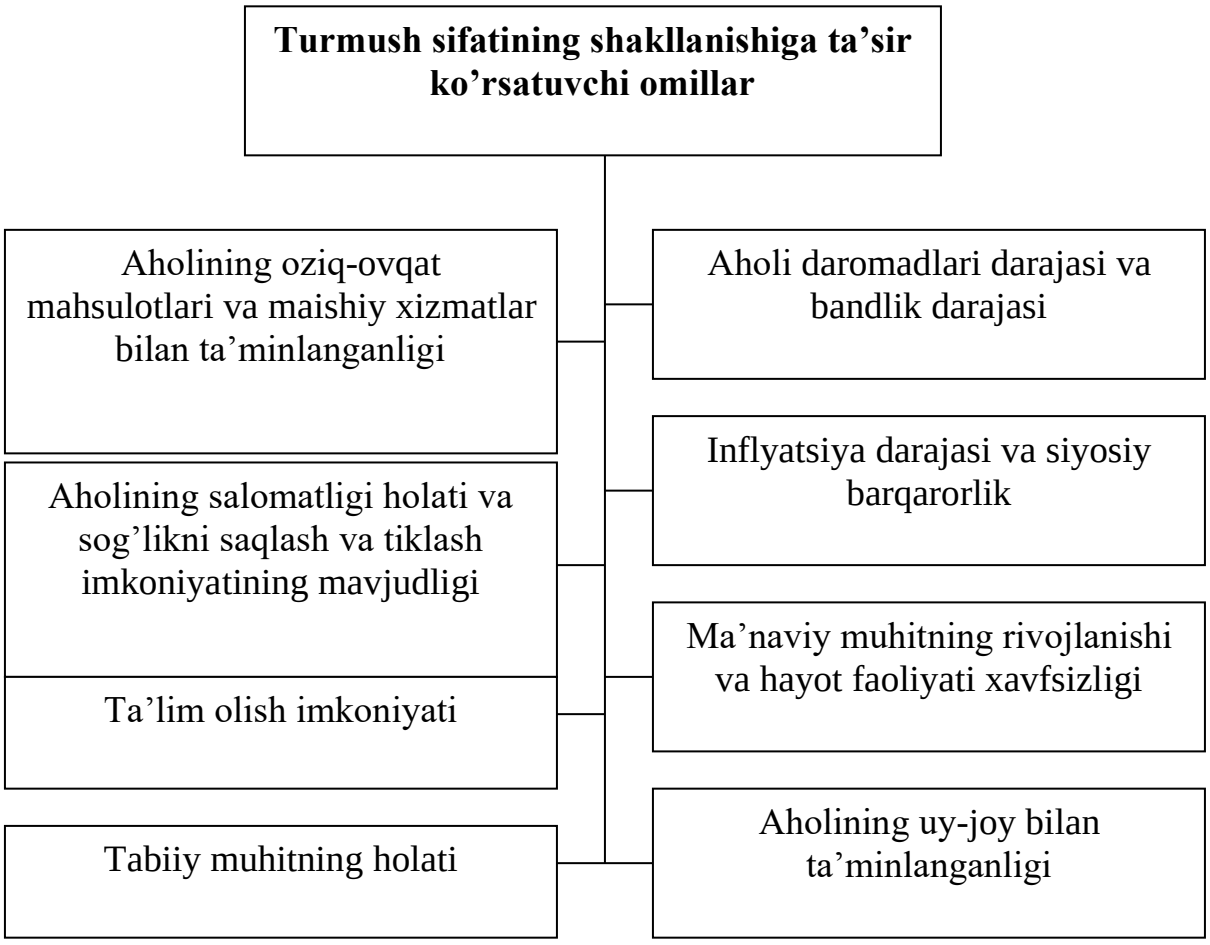
Ijtimoiy ehtiyojlarni qondirish jarayoni aholi hayot faoliyati uchun sharoitlar yaratadi. Bu sharoitlar «turmush sifati» tushunchasi bilan tavsiflanadi.

Turmush sifati – jamiyat farovonligi darajasini namoyon etuvchi va mohiyatiga ko‘ra uning o‘lchovi hisoblanuvchi tushuncha.

Turmush sifati ko‘plab omillar ta’sirida shakllanadi (8.3-rasm).

Aholi turmush darajasini yaxshilash va ularga qulayliklar yaratish jarayonida xonadonlarni gazlashtirish va aholi uchun yetkazib beriladigan tabiiy gaz narxini belgilash masalasi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Respublikamizga yetkazib berilayotgan tabiiy gaz qo‘shni davlatlarga nisbatan arzon narxlarda yetkazib beriladi. Masalan, aholiga 1 ming m^3 hajmdagi tabiiy gazni sotish uchun Qirg‘izistonda 309 dollar, Tojikistonda 303,5 dollar, Qozog‘istonda 100-140 dollar, O‘zbekistonda esa 30 dollar narx belgilangan. Aholining daromadlari va xarajatlari asosida uning xarid fondi aniqlanadi.

Aholining harid fondi deb – aholi daromadlarining iste’mol tovarlari sotib olishga ajratilgan qismi tushuniladi.



8.3-chizma

8.2. Iste’mol tovarlariga taklifning shakllanishi

8.2.1. Iste’mol tovarlari taklifi tushunchasi

Bizlar faqat iste’moltovarlari taklifi to‘g‘risida fikr yuritamiz. Jamiyatda taklifni boshqa turlari ham mavjud. Ularni inson, jamiyat ehtiyojlaridan kelib chiqib turlash mumkin. Masalan:

I. Ishlab chiqarish vositalari taklifi: a) mehnat qurollari taklifi;
b) ishchi kuchi taklifi.
II. Moliyaviy resurslar taklifi;
III. Ma’naviy ehtiyojlarni qondiruvchi takliflar;
IV. Ruhiy ehtiyojlarini qondiruvchi takliflar;
V. Xavfsizlikni, mudofani ta’minlovchi;
VI. Dunyo okeani, kosmosni o‘rganishni ta’minlovchi;
VII. Ekologik muhitni saqlovchi;
VIII. Boshqa xizmatlar taklifi.

Umuman olganda taklif – tarixiy-iqtisodiy kategoriya.

Iste’mol tovarlari taklifi deganda sotishga mo‘ljallangan, bozorga keltirilgan, u yerda to‘rgan va keltirilishi mumkin bo‘lgan tovarlar massasini tushinamiz. Ya’ni uning qiymati, miqdori va assortimenttini ko‘z oldimizga keltirishimiz kerak.

Iste’mol tovarlari taklifi aholini iste’mol tovarlariga bo‘lgan talabini qondirishni ashyoviy (natural) asosini tashkil qiladi.

Iste’mol tovarlari taklifi o‘zining xajmi va tarkibi bo‘yicha aholining shaxsiy ehtiyojini qondirishga qaratiladi.

Iste’mol tovarlari taklifi tushunchasi bilan bozor sig‘imi degan ko‘rsatkich tig‘iz bog‘liq.

Bozor sig‘imi deganda qandaydir davrda (kun, oy, yil) bozorda sotilishi mumkin bo‘lgan tovarlar qiymatini puldagi ifodasi tushiniladi.

Shunday qilib, bozor sig‘imi iste’mol tovarlari taklifini qiymat miqdorini anglatadi. U faqat qiymat ko‘rsatkichida ifodalanadi.

Iste’mol tovarlari taklifi biron bir vaqt davriga qiymat (so‘m),naturil va nisbiy (kunlar) ko‘rsatkichlar orqali hisobga olinadi, tahlil qilinadi,

rejalashtiriladi va kelajakka bashorat qilinadi. Iste’mol tovarlari taklifini aholiga sotish uchun mo‘ljallangan qismi bozor fondi deb ataladi. Uning hajmi iste’mol bozoriga har xil manbalardan kirgan tovarlarning miqdori va tovarlar zahirasi bilan belgilanadi.

8.2.2. Iste’mol tovarlari taklifining manbalari va tavsifi

Istemol tovarlari taklifini shakllanishi hudud, viloyat, davlat miqqiyosi bo‘yicha, ularni yaratish va kelish manbalari nuqtai nazardan o‘rganiladi.

Iste’mol tovarlari taklifini manbalariga quyidagilarni kiritish mumkin.

1. Tabiat tomonidan yaratilgan (yer, suv, tabiiy boyliklar yoki tabiiy qazilmalar).
2. Ishlab chiqarish. Sanoatning barcha turlari. Bu yerda katta sanoat korxonalari (og‘ir, yengil, oziq-ovqat sanoati) e’tiborga olinmoqda.
3. Qishloq xo‘jaligi maxsulotlari tayyorlab beruvchilar
4. Ishlab chiqarish va qishloq xo‘jaligi sohasidagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari, firmalari va mikrofirmalar.
5. Qishloq va shahar aholisini tarmorqa, dacha xo‘jaligi.
6. Chet el, boshqa hudud, viloyatlardagi (yuqorida keltirilgan) besh guruhda yaratilgan mahsulotni yetkazuvchilar.

Keltirilgan manbalar umumlashtirilgan tarzda berilmoqda. Ushbu manbalar mulk shakliga, tarkibiy tuzulmasiga qarab (masalan, vazirlik, idoralar, uyushmalar kabi), yana har xil shakldagi manbalarga tavsiflanishi mumkin. Iste’mol tovarlari taklifi manbalari, assortimentti, ishlatilish yo‘nalishlari bo‘yicha turlarga bo‘linadi (8.3-jadval).

8.3- jadval.

Iste’mol taklifini tasniflanishi

Tasniflanish alomatlari	Iste’mol tovarlari taklifi
I. Manbalari bo‘yicha	Tabiiy ne’matlar Ishlab chiqarish Qishloq xo‘jaligi

	Kichik biznes Aholining tomorqa xo‘jaligi Import
II. Assotimenti bo‘yicha	Oziq-ovqat tovarlari Nooziq-ovqat tovarlari
III. Ishlatilish yo‘nalishlari bo‘yicha	Iste’mol tovarlari bozorida qayta ishlab chiqarishga Ishlab chiqarish iste’moliga Natural to‘lovlarga (qishloq xo‘jaligida) Davlat rezevlari Davlat byudjeti tashkilotlari fondlari Eksport Tovar zahiralari

8.2.3. Iste’mol tovarlari taklifini rejalashtirish

Iste’mol tovarlari taklifini jamiyatda, region va hududlar miqiyosida rejalashtirish, talab bilan muvofiqlashtirish iqtisodiy usullar orqali xisob kitob qilish, uni harakatini, yo‘nalishlarini tartibga solish davlatning har xil organlari tomonidan amalda qo‘llaniladi.

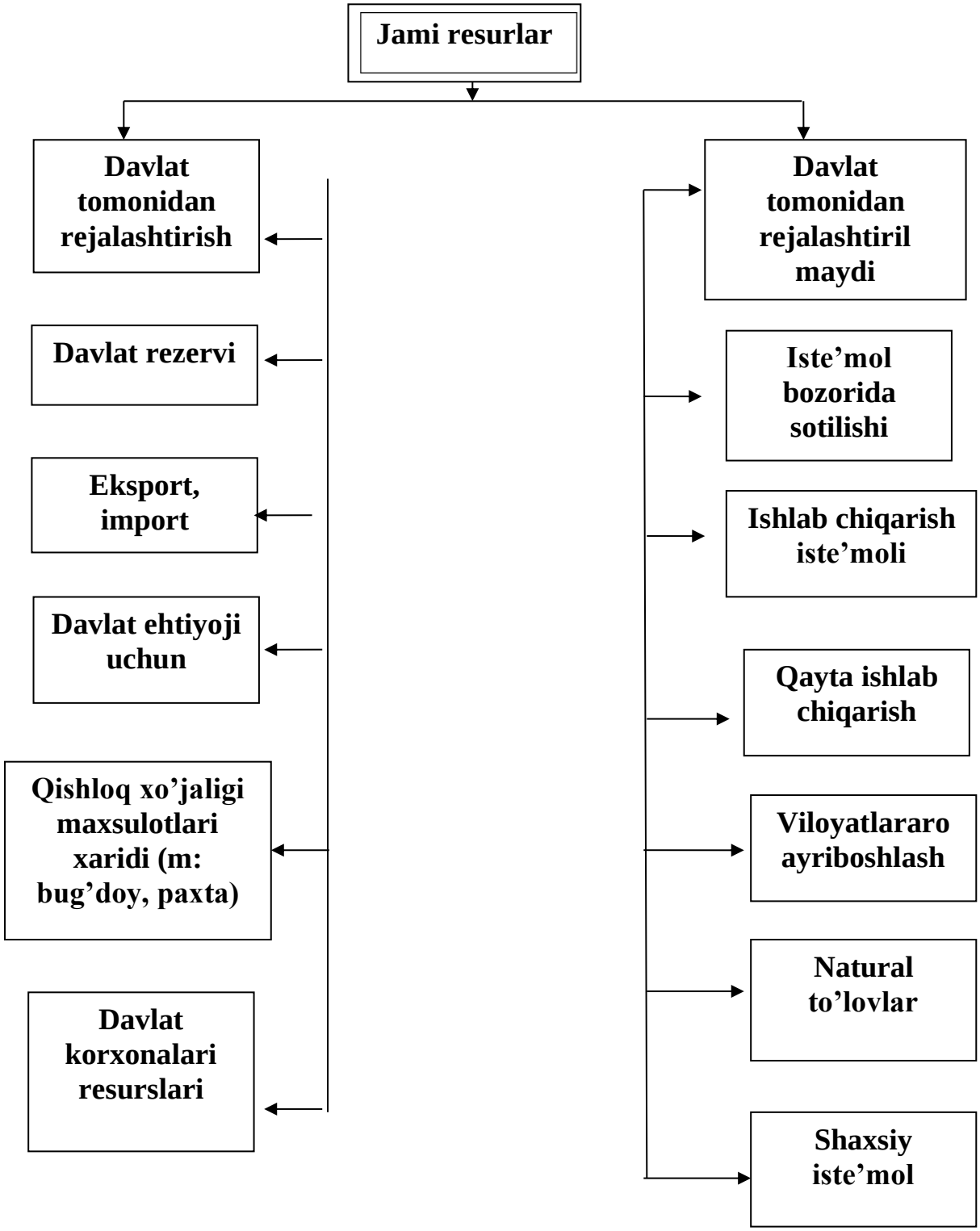
Buning uchun asosan sanoat maxsulotlari, qishloq xo‘jaligi maxsulotlari, talab va taklif balanslaridan keng qo‘llaniladi.

Balansni tuzishda texnik-iqtisodiy hisoblar, normativlardan foydalaniladi. Balanslar maxsulotlari assortimenttlari bo‘yicha natural va qiymat ko‘rsatkichlarda ishlab chiqiladi. Balanslar ikki qismdan iborat bo‘lib, bir (chap) tomonidan resurslar, ikkinchi (o‘ng) tomonida ularni ishlatilishi aks topadi.

Viloyat va respublika miqyosida iste’mol tovarlari assortimenti bo‘yicha hamda alohida qishloq xo‘jaligi maxsulotlari turlari bo‘yicha balanslar tuziladi. Resurslarni davlat tomonidan rejalashtirilishi nuqtai nazaridan quyidagicha tavsiflash mumkin (8.4 – chizma)

8.4 – chizma.

Resurslarning tavsifi



Tayanch iboralar: Ehtiyoj, talab, biologik ehtiyoj, ijtimoiy ehtiyoj, biznesli ehtiyoj, kelib chiqqan ehtiyoj, meta ehtiyoj, sotib olish qobiliyati, minimal savatcha, aholining daromadlari, aholining xarajatlari, iste'mol byudjeti, tovar taklifi, tovar resurslari, tovar ta'minoti, bozor fondi, bozor sig'imi, balans, zaxira, norma, normativlar.

Takrorlash uchun savollar

1. Ehtiyoj nima?
2. Ehtiyojning turlarini ayting?
3. Talab tushunchasini ayting?
4. Talabni ehtiyojdan qanday farqi bor?
5. Talabning qanday turlari bor?
6. Talabga qanaqa omillar ta'sir qiladi?
7. Talabni o'rganish va prognozlashni qanday usullari bor?
8. Aholining minemal iste'mol savatchasi nimani bildiradi va qanday hisob kitob qilinadi?
9. Aholining daromadlari va xarajatlari balansini tushuntiring?
10. Taklif deganda nimani tushinasiz?
11. Taklif qanday turlanadi?
12. Taklifni manbalarini ayting?
13. Taklifni qaysi turlari rejalashtiriladi?
14. Taklifni rejalashtirishda qanday usullardan foydalaniladi?
15. Moddiy ballanslarni qanday turlari bor?
16. Iste'mol tovarlari balansi qanday ko'rsatkichlarni o'z ichiga oladi?
17. Qishloq xo'jaligi maxsulotlari balansi qanday ko'rsatkichlardan tashkil topadi?
18. Talab va taklif ballansi sxemasini chizing.

IX BOB. CHAKANA TOVAR AYLANISHI

9.1. Chakana tovar aylanishi tushunchasi va ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati

9.1.1. Chakana tovar aylanishi tushunchasi va uning tarkibi

Chakana tovar aylanishining mohiyatini asosida tovar muomilasida mavjud bo‘lgan munosabatlar yotadi.

Tovar muomilasi to‘g‘risida fikr yuritganda, uning negizida ikki tomonli munosabat yotganligini ko‘ramiz. Bir tomonda – sotuvchi, tovar egasi, uning maqsadi tovarni sotish, ikkinchi tomondan sotib oluvchi, ya’ni aholi, qo‘lida qandaydir miqdorda tovarni sotib olish uchun ekvivalent pul bor, tovarni sotib olish uchun talabi mavjud subyektga, agar ikkala intilish, tovarni sotish va sotib olish bir – biriga munosib bo‘lib qolsa, oldi – sotdi jarayoni amalga oshadi va tovar pulga almashadi. Ushbu jarayon tovar aylanish kategoriyasida o‘z ifodasini topadi. Bu jarayonda tovar bilan aholini sotib olish qobiliyati, ya’ni aholini mavjud daromadi tovarga almashib ketadi va ikkala aytilgan kategoriyalar yo‘qolib, ya’ni ikkita kategoriya vujudga keladi.

Ular bir tomondan aholining puli – savdogar mahsulotning sotish natijasiga, tovar esa ayriboshlash jarayonidan chiqib, iste’mol jarayoniga tovarlik xususiyatini yo‘qotib iste’mol ne’matiga aylanadi. Aholi tomonidan iste’mol qilish jarayoni boshlanadi. Tovar ijtimoiy mohiyatini yo‘qotib, iste’molchining shaxsiy mulkiga aylanadi. Ushbu munosabat natijasini statistik ko‘rsatkichi orqali izhor qilish mumkin. Bunday ko‘rsatkich sifatida chakana tovar aylanishi kabi statistik qiymat ko‘rsatkich hisoblanadi. Ushbu munosabatlar jarayonida aholi tovar ayriboshlashni ham obyekti ham subyekti sifatida, ya’ni obyekt iste’molchi, subyekt sotib oluvchi bo‘lib qatnashadi.

Chakana tovar aylanishidek statistik qiymat ko‘rsatkichining mazmunini chuqurroq ko‘rib chiqamiz.

Aholiga sotilgan tovarlarning qiymati tovar ayriboshlash jarayonidan iste’molga o‘tgan moddiy ne’matlarning qiymatini puldagi ifodasi, chakana tovar aylanishning aholiga sotilgan hajmini ifoda qiladi. U qandaydir tovarlar miqdorini (q) tegishli baholarda (p) aholining

puliga ayriboshlanishini anglatadi. Bunda chakana tovar aylanishi aholiga sotilgan miqdori quyidagi statistik formula bilan ifodalanadi:

ChTA=Σqp

Chakana tovar aylanishi dinamik jarayon bo‘lib, o‘zluksiz davom etadi. U doimo takrorlanib turadi va takror ishlab chiqarish jarayonini bir etapi hisoblanadi. Bu jarayon aholi iste’molini kengayib va ortib borishini ifodalaydi.

Aholining shaxsiy ehtiyojini qondirish uchun zarur bo‘lgan moddiy ne’matlarning asosiy qismi ularga savdo orqali yetkaziladi.

Aholi iste’mol qiladigan tovarlar massasining son miqdori va sifat tavsifi chakana tovar ayriboshlash ko‘satkichlari orqali namoyon bo‘ladi.

Iste’mol tovarlarini ishlab chiqarishdan aholiga yetkazish jarayoni tovar muomilasi qonunlari ta’siri ostida amalga oshiriladi (qiymat, qo‘shimcha qiymat, talab va taklif qonunlari). Shu sababli chakana tovar aylanishi aholi pul daromadlarini tovarga almashtirish yo‘li bilan tovarlar harakatining oxirgi boqichi – tovar ayiboshlashdan shaxsiy iste’molgacha bo‘lgan jarayondagi iqtisodiy munosabatlarni anglatadi. Bu chakana tovar aylanishining iqtisodiy mazmunini tushuntiradi.

Chakana tovar aylanishi – iste’mol tovarlarining aholiga va boshqa iste’molchilarga, ularni ehtiyojlarini qondirish uchun sotilish miqdorini puldagi ifodasidir.

Chakana tovar aylanishi tovar ayriboshlash jarayonini oxirgi bosqichida namoyon bo‘lib, unda tovarlarning iqtisodiy kategoriya sifatidagi mazmuni o‘zgaradi.

Tovarlar iste’mol fondini real shakliga aylanadi, ayriboshlash jarayonidan chiqib ketadi va iste’molchining mulkiga aylanadi.

Aholi o‘zining iste’mol tovarlariga bo‘lgan ehtiyojini nafaqat yakka tartibda, balki jamoa bo‘lib iste’mol qilishning har xil shakli orqali ham qondiradi. Bunda tovarni sotib oluvchi sifatida har xil korxonalar, tashkilotlar qatnashadi (dam olish maskanlari, kasalxonalar, bolalar bog‘chalari, boshqa korxona, tashkilot va muassasalar). Ular tovarlarga bo‘lgan ikqilamchi, joriy xo‘jalik ehtiyojlarini qondirish uchun tovarlar sotib olishadi.

Chakana tovar aylanishining bunday shakllangan qismi mayda

ulgurji tovar aylanishi deb ataladi va chakana tovar aylanishi miqdorida ko‘p emas – 5% atrofida bo‘ladi.

Shunday qilib, chakana tovar aylanishi tovarlarni pulga aylantirish jarayonida vujudga keladi. Bu jarayonda tovar egasi tovarlarni boshqa jismoniy yoki huquqiy shaxsga pulga sotadi.

Chakana tovar aylanishi savdo korxonalarining asosiy ko‘rsatkichlaridan biridir.

Chakana tovar aylanishi iqtisodiy kategoriya hisoblanadi va tovar ayriboshlash jarayonidagi iqtisodiy munosabatlarni natijasidir.

Chakana tovar aylanishi bir tomondan savdo korxonalari faoliyatining natijasi, ularni ijtimoiy – iqtisodiy samaradorligini, ikkinchi tomondan aholining sotib olish qobiliyatini real moddiy ne’matlarga aylanishini ko‘rsatadi, ya’ni aholini moddiy farovonligi ko‘rsatkichi sifatida namoyon bo‘ladi.

Shunday qilib, chakana tovar aylanishi bir tomondan sotilgan tovarlar massasi miqdoridir (puldagi ifodasi), ikkinchi tomondan aholining tovar sotib olish uchun pul xarajatlarining miqdoridir.

Chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichi miqdor – son jihatdan va sifat tavsifiga egadir. Chakana tovar aylanishi miqdori, ya’ni son jihati – sotilgan tovarlarni puldagi miqdori bo‘lsa, sifat jihati uning assortiment tarkibidir, ya’ni uning umumiy hajmida alohida tovar guruhlarining hissasi (foizlarda) bilan belgilanadi.

Chakana tovar aylanishi miqdori (xajmi) tarkibini aniq ajrata bilish zarur.

Chakana tovar aylanishi miqdori – biron bir davrga(kun, oy, kvartal, yil) savdo shaxobchalarining (umumiy ovqatlanish shaxobchalarining) bank yoki kassaga topshirgan naqt puli va pulsiz-mayda ulgurji tovar aylanishi hajmidan iborat.

Chakana tovar aylanishi tarkibi – xar hil tovarlarni sotish turlaridan iborat. Chakana tovar aylanishi tarkibi aholiga, ayrim muassasa, korxona va tashkilotlarga rasmiy hisobga olingan savdo (umumiy ovqatlanish) shaxobchalari, narsalar bozorlari, oziq – ovqat bozorlari (dehqon) va universal bozorlar orqali tovarlarni sotilish miqdori bilan shakllanadi.

9.1.2. Chakana tovar aylanishi tasnifi

Chakana tovar aylanishi quyidagicha tasniflanadi.

I. Mulk shakli bo‘yicha:

1.1. Davlat savdo korxonalari.

1.2. Matlubot korperasiyasi.

1.3. Xususiy savdo korxonalar.

1.4. qo‘shma mulk korxonalari.

1.5. Yakka tartibdagi xo‘jaliklar.

1.6. Aksioner jamiyatlari.

II. Savdo bilan shug‘ullanuvchi korxonalari turlari bo‘yicha:

2.1. Chakana savdo shaxobchalari.

2.2. Umumiy ovqatlanish korxonalari.

2.3. Firma magazinlari.

2.4. Dexqon bozori.

2.5. Tashkil qilinmagan bozor.

2.6. Komission savdo.

III. Chakana tovar aylanishi tarkibidagi assortimenttlar bo‘yicha:

3.1. Oziq – ovqatlar.

3.2. Nooziq – ovqatlar.

IV. Oldi sotdi munosabatlari bo‘yicha:

4.1. Naqt pul orqali.

4.2. Pulsiz aloqalar.

4.3. Bank cheklari orqali.

4.4. Kredit yoki elektron kartochkalari orqali.

4.5. Kreditga sotish.

9.1.3. Chakana tovar aylanishi ijtimoiy – iqtisodiy ahamiyati

Chakana tovar aylanishi jamiyatining ijtimoiy – iqtisodiy rivojlanishining asosiy ko‘rsatkichlaridan biri. U orqali ishlab chiqarilgan, keltirilgan (maxsulotlar) tovarlar qiymatini va iste’mol qiymatini jamiyat tomonidan tan olinganligi izhor qilinadi. Oldi-sotdi jarayonida tovar aytiboshlashni oxirgi bosqichi bo‘lib unda butun tovarlarni ishlab chiqarish va ayriboshlash bilan bog‘liq bo‘lgan

xarajatlar pul shaklida qaytariladi. Shu sababli sanoat korxonalari qishloq xo‘jalik subyektlari, transport va savdo tashkilotlari o‘z faoliyatini takrorlash imkoniyatiga ega bo‘ladi, ya’ni takror ishlash jarayoni doimiy jarayonga aylanadi.

Tovarlarni 80-90% savdo korxonalari orqali sotiladi.

Chakana tovar aylanishi jamiyatning pul muomalasi jarayoniga ta’sir qiladi. Jamiyatdagi pul tushumining ko‘p qismi chakana savdoda tovarlar oldi sotdi jarayonida qatnashadi.

Chakana tovar aylanishi jamiyatning pul muomalasi jarayoni bilan chambarchas bog‘liq, naqt pulning 70-80% chakana tovar aylanishida o‘z aksini topdi. Pul emissiyasi chakana tovar aylanishi bilan bog‘liq, chakana tovar aylanishi o‘sishi yoki kamayishi kassalarga pul tushumlariga tegishlicha ta’sir qiladi.

Chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichi jamiyatdagi ayrim mutonosibliklar (proposiyalar)ni ta’minlashga ta’sir qiladi.

Tovar va pulni ayriboshlash jarayonini normal holda tashkil qilish bir tomondan bozorga chiqarilgan tovarlarning miqdori va tarkibiga, ikkinchidan, aholining xarid fondi miqdoriga va talabning tarkibiga bog‘liqdir.

Davlat byudjetiga tushumlarni ko‘p qismi chakana tovar aylanishi orqali ro‘yobga chiqariladi.

Chakana tovar aylanish miqdorida ishlab chiqarish va iste’mol, talab va taklifni muvofiqlanishi o‘z aksini topadi.

Chakana tovar aylanishi hajmi savdo korxonalarining daromad va foydasining miqdoriga to‘g‘ridan – to‘g‘ri bog‘liq.

Chakana tovar aylanishini yana bir tomoni u aholi yashash darajasini baholashga imkoniyat yaratadi. Chunki chakana tovar aylanishi aholini shaxsiy iste’molini asosiy qismini tavsiflaydi. Shu bilan bir qatorda chakana tovar aylanishi iqtisodiyotni rivojlanishini tavsiflaydigan ko‘rsatkichlardan biri bo‘lib hisoblanadi.

Chakana tovar aylanishi orqali aholining moddiy farovonligiga, ularni alohida tovarlar bilan ta’minlanishiga baho beriladi.

Chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichi ish haqi, nafaqa, stipendiya to‘lashni o‘z vaqtida amalga oshirishga ta’sir qiladi.

Mamlakatimiz aholisi daromadlarining ko‘payishi, ularning turli-tuman (assortiment) va sifatli tovarlarga bo‘lgan ehtiyojlarining ortishi va savdo faoliyatining yildan-yilga ixtisoslashib, universallashib borishi hamda hukumatimiz tomonidan tadbirkorlarimizga yaratilayotgan shart-sharoitlar samarasi sifatida iste’mol tovarlarini ishlab chiqarish hajmining o‘sishi natijasida chakana savdo aylanma hajmining o‘sishi kuzatilmoqda. O‘zbekiston Respublikasida chakana tovar aylanishi tendensiyalarini quyidagi jadvalda keltirilgan (9.1.-jadval).

Chakana tovar aylanmasining tarkibiy tahlilida uning hududiy taqsimotiga e’tibor qaratish maqsadga muvofiqdir. Chunki tarkibiy tahlilning muhim elementi bo‘lgan tarkibiy taqsimot bizda respublikaning viloyatlarida chakana savdo qanday rivojlanib borayotgaligi to‘g‘risida aniq xulosa chiqarish imkonini beradi.

9.1-jadval ma’lumotlari asosida aytish mumkinki, O‘zbekistonda chakana tovar aylanishi o‘sish tendensiyaga ega. Jumladan, 2022 yilda chakana tovar aylanishi 270687,2 mlrd.so‘mni tashkil etdi. Ma’muriy hududlarning mamlakat chakana tovar aylanmasidagi ulushlari turlicha. Eng salmoqli − 24,67 foiz hissa Toshkent shahriga to‘g‘ri kelsa, Toshkent, Farg‘ona, Samarqand viloyatlarining ulushi ham salmoqli bo‘lib, o‘rtacha 8,3-9,4 foizdan to‘g‘ri keladi. 2022 yilda 2020 yilga nisbatan respublika bo‘yicha chakana tovar aylanmasi hajmi 60,5 foizga o‘sishga erishgan bo‘lsa, hududlar bo‘yicha esa eng yuqori Toshkent shahrida 71,6 foizga, Namangan viloyatida 67,4 foizga oshgan, eng past o‘sish ko‘rsatkichi esa Andijon viloyatiga to‘g‘ri kelmoqda. Ushbulardan shunday hulosa qilish mukinki, chakana tovar aylanishi viloyatlararo keskin farq qiladi.

Chakana savdo aylanmasi mamlakatimizdagi savdo aylanmasining eng muhim va asosiy ko‘rsatkichidir. Chunki, chakana savdo tovar aylanishining hajmi va tarkibi(oziq-ovqat va nooziq-ovqat tovarlari)ga qarab, aholi iste’molining hajmi va tarkibiga, daromadining holatiga, turmush farovonligining darajasiga va iqtisodiyotning rivojlanishiga baho berish mumkin.

9.1 - jadval

O‘zbekistonda chakana savdo tovar aylanmasining hududiy tarkibi tahlili[12]

mlrd.so‘m

Hududlar	**2020 yil**		**2021 yil**		**2022 yil**		2022 yilda 2020 yilga nisbatan o‘zgarishi , % da
	Mlrd. so‘m	Ulushi %	Mlrd. so‘m	Ulushi %	Mlrd. so‘m	Ulushi %	
O‘zbekiston Respublikasi	**168 649,0**	100	**216 694,6**	100	**270 687,2**	100	160,5
Qoraqalpog‘iston Respublikasi	5 828,7	3,46	7 582,5	3,50	9 557,9	3,53	164,0
Viloyatlar							
Andijon	13 035,5	7,73	15 376,3	7,10	19 046,9	7,04	146,1
Buxoro	10 136,9	6,01	12 747,1	5,88	15 522,0	5,73	153,1
Jizzax	5 066,0	3,00	6 472,8	2,99	7 995,4	2,95	157,8
Qashqadaryo	12 081,4	7,16	14 399,4	6,65	18 165,9	6,71	150,4
Navoiy	6 443,7	3,82	8 091,6	3,73	10 101,6	3,73	156,8
Namangan	10 320,5	6,12	13 541,9	6,25	17 273,1	6,38	167,4
Samarqand	15 275,3	9,06	19 882,0	9,18	25 342,5	9,36	165,9
Surxondaryo	11 311,0	6,71	13 737,4	6,34	17 428,5	6,44	154,1
Sirdaryo	2 991,6	1,77	3 800,3	1,75	4 453,7	1,65	148,9
Toshkent	15 593,5	9,25	20 389,1	9,41	25 250,0	9,33	161,9
Farg‘ona	14 573,9	8,64	18 850,0	8,70	22 448,5	8,29	154,0
Xorazm	7 061,8	4,19	8 869,9	4,09	11 317,2	4,18	160,3
Toshkent shahri	38 929,4	23,08	52 954,5	24,44	66 784,0	24,67	171,6

[12] https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/internal-trade-2 – O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi rasmiy sayti маълумотлари.

Davlatimiz aholisi real daromadlari oshib borishi ta’sirida ularning turmush darajasi yuksalib farovonligi yil sayin oshmoqda. Buning natijasida esa, oziq-ovqat tovarlarinikiga nisbatan nooziq-ovqat tovarlarini harid qilish hajmi ko‘paymoqda.

Mamlakat iqtisodiyotining yuqori ko‘rsatkichlar bilan rivojlanishi, aholi turmush darajasi va daromadlarining oshishi natijasida asta-sekinlik bilan ularning iste’moli tarkibi ham o‘zgarib bormoqda. Mamlakatimiz mustaqillikni qo‘lga kiritgach iqtisodiyot rivojlanishining dastlabki yillarida aholi iste’molining asosiy qismi birinchi darajali ehtiyoj tovarlari (asosiy oziq-ovqat va kiyim-kechak tovarlari) bilan qondirilgan bo‘lsa, iqtisodiy rivojlanishning keyingi davrlarida aholi iste’molining asosiy qismini nooziq-ovqat tovarlari egallay boshladi (9.2-jadval).

9.2 - jadval

O‘zbekistonda chakana savdo tovar aylanmasi tarkibining o‘zgarish ko‘rsatkichlari[13]

№	Ko‘rsatkichlar	2020 yil		2021 yil		2022 yil	
		Summasi mlrd, so‘m	Ulushi, %	Summasi mlrd, so‘m	Ulushi, %	Summasi mlrd, so‘m	Ulushi, %
1	Jami ChTA, shu jumladan;	168 649,0	**100,0**	216 694,6	**100,0**	270 687,2	**100,0**
1.1	Oziq-ovqat mahsulotlari	67 700,9	40,1	89 990,4	41,5	114 583,7	42,3
1.2	Nooziq-ovqat mahsulotlari	100 948,1	59,9	126 704,2	58,5	156 103,5	57,7

Keltirilgan 9.2-jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, 2020 yilda chakana savdo aylanmasi tarkibida oziq-ovqat tovarlarining ulushi 40,1%ni tashkil qilgan bo‘lsa, nooziq-ovqat tovarlarining ulushi salkam 60%ga yetgan. Respublikamizda so‘nggi 3 yil ichida (2020-2022 yillarda) jami chakana savdo aylanmasi tarkibida nooziq-ovqat tovarlarining ulushi 58-60% atrofida o‘zgargan. Bu esa aholining sifatli kiyim va poyafzallarga, madaniy-maishiy tovarlarga, uy xo‘jaligi uchun

[13] https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/internal-trade-2 – O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi rasmiy sayti маълумотлари

zarur bo‘lgan va shinamlik (komfort)ni ta’minlaydigan texnikalarga hamda yengil avtomobillarga bo‘lgan ehtiyojlarining oshganligidan dalolat beradi.

O‘zbekiston Respublikasida aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishi o‘zgarish tendensiyalari quyidagi jadvalda keltirilgan (9.3-jadval).

9.3 - jadval

Aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishi[14]

Hududlar	**Aholi jon boshiga chakana savdo tovar ayirboshlash, ming so‘m**			**2022/2020 yilga nisbatan o‘zgarishi, %da**
	2020 yil	**2021 yil**	**2022 yil**	
O‘zbekiston Respublikasi	**4 926,6**	**6 206,3**	**7 593,3**	**154,1**
Qoraqalpog‘iston Respublikasi	3 050,1	3 916,4	4 870,5	159,7
Andijon	4 127,9	4 774,1	5 792,7	140,3
Buxoro	5 237,3	6 497,0	7 787,1	148,7
Jizzax	3 628,1	4 536,0	5 478,2	151,0
Qashqadaryo	3 652,3	4 270,4	5 272,4	144,4
Navoiy	6 409,1	7 904,2	9 669,3	150,9
Namangan	3 635,1	4 670,9	5 827,0	160,3
Samarqand	3 904,2	4 983,6	6 219,2	159,3
Surxondaryo	4 260,2	5 065,4	6 280,5	147,4
Sirdaryo	3 504,7	4 369,1	5 017,6	143,2
Toshkent	5 285,9	6 994,5	8 512,6	161,0
Farg‘ona	3 849,4	4 885,7	5 702,8	148,1
Xorazm	3 756,5	4 647,1	5 830,0	155,2
Toshkent shahri	14 734,8	18 770,2	22 957,7	155,8

Aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan chakana tovar aylanishi (9.3-jadval) Respublika va viloyatlar bo‘yicha hamda tovar aylanishini makrotartibi bo‘yicha 2020-2022 yillarga solishtirma ko‘rsatkichlarni

[14] https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/internal-trade-2 – O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi rasmiy sayti маълумотлари.

tahlildan quyidagi xulosalarni qilish mumkin:

- birinchidan, aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan chakana tovar aylanishi viloyatlararo keskin farq qiladi. Bu ko‘rsatkich Respublika bo‘yicha o‘rtacha 2020 yilda 4926,6 ming so‘mni tashkil qilgan holda tebranish miqdori 3050,1 – 14734,8 ming so‘mgacha. Ushbu ma’lumotlar Respublika viloyatlarida aholining yashash darajasi va daromadlarini har xil ekanligidan darak beradi;

- ikkinchidan, aholi jon boshiga chakana tovar aylanishi bir tekisda bo‘lmasa ham barcha viloyatlarda ortib borayotgani kuzatilmoqda.

Yurtimizdagi oilalarni uzoq muddat foydalanishga mo‘ljallangan tovarlar bilan taminlash borasidagi ahvol ham tubdan o‘zgardi. Xonadonlarni xolodilnik, kondisioner, shaxsiy kompyuter, televizor, mobil telefon va boshqa zamonoviy maishiy texnika vositalari bilan taminlash darajasi oshmoqda.

Yuqorida keltirilgan ma’lumotlar shuni ko‘rsatadiki, rivojlanishning hozirgi bosqichida mamlakatimiz chakana tovar aylanishida quyidagi tendensiyalar namoyon bo‘lmoqda.

Umumiy hajmi ortib bormoqda, jumladan, viloyatlar bo‘yicha ham.

Aholini uzoq muddatli foydalanish tovarlari bilan ta’minlanish yaxshi darajada, ayrim tovarlar bo‘yicha ortib borish kuzatilmoqda.

Chakana tovar aylanishini viloyatlararo taqsimotida sezilarli darajada tafovut saqlanib qolmoqda.

9.1.4. Chakana tovar aylanishi ko‘satkichlari va ularni balans bog‘liqligi

Chakana tovar aylanishi quyidagi ko‘rsatkichlar bilan tig‘iz balansli bog‘liqlikda namoyon bo‘lib turadi.

Ularga:

Birinchidan, tovarlani sotilish hajmi, bu ko‘rsatkich chakana tovar aylanishi deb yuritiladi chakana savdo va umumiy ovqatlanish shaxobchalaridan sotilgan tovarlar hajmidan iborat bo‘ladi. Ushbu ko‘rsatkich savdo va umumiy ovqatlanish uning tuman, viloyat, respublika miqyosida ishlatiladi.

Alohida olingan savdo shaxobchasida ushbu ko‘rsatkich uning

chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichiga teng bo‘ladi;

Ikkinchidan, tovar zahiralari, ular davr boshiga va davr oxiriga hisobga olinadi;

Uchinchidan, tovarlarni kelishi, ya’ni tovar taklifi;

To‘rtinchidan, tovarlarni tabiiy yemirilishi va tovarlarni boshqa savdo shaxobchalariga berib yuborish kabilar kiradi.

Ushbu ko‘rsatkichlar tovarlarning umumiy hajmi bo‘yicha va ularni assortimenti bo‘yicha hisob – kitob qilinadi, tahlil qilinadi, prognoz qilinadi va rivojlantiriladi.

Bu ko‘rsatkichlar balans bog‘liqlikda bo‘lib, uning bir qismi talab miqdorini, ikkinchi qismi taklif, ya’ni tovarlar bilan ta’minlanganlik darajasini anglatadi.

Ushbu bog‘liqlikni quyidagicha ifodalash mumkin:

$$\mathbf{Z_2+ChTA+T_y+X_x=T_k+ Z_1;}$$

Bu yerda:

Z_1 – davr boshidagi tovar zahiralari;

ChTA – chakana tovar aylanishi;

T_y – tovarlarni tabiiy yemirilishi;

X_x – xujjatlashtirilgan xarajatlar;

T_k – tovarlarni kelishi;

Z_2 - davr oxiridagi tovar zahiralari.

9.2. Chakana tovar aylanishi tahlili

9.2.1. Chakana tovar aylanishini tahlil qilish vazifalari va usullari

Chakana tovar aylanishini tahlil qilishda ko‘rsatkichlar tizimidan foydalaniladi. Ularni ayrimlarini quyida keltiramiz:

- chakana tovar aylanishi miqdorini yoki hajmini joriy baholarda tavsiflovchi, so‘m;
- chakana tovar aylanishi miqdorini (hajmini) solishtirma baholarda tavsiflovchi, so‘m;
- chakana tovar aylanishi assortiment tarkibini tavsiflovchi natural ko‘rsatkichlar, so‘m va foizda;

- aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan chakana tovar aylanishi, so‘m;
- 1 oyligiga to‘g‘ri keladigan chakana tovar aylanishi so‘m;
- 1 kunlik chakana tovar aylanishi, so‘m;
- 1 ishchiga to‘g‘ri keladigan chakana tovar aylanishi, so‘m;
- savdo shaxobchalarini 1kv.m, jumladan savdo maydoni 1kv.m to‘g‘ri keladigan chakana tovar aylanishi, so‘m;
- chakana tovar aylanishi nisbiy ko‘rsatkichlari (% bajarilishi, dinamikasi, indekslari, mavsumiylik, maromiylik koeffisentlari, tovar aylanish tezligi kun va marotaba) va h.k.

Chakana tovar aylanishi tahlilining vazifalari:

- chakana tovar aylanishi rejasi va prognozlarini bajarilishiga baho berish;
- chakana tovar aylanishi dinamikasini o‘rganish;
- chakana tovar aylanishi assortimentti va turlari bo‘yicha tarkibini tahlil qilish va baholash;
- chakana tovar aylanishi miqdori va asortimentiga ta’sir qiluvchi omillarni o‘rganish, baholash;
- chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichlarini (chakana tovar aylanishi, tovar zahiralari va tovarlarning kelishini) o‘zaro o‘zviy bog‘liqligini o‘rganish.

Chakana tovar aylanishi tahlilining usullari:

- dinamik qatorlar tuzish;
- nisbiy va o‘rtacha ko‘rsatkichlar;
- solishtirish;
- indeks usuli;
- trendlar va regressiv modellarini tuzish;
- zanjirli bog‘lash;
- balans usuli;
- grafiklar va boshqa chizmalar.

Chakana tovar aylanishi tahlili har xil axborotlardan foydalanishni taqazo qiladi. Ularga quyidagilarni kiritish mumkin:

- prognoz va rejaga aloqador ma’lumotlar. Chakana tovar aylanishi prognozi yoki rejasi – umumiy xajmi, assortimenti, tovar zahiralari normalari, tovarlarni keltirish, hisob kitoblar va boshqalar;
- hududning ijtimoiy – iqtisodiy ko‘rsatkichlari;
- statistik va buxgalteriya hisobidagi xaqiqiy ko‘rsatkichlar;
- boshqa ma’lumotlar (savdoga aloqador, unga ta’sir qiladigan omillar to‘g‘risidagi ma’lumotlar).

Chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichlarini tahlil qilishda tahlilda ishlatiladigan ma’lumotlarni tayyorlash alohida o‘rin tutadi.

Bunday ishlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- prognozlash va rejalarni korrektirovka qilish;
- statistik, buxgalteriya hisobotlaridagi ma’lumotlarni haqiqiyligi, bir – biriga mosligini tekshirish;
- savdo shaxobchalari va korxonalarni alohida alomatlari bo‘yicha guruhlash. Chakana tovar aylanishiga ta’sir qiluvchi omillar to‘g‘risida ma’lumotlarni aniqlash;
- har xil analitik jadvallar tuzish;
- ko‘rsatkichlarni solishtirma yuzaga keltirish va h.k.

9.2.2. Chakana tovar aylanishiga ta’sir qiluvchi omillar

Chakana tovar aylanishi mikro va makro darajadagi omillar ta’sir qiladi. Ularga umumlashtirib, quyidagilarni kritish mumkin.

I. Davlatning halqaro ahvoli, halqaro munosabatlar.

II. Davlatlarni iqtisodiy integrasiyasi.

III. Tashqi savdo, eksport va import.

IV. Xalq xo‘jaligi prognozlari (ijtimoiy maxsulot ishlab chiqarish, milliy daromad (iste’mol va jamg‘arma fondlari, elastiklik koeffisiyent – 1-1,06 % teng) Iste’mol tovarlarini ishlab chiqarish (elastiklik koeffisiyenti 1 – 0,98 % teng).

V. Ilmiy – texnik rivojlanish (elektrlashtirish, gazlash, televid, yo‘llar). Bu birinchidan, iste’mol qilish shart – sharoitini o‘zgartiradi, ikknnchidan – yangi tovarlar bunyodga keltiriladi.

VI. Aholining daromadlarini o‘zgartirish (1 – 0,94 %).

VII. Ijtimoiy fondning miqdori.
VIII. Baho.
IX. Demografik holat.
X. Urbanizasiya (shaxar va qishloq aholisini o‘zgarishi).
XI. Shaxsiy tamorqa xo‘jaligi.
XII. Uy – joy qurish.
XIII. Shaxsiy transport.
XIV. Dacha (ikkinchi, shaxardan tashqari yashaydigan joylar).
XV. Xizmat darajasi (tariflari).
XVI. Turizm, sport.
XVII. Aholining madaniy bilim darajasi.
XVIII. Aholini bo‘sh vaqti.

9.2.3. Chakana tovar aylanishi umumiy hajmini tahlili

Chakana tovar aylanishi umumiy hajmini tahlil qilganda quyidagi ko‘rsatkichlar aniqlanishini tavsiya qilamiz:

I. Prognozlarni yoki rajani chakana tovar aylanishini umumiy xajmi, turlari va savdo shaxobchalari bo‘yicha bajarilishini aniqlash;

II. Rejalarni kvartallar va oylar bo‘yicha bajarilishining maromiyligini aniqlash. Uning uchun maromiylik koeffisenti hisoblanadi. Ushbu ko‘rsatkich o‘rtacha kvadrat farq (σ) va variasiya koeffisentini (V) aniqlash orqali amalga oshiriladi.

$$\sigma = \frac{\sqrt{(\sum x - \bar{x})^2}}{n}; \qquad V = \frac{\sigma \cdot 100}{\bar{x}};$$

Bu yerda:

σ - o‘rtacha kvadrat farq;

v – variasiya koeffisnti;

x – har oyda (kvartlarda) tovar aylanish rejasini bajarilish foizi;

$\bar{x}$ - o‘rtacha yillik tovar aylanish rejasini bajarilish foizi;

p – oylar (kvartal) soni.

Maromiylik koeffisiyenti (Km)=100 – V;

III. Chakana tovar aylanishi dinamikasini o‘rganish, bir necha

yillarda o‘rtacha o‘sish tempasini hisoblash. Chakana tovar aylanishi o‘sish tempasini o‘rtacha giometrik formulasi orqali aniqlash tavsiya qilinadi.

$$\bar{T} = \sqrt[P-1]{\frac{U_p}{U_0}}$$

Bu yerda

T –o‘rtacha geometrik o‘sish darajasi

U_p – dinamik qatorni oxirgi ko‘rsatkichi;

U_0 –dinamik qatorni boshlang‘ich ko‘rsatkichi;

P –dinamik qatordagi ko‘rsatkichlar soni

IV. Chakana tovar aylanishi bilan aholining xarid fondini qamrab olish ko‘rsatkichini aniqlash. Ushbu ko‘rsatkichni alohida savdo korxonalari yoki savdo shaxobchalari darajasida hisoblashni iqtisodiy nuqtai nazardan imkoniyati yo‘q, shu sababli uni tuman, viloyat va respublika miqyosida hisoblash tavsiya qilinadi. Uni hisoblash uchun aholining xarid fondi olinadi va u chakana tovar aylanishi aholiga sotilgan qismi bilan solishtiriladi. Masalan, chakana tovar aylanishi umumiy hajmi 573,1 mln.so‘m, jumladan, korxonalar, tashkilotlarga (mayda ulgurji) sotilishi 29,2 mln.so‘m. aholining xarid fondi 812,1 mln.so‘m. hisoblasak. Undan aholiga sotilgan tovarlar summasi 573,1-29,2 = 543,9 mln. so‘mni tashkil qiladi. Chakana tovar aylanishi bilan aholini harid fondini qamrab olish foizi= $\frac{543,9 \cdot 100}{812,1}$ = 66,97 ≈ 67,0 %

tashkil qiladi va aholini tovar sotib olish o‘zini ajratgan pul mablag‘ini 67,0 % tovarlar bilan ta’minlanganligini anglatadi

V. Savdo korxonalari, shaxobchalarini tuman, viloyat chakana tovar aylanishidagi hissasi foiz hisobida tahlil qilinishi zarur, bu ko‘rsatkichni dinamikasini o‘rganish kerak.

VI. Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bilan savdo qiluvchi korxonalarda chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichini mavsumiylik koeffisentini aniqlash zarur bo‘ladi (9.4-jadval).

9.4 - jadval

Magazinda sotilgan sabzavotlarni mavsumiylik ko‘rsatkichi

Kvartallar	Sotuv xajmi, mln. so‘m				Mavsumiylik ko‘rsatkichi, %
	2020	2019	2022	Uch yilni o‘rtacha miqdori	
1	137	191	163	164	77,7
2	121	175	154	150	71,1
3	288	258	352	299	141,7
4	213	208	271	231	109,5
Kvartallararo o‘rtacha miqdori	190	208	235	211	100,0

Kvartallarni o‘rtacha mavsumiylik ko‘rsatkichi kvartalning o‘rtacha uch yillik ko‘rsatkichlarni yillik o‘rtacha ko‘rsatkichiga nisbatan aniqlanadi.

Masalan, I kvartaldani mavsumiylik ko‘rsatkichi = $\frac{164*100}{211}$ = 77,7%

Mavsumiy o‘zgarishlar darajasi yillar davomida o‘rtacha kvadrat farqi ko‘rsatkichi orqali aniqlanadi.

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(x-\bar{x})^2}{\Pi}}$$

Bizning misolda:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(164-211)^2+(150-211)^2+(299-211)^2+(231-211)^2}{4}} = 45{,}1 \text{ mln. so‘m}$$

Variasiya koeffisenti (V)

$$V = \frac{\sigma*100}{\bar{X}} = \frac{45{,}1*100}{211} = 21{,}4\ \%$$ ya’ni (farqi) 21,4% ni tashkil qilgan.

Ma’romiylik koeffisiyenti = 100- 21,4=78,6%

VII. Keyingi bosqich ketma – ket chakana tovar aylanishi hajmiga alohida omillarni ta’sirini o‘rganishdan iborat bo‘ladi. Ularni ayrimlarini ko‘rib chiqamiz.

Chakana tovar aylanishi tahlil qilinganda uni hajmiga baholar va

tovarlarni miqdori qanday ta’sir qilganligini aniqlash katta ahamiyatga ega. Buning uchun indeks usullaridan foydalaniladi.

Chakana tovar aylanishi – fizik hajmi indeksi (J_f), haqiqiy baholardagi indeks(J_{xb})i va baho indekslari(J_b) hisoblanadi.

$$J_f = \frac{\sum_{i=I}^{3} Pi_0 qi_1}{\sum_{i=I}^{\pi} Pi_0 qi_0} \qquad J_{xb} = \frac{\sum_{i=I}^{3} Pi_1 qi_1}{\sum_{i=I}^{\pi} Pi_0 qi_0} \qquad J_b = \frac{\sum_{i=I}^{3} Pi_1 qi_1}{\sum_{i=I}^{\pi} Pi_0 qi_1}$$

Bu yerda:

R_{io} – bazis davridagi i – tovar bahosi;

R_{iI} – hisobot davridagi i - tovar bahosi:

q_{io} – bazis davridagi i – tovar fizik hamji:

q_{iI} – hisobot davridagi i - tovar fizik hamji:

p – tovarlar assortimenti soni;

i – tovar turi.

Bu indekslar o‘rtasida matematik bog‘liqliq mavjud.

M: $Jf = J_{xb} : J_b$ yoki $J_{xb} = J_f * J_b$; $J_b = J_{xb} : J_f$

Misol: 9.2.3.2 jadvalda tovarlarni sotilish miqdori va baholari keltirilgan)

9.5 - jadval

Tovarlarni sotilish miqdori va baholari.

Ko‘rsatkichlar	O‘lchov birligi	Bazis yili	Hisobot yili
1. «A» tovarlarni sotish miqdori	Dona	200	300
2. «B» tovarlarni sotish miqdori	Dona	100	50
3. «A» tovar bahosi	Ming so‘m	5	6
4. «B» tovar bahosi	Ming so‘m	8	12

$J_f = (5*300 + 8*50) : (5*200 + 8* 100) = (1900 : 1800) = 1,055$

$J_{xb} = (6*300 + 12*50) : (5*200 + 8*100) = (2400 : 1800) = 1,333$

$J_b = (6* 300 + 12*50) : (5*300+ 8*50) = (2400 : 1900) = 1,263$

$J_f = 1,333 : 1,263 = 1,055$

Misolda chakana tovar aylanishi o‘sish summasi = 2400 – 1800 =

=600 ming so‘m. Jumladan**:**

a) tovarlarni fizik hajmini o‘zgarish natijasida = ($P_{io}\, q_{iI} - P_{io}\, q_{iI}$) 1900 – 1800 = 100 ming so‘m.

b) bahoni o‘zgarishi natijasida = ($P_{iI}\, q_{iI} - P_{io}\, q_{iI}$) = 2400 – 1900 = 500 ming so‘m.

Chakana tovar aylanishini tahlil qilganda uning hajmiga aholining soni (S) va aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishini (Q) ta’sirini o‘rganish alohida ahamiyatga ega. Bunda chakana tovar aylanishi (ChTA) = S · Q statistik bog‘liklikdan kelib chiqish kerak.

Chakana tovar aylanishini hisob va bazis davridagi farqi (∆ ChTA) quyidagicha aniqlanadi.

$$\Delta \mathbf{ChTA} = \mathbf{S_1\ Q_1 - S_0\ Q_0;}$$

jumladan aholi sonini o‘zgarish hisobidan;

$$\Delta \mathbf{ChTA_c} = \mathbf{S_1\ Q_1 - S_0\ Q_0}$$

va aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishini o‘zgarishi hisobidan;

$$\Delta \mathbf{ChTA_Q} = \mathbf{S_1\ Q_1 - S_1\ Q_0,}$$

chakana tovar aylanishini o‘zgargan miqdori kelib chiqadi. Bunda umumiy chakana tovar aylanishini o‘zgarish miqdori yuqoridagi omillar hisobidan o‘zgargan miqdorlar yig‘indisiga teng bo‘ladi.

Ya’ni, $\Delta \mathbf{ChTA} = \Delta \mathbf{ChTA_s} + \Delta \mathbf{ChTA_Q}$**, yoki** $(\mathbf{S_1Q_0 - C_0Q_0}) + (\mathbf{C_1Q_1 - C_1Q_1})$**.**

Chakana tovar aylanishining hajmiga oilalari soni va 1 oilagacha to‘g‘ri keladigan chakana tovar aylanishi ham ta’sir qiladi. Oila xo‘jalik subyekti sifatida o‘z a’zolarining daromadlari va iste’mol qilish miqdorini umumlashtiradi. Masalan, ovqat tayyorlash, ayrim tovarlarni sotib olishni oilaning har bir a’zosi alohida amalga oshirganiga nisbatan oila bo‘yicha qilinsa allaqancha tejamliroq bo‘ladi, yoki katta oila kichik oilaga hamda yakka holdagiga nisbatan tejamliroqdir. Oilani daromadi qancha katta bo‘lsa, uni tovar sotib olish imkoniyati ham yuqori bo‘lishi mumikin. Shu bilan bir qatorda oila a’zolari soni va 1 a’zoga tovar sotib olish miqdori tovar aylanishiga teskari ta’sir qilishi ham mumkin. Chunki oila a’zolari qancha ko‘p bo‘lsa, bolalar va boshqa boqimadorlar ko‘p bo‘ladi, unday oilaning tovar sotib olish qobiliyati ham tegishlicha

qisqaradi.

Bu hollardan kelib chiqib chakana tovar aylanishini tahlil qilganda, unga oilalar soni, 1 oila a'zosiga to‘g‘ri keladigan tovar aylanishini ta'sirini o‘rganish iqtisodiy, ijtimoiy va demografik siyosatni aniqlashga katta ta'sir qiladi.

Buni aniqlash uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz.

Agar oilalar sonini «N» deb, 1 oilaga to‘g‘ri keladigan tovar aylanishini «K» belgilasak, umumiy chakana tovar aylanishi (ChTA) barobar bo‘ladi:

$$\mathbf{ChTA = N * K;} \qquad \text{bunda, } N = \frac{ChTh}{K}$$

Ushbu formuladan foydalanib keltirilgan omillarni ta'sir miqdorini hisob – kitob qilish mumkin.

$$\Delta \mathbf{ChTA = N_1K_1 - N_0K_0}$$

$\Delta ChTA_N = N_1K_0 - N_0K_0$; oilalar sonini ta'siri.

$\Delta ChTA_k = N_1K_1 - N_1K_0$; 1 oilaga to‘g‘ri kelgan tovar aylanishini ta'siri.

Bir oilaga to‘g‘ri kelgan tovar aylanishining miqdori o‘rtacha oila a'zolari soniga va 1 kishiga to‘g‘ri kelgan tovar aylanish miqdoriga bog‘liq bo‘ladi. Bu ko‘rsatkichlar ham o‘zgaruvchan ko‘rsatkichlardir.

Shu sababli 1 oilaga to‘g‘ri kelgan tovar aylanishini quyidagi formula bilan aniqlanadi: $\mathbf{K = Q * P;}$

Bu yerda, **Q** – 1 kishiga to‘g‘ri keladigan tovar aylanish

P – o‘rtacha oila a'zolari soni.

Ushbu bog‘liqlikdan kelib chiqib chakana tovar aylanish ta'sirini ikkiga ajratib quyidagicha yozish mumkin;

$$\Delta \mathbf{ChTA_k = N_1K_1 - N_1K_0 = N_1(K_1 - K_0) = N_1 (Q_1P_1 - Q_0P_0);}$$

Bundan kelib chiqib, oilaga to‘g‘ri kelgan tovar aylanishini o‘zgarish miqdoriga oila a'olarining o‘rtacha soni o‘zgarishini ta'siri:

$\Delta \mathbf{K_p=Q_0P_1 - Q_0P_0}$ va aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan tovar aylanish ta'sirini xisob kitob qilish mumkin:

$$\Delta \mathbf{K_Q = - Q_0P_1 - Q_0P_1}$$

Ushbu xisob kitoblardan kelib chiqib, quyidagilarga

$\Delta ChTA_Q = N_1(\Delta K_p + \Delta K_Q)$; $\Delta ChTA = \Delta ChTA_s + N_1(\Delta K_p + \Delta K_Q)$ teng bo‘ladi.

Chakana tovar aylanishi hajmiga tovar zahiralari tovarlarni kelishi va tovarsiz chiqimlar ta’sir qiladi. Buni misolda ko‘rib chiqamiz.

9.6 - jadval

Chakana tovar aylanishiga ta’sir qiluvchi omillarni balans bog‘liqligi

(ming so‘m)

Ko‘rsatkichlar	Reja (0)	Haqiqatda (1)
1. Yil boshidagi zahira (Z_1)	9779	9771
2. Tovarlarni kelishi (TK)	45040	47020
3. Chakana tovar aylanishi (ChTA)	45950	46541
4. Tovarsiz chiqimlar (V)	152	235
5. Yil oxiridagi zahira (Z_2)	8717	10015

Ta’sir qiluvchi omllarni hisobi:

$ChTA_1^0 = Z_1^0 + TK^0 – V^0 – Z_2^0 = 45950$

$ChTA_2 = Z_1^1 + TK^0 – V^0 – Z_2^0 = 45942$

$ChTA_3 = Z_1^1 + TK^1 – V^0 – Z_2^0 = 47922$

$ChTA_4 = Z_1^1 + TK^1 – V^1 – Z_2^0 = 47839$

$ChTA_5 = Z_1^1 + TK^1 – V^1 – Z_2^1 = 46541$

9.7 - jadval

Omillarni ta’sir qilish miqdori

Omillar	Aniqlash usuli	Miqdori
Z_1	$ChTA_2 – ChTA_1^0$	45942 – 45950 = - 8
TK	$ChTA_3 – ChTA_2$	47922 – 45922 = + 1980
V	$ChTA_4 – ChTA_3$	47839 – 47922 = - 83
Z_2	$ChTA_5 – ChTA_4$	46541 – 47839 = - 1298
Jami	$ChTA^1 – ChTA^0$	46541 – 45950 = + 591

9.2.4. Chakana tovar aylanishi tarkibini tahlili

Chakana tovar aylanishini tarkibini, ya’ni assortimentini tahlili uning umumiy hajmini tahlilini davomi bo‘lib hisoblanadi. Bunda

chakana tovar aylanishi tahlili yanada chuqurlashtiriladi, aniqlashtiriladi. Ushbu tahlil natijasida aholi talabini qondirishni, ularni moddiy va madaniy ehtiyojlarini qondirish darajasi baholanadi.

Chakana tovar aylanishini tarkibi savdo korxonalarining son va sifat ko‘rsatkichlarini shakllantirishga katta ta’sir ko‘rsatadi. Ushbu ko‘rsatkich savdoning daromadlari, muomala (davr) xarajatlari, foydasi, rentabellik darajasiga, resurslarni ishlatish samaradorligiga ta’sir qiladi.

Chakana tovar aylanishini tarkibini makrotartib va mikrotartib darajalarida o‘rganish zarur. Chakana tovar aylanishini makrotartibi deganda, uni oziq-ovqat maxsulotalari va nooziq-ovqat tovarlariga bo‘lib o‘rganishni va mikrotartib deganda chakana tovar aylanishini barcha assortimentlarini o‘rganish nazarda tutilmoqda.

Chakana tovar aylanishini (assortimentini) tahlil qilishda quyidagi ko‘rsatkichlarni aniqlash tavsiya qilinadi:

- alohida tovar guruhlari bo‘yicha (makro – mikrotartib) reja yoki prognozlarni bajarilishi;
- alohida tovar guruhlari bo‘yicha aholining talabini qondirilishi darajasini baholash. Bunday tahlil uchun haqiqatda sotilgan tovarlarni aholi jon boshiga hisoblab, ularni fizoilogik va rasional iste’mol normalari bilan solishtirish, farqini aniqlash (mutloq miqdorda va foizlarda) va baholash zarur bo‘ladi;
- chakana tovar aylanishini tarkibini bir necha yillarga dinamikasini aniqlash, yillar ichida kvartallar bo‘yicha, kvartallar ichida oylar bo‘yicha, uning rivojlanish tendensiyalariga baho berish. Chakana tovar aylanishi dinamik qatorlarni haqiqiy va solishtirma baholarda xisob-kitob qilish kerak;
- alohida tovar guruhlarining umumiy chakana tovar aylanishidagi hissasini aniqlash, bir necha yillarga uni o‘zgarish tendensiyalariga baho berish;
- savdo shaxobchasi yoki firma korxonasini ayrim tovar guruhlari bozoridagi hissasini tahlil qilish va baholash;
- chakana tovar aylanishining tarkibiga ta’sir qiluvchi omillarni o‘rganish va baholash (bahoni, aholining daromadlari (xarid fondi)-

talabni, taklifni, tovar resurslari yoki bozor fondi va h.k.). Bunday tahlil uchun elastiklik koeffisiyentidan foydalanish talab qilinadi.

- elastiklik koeffisiyenti (K_e) aholi talabini qondirilish darajasi qaysi omillar ta'siri ostida qanday miqdorda o'zgarganligini ko'rsatadi, ya'ni aholi jon boshiga sotilgan tovarlar (u) hisobga olingan omil (x) ta'siri natijasida qancha foizga o'zgarganligini ko'rsatadi.

Elastiklik koeffisiyenti quyidagicha hisoblanadi.

$$K_e = \frac{\Delta y * 100}{y} : \frac{\Delta x * 100}{x} = \frac{\Delta y}{\Delta x} * \frac{x}{y};$$

Bu yerda: $\Delta y = y_1 - y_0$

$\Delta x = x_1 - x_0$

Dinamik qatorda Δx va Δu ko'rsatkichlari to'g'ri chiziqli bog'liklikda bo'lganda $u = a + bx$ korrelyasiya tenglamasini yechish orqali K_e aniqlanishi mumkin. Bunda: $\mathbf{K_e = b \frac{\bar{x}}{\bar{y}}}$ teng bo'ladi.

Elastiklik koeffisiyentini to'g'ri chiziqli bog'liqlik bo'lmagan hoda quyidagi tenglamalar orqali ham aniqlash mumkin.

1. Parobolik tenglamadan: $\mathbf{K_e = (b + 2sx) * \frac{\bar{x}}{\bar{y}};}$
2. Giperbolo tenglamada: $\mathbf{K_e = \frac{-b}{\bar{x}} * \frac{1}{\bar{y}};}$
3. Logarifmik tenglamada: $\mathbf{K_e = \frac{b}{\bar{y}};}$

Bizlar aholini jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi unga ta'sir qiladigan asosiy omillar to'g'ri chiziqli bog'liklikka mos kelishini hisobga olib,

$$\mathbf{u = a + bx}$$

tenglamasini yechish usuliga to'xtalib o'tamiz.

Keltirilgan ($u = a + bx$) tenglamada «a» va «b» tenglamani parametrlari va quyidagi tenglamalar tizimini yechish orqali aniqlanadi:

$$\begin{cases} \Pi a + b \sum x = \sum y \\ a \sum x + b \sum x^2 = \sum xy \end{cases}$$

Ushbu tenglamadan noma’lum «a» va «b» parametrlarini quyidagi formula orqali aniqlash mumkin.

$$a = \frac{\sum y * \sum x^2 - \sum x * \sum xy}{\Pi \sum x^2 - \sum x * \sum x}$$

$$b = \frac{\Pi \sum xy - \sum x \sum y}{\Pi \sum x^2 - \sum x \sum x}$$

Ushbu usul bilan aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishiga aholini jon boshiga to‘g‘ri kelgan daromadni ta’sir darajasini shartli ma’lumotlar misolida ko‘rib chiqamiz.

9.8 - jadval

Aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishi va daromadlar (ming so‘m)

Yilar	**Aholi jon boshiga**	
	Daromad	**ChTA**
2018	210,9	139,2
2019	224,9	147,5
2020	232,8	153,4
2021	253,8	167,2
2022	295,3	183,6

Ushbu ma’lumotlar asosida aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishi aholining harid fondi o‘zgarishi hisobiga qanday darajada o‘zgarganligini aniqlaymiz. Uning uchun quyidagi jadvalni to‘zamiz:

9.9 - jadval

Elastiklik koeffisiyentini hisoblash uchun ma’lumotlar

Yillar	**X**	**u**	**X^2**	**Xu**
2018	210,9	139,2	44478,8	29357,3
2019	224,9	147,5	50580,0	33172,8
2020	232,8	153,4	54195,8	35711,5
2021	253,8	167,2	64414,4	42435,4
2022	295,3	183,6	87202,1	54217,1
Jami	**1217,7**	**790,9**	**300871,1**	**194894,1**

Bu ma’lumotlarni yuqorida keltirilgan tenglamaga qo‘ysak quyidagiga erishamiz:

$$\begin{cases} 5a + 1217{,}7\,b = 790{,}9 \\ 1217{,}7\,a + 300871{,}1\,b = 194894{,}1 \end{cases}$$

Ushbu tenglamadan uning parametrlarini aniqlaymiz.

$$a = \frac{790{,}9 * 300871{,}1 - 1217{,}7 * 194894{,}1}{5 * 194894{,}1 - 1217{,}7 * 1217{,}7} = \frac{237958953{,}0 - 237322545{,}6}{974470{,}5 - 1482793{,}3} = \frac{636407{,}4}{-508322{,}8} = -1.252$$

a = -1,252

$$b = \frac{5 * 194894{,}1 - 1217{,}7 * 790{,}9}{5 * 300871{,}1 - 1217{,}7 * 1217{,}7} = \frac{974470{,}5 - 963078{,}9}{1504355{,}5 - 1482793{,}3} = \frac{11391{,}6}{21562{,}2} 0{,}528$$

b = 0,528

u = -1,252 + 0,528 x; Tenglamaning «b» parametri miqdori 0,528 aholi daromadini ming so‘mga ortishi natijasida aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishi 528 so‘mga o‘sishini ta’minlaydi degan ma’noni anglatadi.

Endi elastiklik koeffisentini aniqlashimiz mumkin.

$K_e = b \frac{\bar{x}}{\bar{y}}$: yuqorida keltirilgan ma’lumotlar orqali «$\bar{x}$» va «$\bar{y}$» miqdorini aniqlaymiz:

$$\bar{x} = \frac{1217{,}7}{5} = 243{,}54 \text{ ming so‘m}$$

$$\bar{y} = \frac{790{,}9}{5} = 158{,}18 \text{ ming so‘m}$$

$$K_e = 0{,}528 \frac{243{,}54}{158{,}18} = 0{,}528 * 1{,}5396 = 0{,}8129$$

Ushbu ko‘rsatgichdan ma’lum bo‘lyapdiki, aholi jon bishiga to‘g‘ri keladigan daromadni 1% ga ortishi natijasida aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishi 0,8129%ga o‘sgan.

Xuddi shu tartibda aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishiga boshqa omillar ta’sirini ham hisoblash mumkin. Aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan chakana tovar aylanishi hajmiga bir davrda ko‘p omillar o‘zaro bog‘liqlikda ta’sir qilishi amaliyotda sinalgan.

Shu sababli chakana tovar aylanishini tahlil qilishda ko‘p omilli

matematik regressiya usullaridan ham foydalanishni tavsiya qilamiz.

Elastiklik koeffisenti ko‘rsatkichini chakana tovar aylanishi assortimertini rejalashtirishda keng qo‘llash mumkin.

9.3. Tovar zahiralari va tovarlarni kelishini tahlili

9.3.1. Tovar zahiralari tushunchasi, turlari va ko‘rsatkichlari

Zahiralar insoniyat taraqqiyotining barcha bosqichlarida yaratilib kelingan. Ibtidoiy jamiyatda zahiralar asosan iste’mol fondi shaklida paydo bo‘lgan. Ularni tarkibi juda qisqa bo‘lib, asosan birlamchi ehtiyojni qondiruvchi maxsulotlardan tashkil topgan. Umuman zahiralar ishlab chiqarish jamoa va induvidual iste’mol uchun jamg‘ariladigan ishlab chiqarish vositalari va iste’mol maxsulotlardan tashkil topadi. Shu sababli zahiralarni uch turga ajratish mumkin: Ularga quyidagilar kiradi:

Ishlab chiqarishdagi (xom ashyo, jihozlar);

Shaxsiy iste’moldagi(oila xo‘jaligida);

Tovar shaklida.

Bular bir biri bilan funksional bog‘liqlikda birining o‘zgarishi qolganlarining o‘zgarishiga olib keladi.

Bu zahiralar bir biridan shakli, natural tarkibi, miqdori, joylanishi, to‘planishi bilan farq qiladi.

Ishlab chiqarish zahiralari ishlab chiqarish vositalaridan tashkil topadi va ishlab chiqarish jarayonini o‘zliksizligini ta’minlaydi. Ular qatoriga ishlab chiqarish uchun zarur bo‘lgan xom ashyo, yoqilg‘i materialllar kiradi.

Shaxsiy iste’moldagi zahiralar tovarlarni ayriboshlash jarayonidan chiqib iste’molchilar mulkiga aylangan vaqtidan vujudga keladi. Ya’ni ular aholi ixtiyoridagi oziq – ovqatlar va nooziq – ovqatlardan tashkil topadi.

Bozorga chiqarilgan yoki sotishga mo‘ljallangan mahsulot tovar deb hisolanadi.

Tovarlar bozorda, ya’ni tovar muomilasi bo‘g‘inlarida, shaxobchalarida, yo‘lda to‘rgan davrda tovar zaxiralarini tashkil qiladi. Tovar zaxiralari ishlab chiqarishdan iste’molgacha yetkazguncha bo‘lgan vaqtdagi tovarlar miqdoridan iborat.

Tovar zahiralari tarixiy kategoriya bo‘lib, u mehnat mahsulini tovar shakliga aylanishi, ya’ni tovar ishlab chiqarish va tovar ayirboshlash jarayonini vujudga kelishi bilan shakllana boshlagan.

Har qanday narsa yoki mahsulot tovar shaklida har doim bo‘la olmaydi. Shu sababli har qanday zahira tovar zahirasi sifatida namoyon bo‘lmaydi.

Biz yuqorida aytganimizdek, tovar zahiralari bozorga chiqarilgan yoki sotishga mo‘ljallangan mahsulotlar, ya’ni ayirboshlash bo‘g‘inlarida to‘rgan tovarlar miqdoridan iborat bo‘ladi. Tovar zahiralari tovarda mujassamlashgan iste’mol qiymati va qiymatiga ega bo‘lishi kerak. Bunday sifatlar narsa yoki mahsulot ayirboshlash yoki sotishga mo‘ljallangan bo‘lsagina vujudga keladi.

Tovar zahiralari mehnat vositalari hamda iste’mol tovarlaridan tashkil topadi. Tovar zahiralarining shakllanishi obyektiv zaruriyatlardan vujudga keladi.

Birinchidan, bu ishlab chiqarish va iste’mol jarayonlarining bir biri bilan bog‘liqligi hamda birligiga qaramasdan zamon va makonda to‘g‘ri kelmasligi. Ayrim davrlarda ishlab chiqarish hajmi va iste’mol miqdori bir biriga to‘g‘ri kelmaydi. Bu tafovut ularni umumiy miqdori teng bo‘lgan holda ham doimo ortib borishi mumkin. Bunga ishlab chiqarishni ixtisoslashishi, kengayishi, talabni dinamik o‘sishi ta’sir qiladi. Bunday tafovut talab va taklifni mavsumiy harakatlaridan ham kelib chiqadi. Bunday hollarda kengaytirilgan ishlab chiqarishning o‘zluksizligi tovar zahiralari hisobidan ta’minlanadi.

Ikkinchidan, tovar zahiralarini zaruriyati tovarlarni tashish, saqlash, sotish va tovarlarni iste’mol qilish kabi xususiyatlaridan kelib chiqadi. Tovarlarni tashish, katta miqdordagi partiyalarda (vagon, konteynerlarda**)** amalga oshirilsa samarali bo‘ladi. Savdo shahobchalari mayda partiyalarda tovarlarni qabul qilishga intiladi. Bundan tashqari tovarlarni ishlab chiqarish assortimentini savdo assortimentiga keltirish zarurati ham mavjud.

Uchinchidan, talab va taklifni tasodifiy o‘zgarishiga bog‘liq. Masalan, ko‘zda tutilmagan iste’mol miqdorini u yoki bu tomonga o‘zgarishi. Tovar zahiralari ayrim davrlarda shu tur tovarlar tanqislik

kabi holatlarni oldini olish uchun tashkil qilinadi.

To‘rtinchidan, tovar zahiralari jamg‘arish elementi sifatida ham zarur bo‘ladi. Bu hol milliy boylikni ortib borishini anglatib, ishlab chiqarish va ayirboshlashda tovar zahiralarini o‘sishida o‘z aksini topadi.

Beshinchidan, tovar zahiralari favqulotda holatlarni oldini olish maqsadida jamg‘ariladi. Bunga davlat rezervlarini kiritish mumkin.

Oltinchidan, baho omilini ta’siri natijasida vujudga keladi. Masalan, ko‘p miqdorda ishlab chiqaruvchilardan tovarlarni sotib olish, ularni ulgurji baholarini pasaytirishga olib keladi. Bu esa ulgurji olib sotuvchilar uchun foydali bo‘ladi va ular ushbu zaruriyatdan kelib chiqib tovar zahiralarini ko‘paytirishga intiladi.

Va nihoyat, tovar zahiralari subyektiv omillarga ham bog‘liq. Ular chayqovchilik maqsadlaridan kelib chiqadi. Arzon bahoda sotib olib qimmat sotish bilan bog‘liq. Bu masala oltinchi omildan maqsadi va mazmuni bo‘yicha farqlanadi.

Yuqorilardan kelib chiqib, tovar zahiralarini vujudga kelishi kengaytirilgan takror ishlab chiqarish jarayonining xususiyatlaridan kelib chiqishini ta’kidlash mumkin. Tovar zahiralari hisobotda, tahlil va rejalashtirishda bir necha xil alomatlari bo‘yicha tavsiflanadi.

Tovar zahiralari tashkil topishi va ishlatilishi nuqtai nazaridan (saqlanish muddati, tashkil topishi va yo‘naltirish maqsadiga qarab) tavsiflanadi. Saqlash muddatiga qarab, qisqa muddatli va Uzoq muddatli tovar zahiralariga ajratiladi.

Tashkil topishi va yo‘naltirish maqsadiga binoan tovar zahiralari joriy, mavsumiy va sotish muddatidan ilgari tashiladigan zahiralar hamda kafolatli zahiralarga bo‘linadi. Joriy zahiralar qisqa muddatli zahiralarni, qolganlari Uzoq muddatli zahiralar guruhini tashkil qiladi.

Joriy zahiralar yaqin muddat ichida tovarlarni joriy sotilishini ta’minlash uchun tashkil qilinadi va yo‘naltiriladi. Ular har kuni ishlatiladi va muntazam to‘ldirib boriladi.

Mavsumiy zahiralar ishlab chiqarilishi o‘zluksiz bo‘lgan va iste’mol qilinishi yil mavsumiga bog‘liq bo‘lgan tovarlardan tashkil topadi. Masalan, yozgi tovarlar qish va bahor mavsumlarida saqlansa, qishki tovarlar yoz va ko‘z mavsumlarida saqlanadi.

Mavsumiy tovar zahiralari tarkibida Uzoq muddatga saqlanadigan qishloq xo‘jalik mahsulotlari ham hisobotga olinadi. Bunday tovarlar mavsumiy ishlab chiqarish xarakteriga ega bo‘lib, yil davomida iste’mol qilinadi. Bular qatoriga kartoshka, meva va sabzovotlar kiradi.

Sotish muddatidan ilgari tashkil qilinadigan tovar zahiralari tabiiy shart sharoiti bo‘yicha qish davrida tovarlarni tashish imkoniyati bo‘lmaydigan hududlarga, transport qatnash imkoniyati bo‘lgan (asosan yoz davrida) vaqtida tovarlarni oldindan yetkazib qo‘yish va qish davrida sotishni ta’minlash bilan bog‘liq bo‘lgan tovardan iborat bo‘ladi.

Tovar ayirboshlash jarayonida kafolatli tovar zahiralari alohida o‘rin tutadi. Bunday zahiralar tovar aylanishini ta’minlash uchun boshqa turdagi zahiralar tugab qolgan davrda, uni o‘zluksizligini ta’minlash uchun tashkil qilinadi. Bunday tovarlar ham sotilishi muddatidan ilgari tashkil qilinadi (tashib qo‘yiladi).

Kafolatli tovar zahiralarini nazariy nuqtai nazardan ikki xil guruhga bo‘lish mumkin: birinchidan, tovarlarni tashish muddati rejaga nisbatan bo‘zilsa, tashish sekinlashsa yoki to‘xtab qolsa, keltirilgan tovarlar partiyasi buyurtmadan kam bo‘lib qolgan vaqtlarda tovar aylanishini o‘zluksizligini ta’minlash uchun tashlil qilinadigan;

Ikkinchidan, talabni jiddiy o‘zgarishi munosabati bilan (tovar aylanishini ko‘zda tutilmagan miqdorda o‘zgarish, aholi sonini jiddiy o‘zgarishi kabilar) tovarlarga bo‘lgan talabni qondirish uchun ko‘zda tutilgan zahiraga.

Kafolatli zahira alohida hisobga olinmaydi, u tovar zahiralarini normalashtirish jarayonida joriy, mavsumiy va sotilish muddatidan ilgari tashkil qilinadigan zahiralari tarkibida hisobga olinadi. (Masalan, tegishli tovar zahiralari summasiga nisbatan foiz hisobida).

Maxsus zahiralarga davlat rezervlari kiritiladi. Ushbu zahiralar favqulotda vujudga keladigan ko‘zda tutilmagan hodisa va jarayonlar davrida aholini zarur tovarlar bilan ta’minlashga mo‘ljallanadi.

Bunday zahiralar uchun maxsus moddiy-texnik baza va tashkiliy tuzilmalar tashkil qilinadi.

Tovar zahiralari statistik va buxgalteriya hisobida ularni joylashish nuqtai nazaridan turlab hisobga olinadi.

Bu alomati bo‘yicha tovar zahiralari chakana savdoda, umumiy ovqatlashish shahobchalarida, ulgurji savdoda va yo‘ldagi tovarlarga bo‘linadi.

Tovar zahiralari tarkibiy qismlash bo‘yicha ham tavsiflanadi. Masalan, oziq-ovqat mahsulotlari va nooziq-ovqat tovarlari (makrotarkibi), alohida tovar guruhlari va assortimentlari (mikrotarkibi) bo‘yicha.

Tovar zahiralari davr nuqtai nazaridan reja, kutilayotgan va hisobot davriga (haqiqiy), ushbular o‘z yo‘lida davr boshiga va davr oxiriga hisobga olinadi.

Shu bilan bir qatorda tovar zaxiralarini minimal va maksimal miqdorlari ularni tahlil qilishda va rejalashtirishda ishlatiladi.

Umuman, tovar zahiralari statistikada, buxgalteriya hisobida bir muddatga hisobga olinadi, o‘rganish, tahlil qilish jarayonida o‘rtacha ko‘rsatkichlar ham ishlatiladi.(9.1 - chizmada tovar zahiralarini statistik ko‘rsatkichlari keltirilgan)

O‘rtacha tovar zahirasi ikki xil usul bilan hisoblanadi. Birinchisi, agar tovar zahiralari oylarga yoki kvartallarga o‘rtacha hisoblangan holda berilgan bo‘lsa yillik o‘rtacha tovar zahirasi o‘rtacha arifmetik usul bilan hisoblanadi.

$\bar{X} = \frac{\sum x}{\Pi}$; bu yerda «X» - o‘rtacha yillik tovar zahirasi.

X – har oy (yoki kvartal) uchun o‘rtacha tovar zahirasi summasi;

P – oylar (12 oy) yoki kvartal bo‘lsa, 4 ga teng bo‘ladi.

Agar tovar zahiralar davr boshiga va oxiriga berilgan bo‘lsa, yillik o‘rtacha tovar zahirasi o‘rtacha xronologik usul bilan aniqlanadi. o‘rtacha xronologik formulasi quyidagicha ifodalanadi:

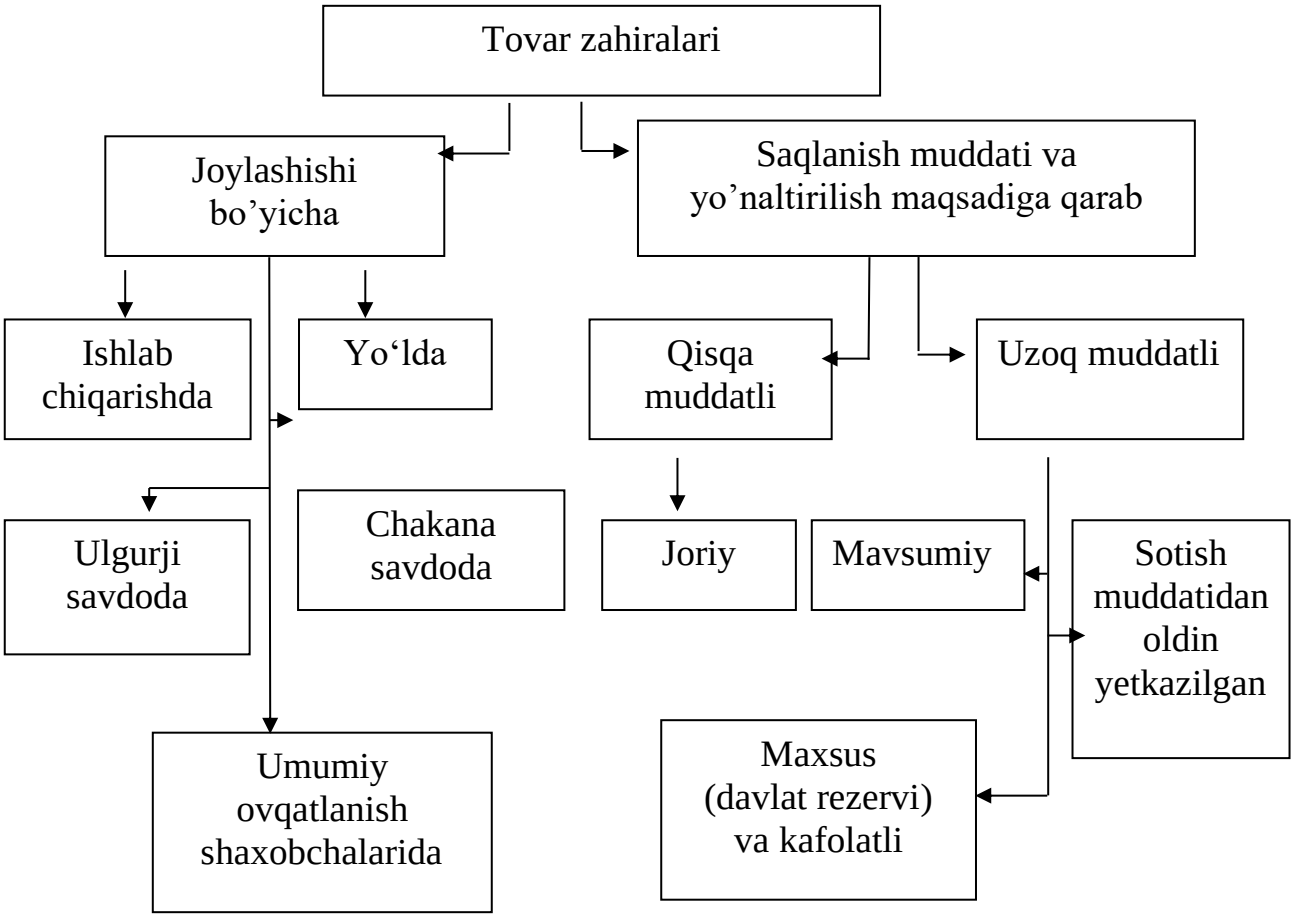
$$\bar{X} = \frac{\frac{x_1}{2} + x_2 + \ldots + x_{n-1} + \frac{x_n}{2}}{\Pi - 1};$$

Tovar zahiralarini shaklan namoyon bo‘lishi har xil bo‘lib, biz yuqorida keltirganimizdek u qiymat, natural, kunlar hisobida va tovar aylanishiga nisbatan foizlarda o‘lchanadi.

Tovar aylanishini ta’minotini tovar zahiralari tovar aylanishiga nisbatan kunlar hisobidagi ko‘rsatkich orqali baholanadi.

9.1 - chizma

Tovar zahiralari tasnifi



Tovar zahiralari kunlar hisobidagi ko'rsatkich nisbiydir. U mavjud tovar zahiralari necha kunlik tovar aylanishini ta'minlashi mumkinligini ko'rsatadi. Ushbu ko'rsatkich (TZ h.k) amaliyotda aksariyat tovar zahiralarini kvartal boshidagi summasini (Z_1) tegishli kvartalning bir kunlik tovar aylanishiga bo'lish orqali aniqlanadi.

1 kunlik tovarlar aylanishi = $\frac{ChTA}{90}$

Xuddi shunga o'xshash yilga nisbatan (TZ k.y) aniqlanadigan bo'lsa yil boshidagi tovar zahirasi (Z_1) ushbu yilning bir kunlik tovar aylanishiga bo'lish bilan aniqlanadi.

1 kunlik tovar aylanishi = $\frac{ChTa}{360}$

ya'ni:

$TZ_{k.k} = \frac{Z_1}{ChTA:90} = \frac{Z_1 \cdot 90}{ChTA}$;

$TZ_{k.y} = \frac{Z_1}{ChTA:360} = \frac{Z_1 \cdot 360}{ChTA}$

Ushbu ko‘rsatkich bilan bir qatorda tovar zahiralarining holatini baholashda, tahlil qilishda, normallashtirishda tovar zahiralarini aylanish tezligini kunlar va martaba ko‘rsatkichlari ishlatiladi.

Tovar zahiralarini aylanish tezligi, bundan keyin bizlar ushbu ko‘rsatkichni «tovar ayirboshlash tezligi» deb ishlatamiz. Biz yuqorida aytganimizdek kunlar hisobida va marotabada aniqlanadi.

Tovar ayirboshlash tezligi kunlar hisobida (TAT_k) o‘rtacha tovar zahirasini **(**$\bar{z}$**)** Ushbu davrning bir kunlik tovar aylanishiga **(ChTA:90** yoki ChTA:360**)** bo‘lish orqali anilanadi.

Tovar ayirboshlash tezligi kunlar hisobida kvartal bo‘yicha aniqlansa (TATk.k) quyidagi formula ishlatiladi:

$TAT_{k.k} = \frac{\bar{3}}{ChTA:90} = \frac{\bar{3} \cdot 90}{ChTA}$;

Yil davriga aniqlansa: $TAT_{k.y} = \frac{\bar{Z}}{ChTA:360} = \frac{\bar{Z} \cdot 360}{ChTA}$

Ushbu ko‘rsatkich o‘rtacha tovar zahiralari necha kunda ayirboshlanganligini yoki yangilanganligini, ya’ni tovarlar kelgan kundan sotilguncha necha kun o‘tganligini ko‘rsatadi.

Bu ko‘rsatkichni tovar zahirasi miqdori bir so‘m tovar aylanishiga qancha to‘g‘ri keladi deb ham baholash mumkin.

Masalan, i-tovar guruhi bo‘yicha o‘rtacha yillik tovar zahirasi 5000,0 ming so‘m, yillik tovar aylanishi 9629,0 ming so‘m. Ushbulardan bir kunlik tovar aylanishi 9629,0:360=26,747 ming so‘m.

Tovar ayirboshlash tezligi ($TAT_{k.y}$) teng bo‘ladi=5000,0:26,747=186,9 kun, yoki bir so‘m tovar aylanishiga 186,9 tiyinlik tovar zahirasini to‘plash kerak bo‘lgan. 186,9 kun o‘rtacha tovar zahirasini qayta tiklash uchun zarur bo‘lgan davrni anglatadi.

Tovar ayirboshlash tezligi marotaba hisobida (TAT_m) hisobot davrida o‘rtacha tovar zahirasi necha marotaba aylanganligini ko‘rsatadi. Ushbu ko‘rsatkich ikki xil usulda aniqlanishi mumkin:

1. Davrdagi kunlar sonini (t=360 yoki 90), tovar ayirboshlash

tezligini kunlar hisobiga bo‘lish orqali ($TAT_{k.k}$ yoki $TAT_{k.y}$) aniqlaymiz:

$$TAT_m = \frac{t}{TAT_к} = \frac{360}{TAT_{к.у}} \text{ yoki } \frac{90}{TAT_{к.к}};$$

2. Hisobot davr tovar aylanishini o‘rtacha tovar zahiralariga bo‘lish orqali aniqlaymiz:

$$TAT_m = \frac{ChTA}{\bar{Z}}$$

Ushbu ko‘rsatkich bir tomondan tovar aylanishini ta’minlash uchun o‘rtacha tovar zahirasi necha marotaba aylanganligini ko‘rsatsa, ikkinchi tomondan bir so‘m o‘rtacha tovar zahiralariga qancha tovar aylanishi to‘g‘ri kelishini anglatadi, ya’ni tovar zahirasi samaradorligini ko‘rsatadi deb hisoblash mumkin.

9.3.2. Tovar zaxiralari ko‘rsatkichlariga ta’sir qiluvchi omillar

Tovar zaxiralari savdo karxonalarida umumiy hajmi va tovar guruxlari bo‘yicha har xil miqdorda shakllanadi. Chunki uning miqdoriga har xil omillar ta’sir qiladi.

Ular obyektiv va subyektiv omillarga bo‘linadi.

Obyektiv omillar, bu real mavjud shart sharoitlardan kelib chiqadi va inson faoliyatiga bog‘liqligi kam.

Subyektiv omillar, bu to‘g‘ridan to‘g‘ri inson faoliyati bilan bog‘liq bo‘lib ular qabul qilgan boshqaruv qarorlarini obyektiv va realligidan kelib chiqadi.

Asosiy obyektiv omillarga quyidagilarni kiritish mumkin:

Talab va taklifni umumiy xajmi asortimentlari bo‘yicha muvofiqligi.

1.Mavsumiy xususiyatlari;

2.Ishlab chiqarishni hududiy joylashishi;

3.Transport aloqalari, yo‘llarini xolati va tashkillashtirish;

4.Chakana tovar aylanish tarkibi – tovar assortimentlarini murakkablik darajasi;

5.Tovarlarni fizik ximik xususiyati;

6.Savdoni moddiy texnik ba’zasi holati;

7.Savdoni tashkil qilish darajasi, texnologiyasi tashkil qilish

shakllari;

8.Tovarlar siljishini axborot ta’minoti;

9.Tovarlarni keltirishni tashkil qilish va tashish tezligi;

10.Savdo karxonasini tovar aylanish hajmi va xokozolar.

9.3.3. Tovar zaxiralarining tahlili

Savdo karxonalari va shaxobchalarining asosiy vazifalaridan biri uning samaradorligini oqilona tovar zaxiralarini shakllantirish va ularni boshqarish orqali amalga oshirishdan iboratdir.

Tovar zahiralarini shakllantirish va boshqarish savdo karxonalari va shaxobchalari xo‘jalik faoliyatini barcha qirralariga ta’sir qiladi. Masalan: tovar aylanishining hajmiga va tarkibiga daromad miqdoriga, muomala (davr) xarajatlari summasiga va darajasiga; foyda va rentabellikka va xokozolarga.

Shu sababli tovar zaxiralarini xolatini va samaradorligini muntazam tahlil qilib borish zaruriyati tug‘iladi.

Tovar zahiralarini optimal boshqarishni asosiy maqsadi minimal xarajatlar bilan tovar zahiralarini shakllantirish orqali tovar aylanish hajmini oshirishdan iborat bo‘lmog‘i lozim.

Tovar zahiralarini boshqarish jarayonining asosiy usullaridan biri ularni tahlil qilishdir.

Tovar zaxiralarini taxlil qilishning maqsadi, ularni belgilangan talablarga javob berishini va savdo karxonasi yoki shaxobchasini xo‘jalik faoliyati natijasiga ta’sirini baholashdan iboratdir.

Tovar zahiralarini tahlil qilishda quyidagi vazifalarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

- tahlil uchun zarur bo‘lgan ma’lumotlarni to‘plash, tizimlashtirish va solishtirma yuzaga keltirish;
- tovar zahiralari summasi va nisbiy ko‘rsatkichlarini dekada, oy, kvartal va yil boshi va oxiriga umuman hamda tovar assortimentlari bo‘yicha tahlil qilinayotgan karxona yoki shaxobchada (magazin nazarda tutilayapti) aniqlash;

• haqiqiy tovar zaxiralari absolyut va nisbiy ko‘rsatkichlarini belgilangan normativlar (rejalashtirilgan ko‘rsatkichlar) bilan solishtirish va farqini aniqlash;

• tovar zahiralari ko‘rsatkichlarini dinamikasini o‘rganish, uni boshqa savdo shaxobchalari, karxonalari (raqobatchilar), tuman, viloyat, respublikaning ko‘rsatkichlari bilan solishtirish va baho berish;

• tovar zahiralari xajmi, tarkibi va uning nisbiy ko‘rsatkichlariga ta’sir qiluvchi omillarni o‘rganish va baholash;

• aniqlangan va baholangan xolatni takomillashtirish bo‘yicha, xulosalar, takliflar tayyorlash va chora tadbirlar ishlab chiqarish.

Tovar zahiralari dinamikasini o‘rganish uchun quyidagicha jadval tuzish mumkin.

9.10-jadval.

Tovar aylanish va tovar zahiralarining dinamikasi.

Ko‘rsatkichlar	**Y i l l a r**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
1.Tovar aylanishi summasi.					
2. O‘zgartirish surati					
2.1. O‘tgan yilga nisbatan, %	100,0				
2.2. Bazis yilga nisbatan, %	100,0				
3. Tovar zahirasi summasi					
4. O‘zgarish surati					
4.1. O‘tgan yilga nisbatan, %	100,0				
4.2. Bazis yilga nisbatan, %	100,0				

Ushbu jadvalni haqiqiy baholarda va solishtirma baholarda tahlil qilish tavsiya qilinadi.

Tahlil qilishni vazifasi va obyektiga qarab tovar zaxiralari dinamikasi savdo shaxobchasi, karxonasi, tuman, shaxar, viloyat va respublika miqyosida tovar zaxiralarining umumiy xajmi va aloxida tovar guruxlari bo‘yicha o‘rganiladi.

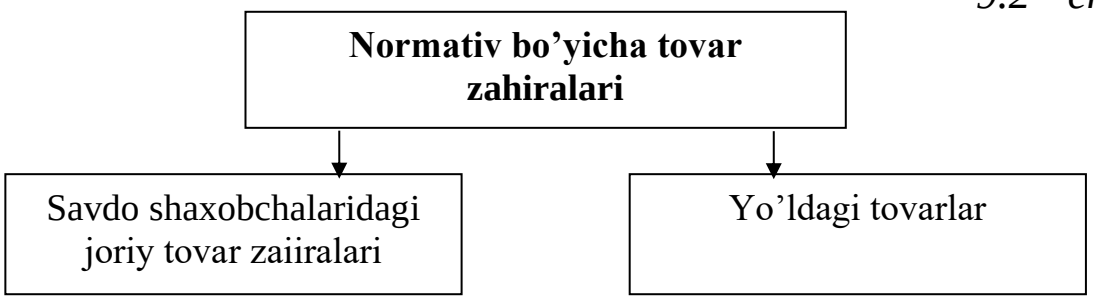
Xuddi shunday tuman, viloyat va respublika miqyosida tovar zaxiralarini joylanishi bo‘yicha, chakana, ulgurji savdoda, umumiy ovqatlanish shaxobchalarida, yo‘ldagi alohida ishlab chiqarishdagi

dinamikasini o‘rganishni tavsiya qilamiz.

Tovar zahiralari alohida savdo shaxobchasi miqyosida tahlil qilish jarayonida, uning umumiy xajmini va tovar guruhlari bo‘yicha summasini belgilangan normativ bilan solishtirish va chetlanishini aniqlash zarur.

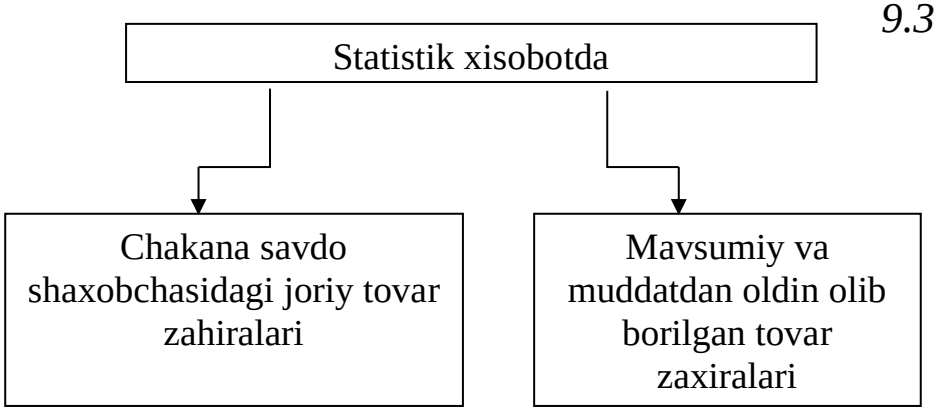
Tovar zahiralarini tahlil qilishda ularni statistik hisobotdagi tarkibi, normativ bilan solishtirma tarkibi yuzaga keltirilishi zarur, chunki

9.2 - chizma



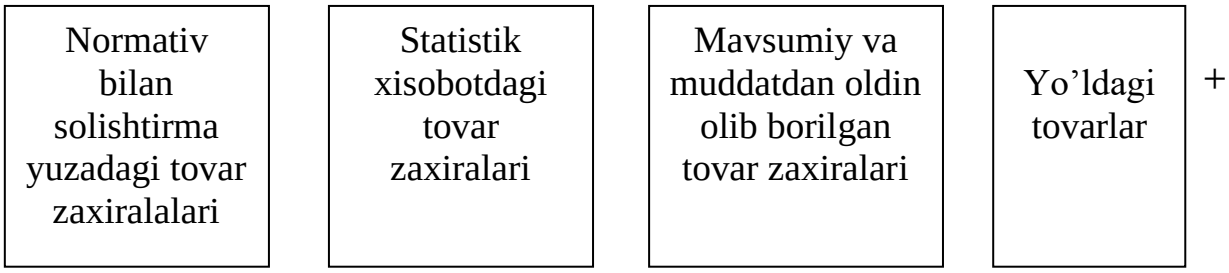
dan tashkil topadi.

9.3 - chizma



Umumiy tovar zahiralari tarkibida hisobga olinadi.

9.4 - chizma



Tovar zahiralaring tahlil uchun quyidagi jadvalni tavsiya qilamiz.

9.11 - jadval

Tovar zahiralarini savdo shaxobchalari bo‘yicha normativ bilan solishtirma tahlili

(summasi … so‘m)

Magazinlar	Haqiqiy zahira, jami	Jumladan mavsumiy zahira	Yo‘lda gi zahira	Joriy zahira summasi	Normativ summasi	Normativdan farqi (+; -)		Reja dagi bir kunlik tovar aylanishi
						Summasi	Kunlar xisobida	
1	**2**	**3**	**4**	**5=2-3+4**	**6**	**7=5-6**	**8=7:9**	**9**
Supermarket Market Univermag va hakozo №1 №2, №3 …								

Jadvalni 9 xonasi kelgusi kvartalning rejasidagi tovar aylanishi bo‘yicha aniqlanadi. Ushbu jadval shaklida tovar zahiralarini har kvartal bo‘yicha tahlil qilish maqsadga muvofiq.

Xuddi shunday jadval alohida savdo shaxobchasi yoki korxonasining alohida tovar guruhlari (makro – mikro tarkibi) bo‘yicha chakana va ulgurji savdoda, umumiy ovqatlanish shaxobchasi kabilarda ham ishlatiladi.

Tovar zahiralarining tahlili tovar ayriboshlash ko‘rsatkichlarni (kun, marotaba) tahlil qilish bilan to‘ldiriladi. Tovar ayriboshlashni o‘rganish biron bir davrga, ya’ni kvartal va yil davriga amalga oshiriladi. Bu ko‘rsatkich aholiga tovarlar sotish tezligini o‘rganishga imkoniyat yaratadi.

Bunday tahlilni o‘tkazish uchun quyidagi jadvaldan foydalanish tavsiya qilinadi.

9.12 - jadval

Tovar ayriboshlashning kunlar hisobida holati

(summasi … so‘m)

Magazinlar	O‘tgan yilga tovar ayriboshlash, kun	Xisobot yiliga xaqiqiy o‘rtacha tovar zahiralari	Tovar aylanishi		Tovar aytiboshlash		Farqi (+; -)	
			Yilga	Bir kunligi	Xisobot yiliga	Normativ, kunlar xisobida	Norma-tivdan	O‘tgan yildan
1	2	3	4	5=4:360	6 = 3 : 5	7	8=6 – 7	9=6–2

Tovar ayriboshlashni o‘rganishda uning miqdoriga tovar aylanish xajmi va o‘rtacha tovar zahiralari miqdorini hamda tovar aylanishining tarkibini o‘zgarishi qanday ta’sir qilganini aniqlash katta amaliy ahamiyatga ega. Bunday hisobotlarni o‘tkazish uchun 9.13 va 9.14 jadvallardan foydalanishni tavsiya qilamiz.

9.13 - jadval

Tovar ayriboshlash tezligiga tovar aylanish hajmi va o‘rtacha tovar zahiralarini o‘zgarish ta’sirining hisob kitobi

Magazinlar	Chakana tovar aylanishi		O‘rtacha tovar zahiralari		Tovar ayriboshlash, kunlar		Tovar ayriboshlash haqiqiy tovar aylanish va rejadagi zahiralar hisobida	Farqi (+; -)		
								Jami	Jumladan	
	Reja	Xaqiqiy	Reja	Xaqiqiy	Normativ	Xaqiqiy			Tovar aylanishi	o‘rtacha tovar zahiasi
1	2	3	4	5	6=4·360:2	7=5·360:3	8=4·360:3	9=7-6	10=8-6	11=8-7

9.14 - jadval

Tovar aylanish tarkibini (makro va mikro tarkibi) tovar ayriboshlash tezligiga ta’sirini hisob kitobi

Tovar guruhlari	1 kunlik tovar aylanish (…so‘m)		Tovar aylanish tarkibi, %		o‘rtacha tovar zahirasi, (…so‘m)		Tovar ayriboshlash, kun		Tovar zahirasi o‘tgan yilgi tovar ayriboshlash va hisobot yilidagi tovar aylanish tarkibi hisobida	Jami tovar ayriboshlash 10 qator ko‘rsatkichlari hisobida	Farqi (+; -), kun		
											Jami	Jumladan	
	o‘tgan yil	hisobot yil	o‘tgan yil	hisobot yil	o‘tgan yil	hisobot yil	o‘tgan yil	hisobot yil				Tovar aylanish tarkibi hisobidan	Tovar ayriboshlash tezligi hisobida
1	2	3	4	5	6	7	8=6:2	9=7:3	10=5·8	11	12=9-8	13=11-8	14=11-9
1. Oziq-ovqatlar										-	-	-	-
2.Nooziq-ovqatlar										-	-	-	-
jami										10 jami:100			

Mavsumiy va sotish muddatidan oldin yetkaziladigan tovar zaxiralarining tahlili o‘z xususiyatiga ega, chunki ular joriy sotishga mo‘ljallanmagan. Ularning miqdori (normativi) har kvartal oxiriga keltirish muddati va kvartalda sotilish xajmidan kelib chiqib so‘m xisobida aniqlanadi, tahlil qilish usuli esa ushbu xususiyatlardan kelib chiqadi.

Tahlil qilishda ularning har kvartal oxiridagi miqdori belgilangan normativ bilan solishtiriladi, farqi aniqlanadi va ularni normal xolatga keltirish uchun chora tadbirlar ishlab chiqiladi.

Masalan: mavsumiy tovar zaxiralarini tahlil qilishda to‘plangan tovarlar miqdori normativ bilan solishtirilib, kelayotgan mavsumga aholini talabini qondira oladimi yoki yo‘qligi aniqlanadi. Sotish muddatidan oldin yetkaziladigan tovar zahiralari bo‘yicha kelasi tovar keltirilguncha savdo shaxobchasi tovarlar bilan ta’minlanganmi yoki yo‘qligi aniqlanadi.

9.3.4. Tovarlar kelishi tushunchasi, manbalari va ularning tahlili

Savdo zvenolari (chakana, ulgurji) va umumiy ovqatlaninsh shaxobchalari xo‘jalik faoliyatining natijasi ko‘p tomonlama ularni tovarlar bilan ta’minlashga, ya’ni tovarlar ta’minotiga bog‘liq.

Tovarlar ta’minotining ko‘rsatkichi sifatida tovarlarni kelishi tushiniladi. Tovarlarning kelishi absalyut ko‘rsatkichlar orqali, ya’ni qiymat (so‘m) xisobida va natural (dona, kg, metr, banka) ko‘rsatkichlarda hisob–kitob, tahlil qilinadi va rejalashtiriladi. Ularni umumiy hajmi makrotarkibi (oziq–ovqatlar va nooziq–ovqatlar) faqat qiymat (so‘mda) ko‘rsatkichida ifodalanadi, assortiment tarkibi (tovar guruhlari) qiymat (so‘m) va natural ko‘rsatkichlarda o‘z ifodasini topadi.

Shunday qilib, tovarlarni kelishi deganda qiymat va natural ko‘rsatkichlarda ifodalangan chakana va ulgurji savdo, umumiy ovqatlanish shahobchalarini tovarlar bilan ta’minlash, ularni tovarlar ta’minotini tushunamiz.

Tovarlar kelishi ko‘rsatkichi iste’mol tovarlari taklifini bir qismini ifodalaydi. Chunki iste’mol tovarlari taklifi deganda bizlar sotishga mo‘ljallangan, bozorga keltirilgan, u yerda to‘rgan va keltirilishi

mumkin bo‘lgan tovarlar massasini tushinamiz.

Shunday qilib tovarlarni kelishi deganda iste’mol tovarlari taklifini bozorga keltirilgan qismi sifatida qarash mumkin. Ya’ni uning qiymati, miqdori va assortimentini ko‘z oldimizga keltirishimiz kerak.

Tovarlar kelishini manbalari iste’mol tovarlari manbalariga to‘la mos keladi. Ushbu kitobning 8 bobi, 8.2.2. paragrafiga qaralsin. U paragrafda iste’mol tovarlari taklifining manbalari to‘la yoritilgan. Ushbu manbalar tovarlarni ishlab chiqarish va joylarga yetkazuvchilar nuqtai nazaridan yoritilgan.

Tovarlar kelishini manbalarini chakana va ulgurji savdoda, umumiy ovqatlanish shaxobchalarida hisob – kitob, tahlil qilish, rejalashtirish nuqtai nazaridan qaralsa yuqorida keltirilgan manbalar asos bo‘libgina qolmay, haqiqatda ularni keltiruvchi yoki yetkazuvchi sifatida boshqa manbalar vujudga keladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji savdo bilan shug‘ullanuvchi mayda va ko‘p sonli har xil turdagi vositachilar vujudga kelgan. Ana shular chakana savdo va umumiy ovqatlanish shahobchalarini tovarlar bilan ta’minlovchi manba sifatida xazmat qilmoqda. Ulgurji savdo korxonalarini ham tovarlar bilan ta’minlashda tovar taklifi manbalari bilan bir qatorda yangidan vujudga kelgan, katta miqdorda tovar sotuvchi vositachilar vujudga kelgan.

Umumiy ovqatlanish shaxobchalarini biz yuqorida keltirilgan vositachilar bilan bir qatorda, yirik chakana savdo shaxobchalari va dehqon bozorlari tovarlar bilan ta’minlamoqda.

Ayrim chakana savdo shaxobchalari uchun tovarlar keltirish manbasi sifatida dehqon bozorlari xizmat qiladi. Ular asosan qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bilan ta’minlanmaydi.

Amaliyotda tovar aylanish rejasini bajarish, zaruriy tovar zahiralarini shakllantirishni ta’minlashni asosiy omillaridan biri bo‘lib, belgilangan vaqtida va miqdorda tovarlarni yetkazish hisoblanadi.

O‘z vaqtida keltirilgan vazifa bajarilmasa yoki rejadan cheklansa savdo va umumiy ovqatlanish korxonalaari va shaxobchalarini natijaviy ko‘rsatkichlariga salbiy ta’sir qilish ehtimoldan yiroq emas. Shu sababli tovarlar kelishi tahlili dolzarb masala hisoblanadi.

Tovarlar kelishini tahlil qilish har kuni, hafta, dekada, oy, kvartal va yil natijalari bo‘yicha muntazam o‘tkazilib, chetlanishlar aniqlansa zaruriy choralar ko‘rish maqsadga muvofiqdir.

Tovarlarni kelishini tahlil qilishda quyidagilarni aniqlash tavsiya qilinadi:

- tovar yuboruvchilar tomonidan shartnomalarni bajarilishi, keltirilgan tovarlarni miqdori, assortimenti, sifati va keltirish muddatini shartnomaga, buyurtmaga mosligini tahlil qilish. Bunday tahlil tezkor xarakterga ega bo‘lishi va har kuni, hafta, dekada va oy natijalari keyinchalik har kvartal va yil bo‘yicha umumlashtirilib berilishi zarur;
- tovarlar kelishi rejasini tovar guruhlari va umumiy hajmi bo‘yicha bajarilishini (oy, kvartal, yil);
- tovarlar kelishini davrlar bo‘yicha bir xil me’yorda bo‘lishini o‘rganish;
- tovarlar kelishini manbalari bo‘yicha baholash, umumiy tovarlar hajmida alohida manbalar hissasini aniqlash, dinamikasini baholash;
- import tovarlari va respublikada ishlab chiqarilgan tovarlar hissasini o‘zgarishini alohida tahlil qilish, uni dinamikasiga baho berish.

Bunday tahlilda o‘xshash, bir – birini almashtirish mumkin bo‘lgan tovarlarga alohida e’tibor qaratish zarur. Bunday tahlil asosan viloyat, respublika miqyosida statistik organlar tomonidan chuqur tahlil qilinishi zarurligini alohida takidlaymiz.

Tovar kelishini tahlili tovar aylanishi ko‘rsatkichlarini (9.1.4. paragrafga qaralsin) balans bog‘liqligini tahlil qilish bilan o‘z nihoyasiga yetadi.

9.4. Chakana tovar aylanishini prognozlash va rejalashtirish

9.4.1. Chakana tovar aylanishini uzoq muddatga prognozlash

Iqtisodiyot ko‘rsatkichlarini uzoq muddatga prognozlash obyektiv zaruriyatlardan kelib chiqadi. Bu hol jamiyatni ijtimoiy – iqtisodiy to‘zumidan qat’iy nazar, amaliyot uchun zarur faoliyat.

Jamiyat taraqqiyotida ijtimoiy mehnat taqsimoti, ilmiy texnik rivojlanish xalqaro va xududiy bog‘liqliklarni kengaytirib,

murakkablashtirib yuboradi.

Xalqaro, xududiy va korxonalararo iqtisodiy aloqalarini va ularni iqtisodiy, shartnomaviy munosabatlarini prognozlash va rejalashtirish asosida olib borishni taqozo qiladi.

Umuman oddiy hayotda, har bir shaxs, oila, korxona, davlat uzoq muddatga muljallangan maqsad, vazifalarsiz faoliyat ko‘rsata olmaydi. Ushbu maqsad va vazifalarni amalga oshirish mavjud resurslardan, imkoniyatlardan kelajakda foydalanish yo‘llarini iqtisodiy nuqtai nazardan hisob – kitob qilishni, rasional va optimal foydalanish yo‘llarini asoslashni talab qiladi.

Bozor iqtisodiyotini insoniyat hayotiga, xo‘jalik subyektlari faoliyatiga, jamiyat va davlatning siyosiy, iqtisodiy va boshqa jihatlariga dahshatli salbiy ta’sir ko‘rsatadigan tomonlari mavjud. Bunday omillarni kelajakka bashorat qilmay, e’tiborga olmay, hisoblashmiy taraqqiyotga erishib bo‘lmaydi.

Jamiyatdagi barcha tabiiy, moddiy, moliyaviy resurslar chegaralangan, ulardan maqsadli va rasional foydalanish zarur. Ushbu holat birinchidan, halqaro, xududiy va umuman ho‘jalik subyektlarida bog‘liqliklarni chuqurlashtiradi. Ularni e’tiborga olish zaruratini tug‘diradi;

Ikkinchidan, halqaro, tarmoqlararo kompleks masalalarni kelishilgan holda hal qilishni taqazo qiladi;

Uchinchidan, barcha iqtisodiy munosabatlarni shartnoma asosida amalga oshirishni talab qiladi;

To‘rtinchidan, har bir ho‘jalik subyekti o‘z faoliyati ko‘rsatkichlarini rivojlanish tendensiyalarini kelajakka hisob – kitob qilish zaruriyatini tug‘diradi.

Uzoq muddatga prognozlash metodologiyasi umumiy rejalashtirish metodologiyasiga asoslanadi (5 mavzuning 5.2 bo‘limiga qaralsin).

Uzoq muddatga prognozlashtirish asosida maqsadga erishish yo‘llari asoslanadi. Buning uchun prognozlashtirishda ilmiy tashkilotlar, ishtirok etishni ta’minlanishi, ilmiy asoslangan norma va normativlarni ishlatilishi, prognozlar ko‘p variantlarda tuzilishi, Uzoq muddatga to‘zilgan shartnomalarni hisobga olishi va hakozolar zarur bo‘ladi.

Prognozlash, kelajakni ko‘ra bilish, bashorat qilish mazmunini anglatib ehtimol xarakteriga ega. Prognozlashtirishni rejalashtirishning dastlabki bosqichi Uzoq muddatga qabul qiladigan qaror uchun qo‘shimcha axborot olish vositasi sifatida tushinish ham mumkin.

1.Chakana tovar aylanishi Uzoq muddatga prognozlash va rejalashtirish metodologiyasi. Prognozlash (kelajakni ko‘ra bilish, aniqlash ma’nosini bildiradi), rejashtirishni dastabki bosqichi, Uzoq muddatga tahlilning varianti, qaror qabul qilish uchun qo‘shimcha axborot olish vositasi sifatida ishlatiladi.

Savdoda prognozlash boshqa tormoqlardagi kabi plan-oriyentir (taxmin) sifatida ishlatiladi. U ehtimol harakterga ega.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida krizislardan chiqish, krizisga ro‘para bo‘lmaslik barchasida prognozlarning ahamiyati juda katta. Chunki prognozlash maqsadga erishish uchun chora tadbirlarni ishlab chiqish orqali rejalashtirish va maqsadga erishishni ta’minlaydi.

Prognozlash bir nechta variantlarda amalga oshiriladi.

Chakana tovar aylanishi prognozlashda respublika miqiyosida quyidagi tenglamani asos qilib olishi mumkin.

$$\mathbf{A_{xft} \geq ChTA_t \leq TR_t}$$

Bunda:

$\mathbf{A_{xft}}$ – aholining harid fondi;

ChTA – chakana tovar aylanishi;

TR – aholiga sotishga mo‘ljallangan tovar resurslari

t – prognozlash yili.

Bu ko‘rsatkichlar balansi respublika miqqiyosida viloyatlar miqiyosida, viloyatlar miqiyosida tovar guruhlari (makrotartib, mikrotartib) bo‘yicha detallashtiriladi va uni ta’minlashga intilish zarur.

Bu tenglamani ishlatish «Umumiylikdan → elementlarga» o‘tish (analiz) yoki «elementlardan → umumiylikka» o‘tish (sintez) usullari bo‘yicha amalga oshirish mumin.

Chakana tovar aylanishi prognozlashga nisbatan bu usullar quyidagi jarayonni anglatadi:

1. «Umumiylikdan → elementlarga» o‘tish chakana tovar aylanishi umumiy hajmini oldin belgilash va keyin uni makro yoki mikro tarkibini

aniqlashga o‘tishni anglatadi.

2. «Elementlardan → umumiylikka» o‘tish chakana tovar aylanishini makro yoki mikro tartibini oldin aniqlash va ularning yig‘indisini hisoblash orqali chakana tovar aylanishini umumiy hajmini belgilash.

Bu qoida chakana tovar aylanishi Uzoq muddatga prognozlash, qisqa muddatga va joriy rejalashtirishda metodologik asos bo‘lib hisoblanadi.

Chakana tovar aylanishi prognozlash va rejalashtirishda yuqorida keltirilganlar metodologiya nuqtai nazardan bir variant bo‘lib hisoblanadi.

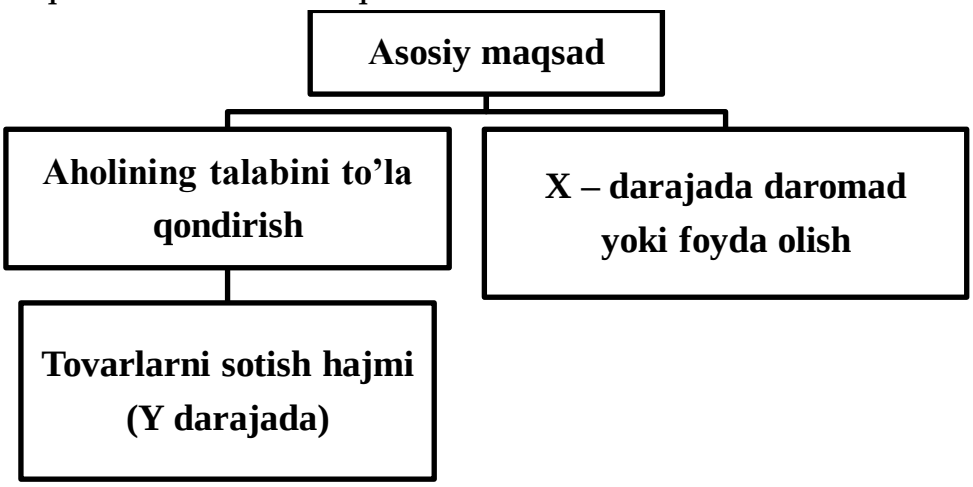
Metodologik qoidani ikkinchi varianti sifatida chakana tovar aylanishini aholining jon boshiga yoki hajmini aniqlash orqali prognozlash usuli ishlatilishi mumkin.

Bu holda:

1. Chakana tovar aylanishi umumiy hajmi sintez usuli ya’ni «elementlardan – umumiylikka» qarab borish usuli bilan aniqlanadi.

Oldin chakana tovar aylanishi aholi jon boshiga yoki oilaga to‘g‘ri keladigan xajmi aniqlanadi, so‘ngra ularning umumiy aholi yoki oila soniga ko‘paytirish yo‘li bilan chakana tovar aylanishi umumiy hajmi aniqlanadi.

Chakana tovar aylanishi prognozlash va rejalashtirishni metodologik prinsiplaridan biri «Bezararlik nuqtasi»ni aniqlashdir chunki, chakana tovar aylanishi prognozlashda savdo korxonalarining asosiy maqsadidan kelib chiqish mumkin.



Bezaralik nuqtasi quyidagicha aniqlanadi.

$$BN = \frac{D_x}{1 - \frac{Y_x}{ChTh}}$$

Bu yerda:

D_x – doimiy xarajatlar (muomala xarajatlarining doimiy o‘zgarmas qismi)

Y_x – o‘zgaruvchan xarajatlar (muomala xarajatlarining o‘zgaruvchan qismi)

Bezararlik nuqtasini aniqlashni boshqa usullari ham mavjud.

1. Domiy xarajatlarni 100% ga ko‘paytirib, daromadlarning darajasiga bo‘lish

$$BN = \frac{\sum D_x \cdot 100}{\frac{\sum D \cdot 100}{ChTh}}$$

Bu yerda:

D – daromadlar summasi.

2. Chakana tovar aylanishini doimiy xarajatlarga ko‘paytirib chakana tovar aylanishidan o‘zgaruvchan xarajatlar qismiga bo‘lish

$$BN = \frac{ChTA \cdot D_x}{ChTA - Y_x}$$

Chakana tovar aylanishi prognozlash va rejalashtirishda quyidagi usullardan keng foydalanish mukin.

1. Statistik tajriba usuli (taxmin, omillarni o‘rganish va h.k.lar).

2. O‘rtacha siljish ko‘rsatkichlari orqali ($\bar{K}$) ko‘p amilla regression modellar

3. Matematik modellashtirish ekstropolyasiya usuli

4. Normativ usullar

Statistik tajriba usuli asosan joriy rejalashtirish (yil, kvartal, oy, xafta, kunlik) ishlatilishi mumkin.

O‘rtacha siljish ekstropolyasiyani oddiy varianti bo‘lib, bu ham ko‘proq joriy rejalashtirishda qo‘llaniladi.

Matematik modellashtirish, jumladan ekstropolyasiya (matematik modellar orqali) chakana tovar aylanishi umumiy hajmini Uzoq va o‘rta muddatlarga prognozlashda qo‘llanish tavsiya qilinadi.

Normativ usullar chakana tovar aylanishi tarkibini prognozlash va rejalashtirishda ko‘proq ishlatiladi.

Chakana tovar aylanishi prognozlashni ayrim usullarini ko‘rib chiqamiz.

Chakana tovar aylanishi respublika miqiyosida prognozlashda quyidagi matematik modellardan foydalanish mumkin.

Birinchi bosqichda chakana tovar aylanishi oila xo‘jaligi to‘g‘ri keladigan o‘rtacha miqdorini aniqash mumkin.

$$\mathbf{Y_x = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4}$$

Bunda:

$\mathbf{Y_x}$ – o‘rtacha oila xo‘jaligiga to‘g‘ri keladigan chakana tovar aylanishi o‘sish sur’ati;

$\mathbf{x_1}$ – o‘rtacha har bir oila xo‘jaligiga to‘g‘ri keladigan pul daromadlarining o‘sish sur’ati;

$\mathbf{x_2}$ – oila xo‘jaligini tovarlar sotib olishga qilgan xarajatlarining o‘sish sur’ati;

$\mathbf{x_3}$ – savdo maydonini 1000 oila xo‘jaligini hisobini o‘sish sur’ati;

$\mathbf{x_4}$ – vaqt faktori;

$\mathbf{a_0, a_1, a_2, a_3}$, **va** $\mathbf{a_4}$ – tenglama parametrlari.

Tenglama parametrlarining 5-10 o‘tgan yillar ko‘rsatkichlari asosida kopyuterlar orqali hisoblash mumkin.

Ikkinchi bosqichda o‘rtacha chakana tovar aylanishi oila xo‘jaligi uchun prognoz qilingan davrga aniqlanadi.

Uning uchun quyidagi formula ishlatiladi

$$\text{ChTA}_{\text{oxp}} = \frac{ChTA_{oxб} \cdot Y_x + 100}{100}$$

Uchinchi bosqichda ChTA umumiy hajmi aniqlanadi.

$$\mathbf{ChTA_p = ChTA_{o.x.p.} \cdot O.X_p}$$

Keyingi bosqichda respublikada ChTA_p viloyatlar bo‘yicha xajmini aniqlash mumkin va tavsiya sifatida ularga yuborilishi mumkin.

Buning uchun viloyatlarni respublika chakana tovar aylanishi hissasi aholi daromadida yoki xarid fondlaridagi hissasi ishlatilishi mumkin.

Masalan: 1. **Chakana tovar aylanishi hissasi bo‘yicha**

$$ChTA_{pi} = ChTA_p \cdot \frac{ChTA_{b.i}}{ChTA_b};$$

2. Xarid fondlari hissasi bo‘yicha

$$ChTA_{pi} = ChTA_p \cdot \frac{A_{xf.bi}}{A_{xfb}}$$

3. Pul daromadlari hissasi bo‘yicha

$$ChTA_{pi} = ChTA_p \cdot \frac{AD_{b.i}}{AD_b}$$

Uchala variantni solishtirib optimal chakana tovar aylanishi viloyatlar bo‘yicha tavsiya qilish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Yuqorida keltirilgan prognoz hisob – kitoblari boshqacha matematik modellar asosida ham amalga oshirish mumkin.

$Y_t = af(t) + b$

Bu yerda: $Y_t = ChTP_p$ o‘sish tendensiyasi

f(t) – turdagi funksional chakana tovar aylanishi dinamik qatorda o‘zgarish xarakterini ko‘rsatuvchi matematik funksiya.

t – vaqt.

2. $Y_{tD} = af(D) + b$

D – aholining pul daromadlari.

3. $Y_{tDTr} = af(D) + bf(Tp) + c$

Tr – tovar resurslari

4. $Y_{tMn} = af(Mn) + b$

Mn – milliy daromad

5. $Y_{tIf} = af(If) + b$

If – iste’mol fondi

6. $Y_i = f_i(x_1,x_2,\ldots x_n)$

Y_i – i davrga chakana tovar aylanishi

f_i – hisoblanadigan matematik funksiya

$x_1,x_2,\ldots x_n$ – chakana tovar aylanishiga ta’sir qiluvchi omillar.

Chakana tovar aylanishi hajmi va tarkibi ko‘p omillarga bog‘liq (9.2 mavzuning 9.2.2 paragrafiga qarang) bo‘lib uni prognozlashda talab

va taklifni prognoz ma’lumotlari, iqtisodiy, demografik, ijtimoiy, klimotga bog‘liq prognozlar e’tiborga olinishi lozim. Ushbular bilan bir qatorda chakana tovar aylanishi aholining hayot tarzi, yashash darajasi kabilarga ham bog‘liqdir.

Chakana tovar aylanishini prognozlashda umumsiyosiy masalalarni, halqaro aloqalarning rivojlanishi kabilar ham e’bordan chetda qolmasligi kerak.

Yuqorida qayd etilgan shart – sharoitlar va omillarni hisobga olish murakkab, hisobga olish ehtimoli kam yoki yo‘q bo‘lishi mumkin. Shu sababli bunday omillar, shart – sharoitlarni ta’sir qilish darajasi ularga ekspert baho berish usuli orqali hisobga olinishi mumkin.

9.4.2. Chakana tovar aylanishini joriy rejalashtirish (qisqa muddatga)

Joriy rejalashtirish bir yilga, kvartal va oylar bo‘yicha rejalashtirishni o‘z ichiga oladi.

Tezkor rejalar xaftaga kunga tuziladigan rejalardan iborat bo‘ladi.

Bozor iqtisodiyoti rejalashtirish jarayonini boshqaruv iyerarxiyasining pastki bo‘g‘iniga, mikrouroven (daraja)ga tushirishga olib keladi va mikroiqtisodiy sharoitni har tomonlama chuqur tahlil qilish iqtisodiy tahlilni va rejalashtirishni yangi yo‘nalishlarini usul va uslublarini ishlatishni taqazo qiladi.

Savdo korxonalarining asosiy vazifalaridan biri, raqobat sharoitida, ko‘pgina noaniqliklar mavjudligida qachon? qayerda? kimga? qancha miqdorda? u tovar sota olishi, undan qancha daromad olishini aniqlab olishdir.

Reja bu tadbirlar tizimi bo‘lib, unda biz yuqorida aytilgan masalalarni ketma-ketlikda, belgilangan muddatda, miqdorda amalga oshirilish yo‘llari texnik-iqtisodiy hisob kitoblar asosida asoslab berilishi lozim.

Rejaning prognozdan farqi uni asoslashda korxonalar ichki va tashqi omillarni, obyektiv va subyektiv sharoitlarni ko‘rsatkichlar orqali asoslash va uni boshqarilishi zarur(shart)ligidadir.

Prognoz esa ehtimollar, tahminlarga asoslanib, korxonaning barcha

shart sharoitlarini hisobga ola bilmaydi va u taklifiy xarakterga ega.

Reja korxonaga tijorat va moliyaviy xavf-xatarni kamaytirish yoki umuman undan bezarar qutilishni ta’minlashga xizmat qiladi.

Chakana savdo shaxobchalarini tovar aylanishini rejalashtirish ularni, raqobat sharoitida ularni xonavayron bo‘lishidan asraydi. Shu sababali har bir savdo shaxobchasi, umumiy ovqatlanish korxonasi o‘z tovar aylanishini o‘zluksiz yilma-yil, kvartalma-kvartal, oyma-oy hamda xaftalar va kunlar bo‘yicha rejalashtirib borishi amaliy zaruryat bo‘lib hisoblanadi.

Savdo korxonalarining faoliyati natijasi insonlar talabini qondirishday murakkab ijtimoiy xodisa bilan bog‘liq.

Shu sababli ularni natijaviy (tovar aylanishi, daromadi, foydasi) ko‘rsatkichlarini rejalashtirishda juda ko‘p bevosita va bilvosita ta’sir qiluvchi omillarni e’tiborga, hisobga olinishini taqazo qiladi.

Oddiy misol, 2005-2006 yillarda butun dunyoni vahimaga solgan “Tovuq kasalligi” muammosi tovuq go‘shti va tuxumi iste’molini keskin qisqartib yuborishga olib keldi. Bu esa ushbu maxsulotlar bilan savdo qiluvchi minglab savdo shaxobchalarini inqirozga uchrashga olib keldi.

Savdo shaxobchalarining rejalari hilma-xil bo‘lib, ularning birlamchisi chakana tovar aylanishi bo‘lib xisoblanadi.

Hayot tarzini har bir oila qay darajada rejalashtirib borsa, shu darajada ularni talabini qondirishga hizmat qiluvchi sohalar ham o‘z faoliyatini rejalashtirib borishi zaruriyatdir.

Chakana tovar aylanishini joriy rejalashtirish jarayonida quyidagi masalalarni hal qilishni tavsiya qilamiz:

- maqsadni aniqlash va konkret vazifalarni belgilash;
- birlamchi vazifalarni ajratish va ularni bajarishni ahamiyatidan kelib chiqib bajarish yo‘lllarini belgilash;
- muammolarni shaxsiy va boshqalar tajribasidan kelib chiqib hal qilish yo‘llarini belgilab olish;
- holatlar to‘g‘risida axborotlar, ma’lumotlar to‘plash;
- maqsadga erishish usul-uslublarini belgilab olish;

- xavf – xatarlarni tahlil qilish, ulardan o‘tib ketish yoki ta’sirini kamaytirish yo‘llarini aniqlab olish, ularning alternativ variantlarni ishlab chiqish;
- kordinal xulosaga kelish, bajarilishi zarur bo‘lgan chora – tadbirlar ro‘yxatini tuzish;
- rejani tuzish;
- rejani korrektirovka qilib borish;
- rejani bajarilishini nazorat qilib borish. Buning uchun har – bir ko‘zda tutilgan chora – tadbirlarni bajarilishini alohida tutilgan qayd daftarida hisobga olib borish. Masalan: shartnomalarni bajarilishi, belgilangan muddatda, xajmda, assortimentda tovarlarning kelishi va hakozolar.

Rejani bajarilishini ta’minlash uchun har bir hodim o‘z vazifasini to‘la – to‘kis bajarib borishi lozim.

Savdo shaxobchasini maqsadini aniqlashda quyidagilarni e’tiborga olish zarur:

- bajariladigan jarayon masshtabi;
- geografik, hududiy joylashishi;
- raqobatchilar;
- tovarlar assortimenti;
- tovar aylanishining prognoz miqdori;
- baholashtirish va baho miqdori;
- tovar zaxiralari miqdori, assortimenti;
- marketing siyosati, sotishni jadallashtirish chora – tadbirlari;
- tovarlar va kassani saqlash va himoya qilish masalalari;
- barcha amaliy ish bilan bog‘liq jarayonlarni hisobga olish;
- tovarlarga buyurtma berish;
- kadrlarni tanlash va taqsimlash;
- byudjet, moliya, soliq organlari bilan munosabatlar;
- shikoyat va takliflar qayd daftarini tahlil qilib borish;
- biznesga ta’luqli huquqiy qonunlar, nizomlar, farmoyishlarga va boshqa huquqiy xujjatlarga rioya qilish kabilar.

Chakana tovar aylanishini rejalashtirishda har bir savdo korxonasi,

shaxobchasi unga ta’sir qiluvchi tashqi muhitni va ichki omillarni to‘la hisobga olishga erishishi mumkin.

Birinchidan, ichki omillarni hisob kitob qilish, ya’ni:

- moliyaviy ta’minot (xususiy, jalb qilingan moliyaviy resurslar);
- shaxsiy xarakterga ega omillar (ish vaqti, ishchilarning kasbiy mahorati, xavf – xatarlarni bartaraf qilish imkoniyati);
- savdo shaxobchasining joylashishi tovar assortimenti;
- atrofdagi aholini ijtimoiy holati (daromadi; soni; aholining tarkibi (nafaqachi, o‘qituvchi, talaba, ishlash joyi, oila soni; urf odati va xokozolar).

Tashqi muhitga siyosiy, iqtisodiy, xuquqiy ijtimoiy demografik omillar va sotib oluvchilar (talab), tovar yetkazuvchilar (taklif), raqobatchilar kabilarni ta’sir darajasini kiritish mumkin.

Chakana tovar aylanishi hajmini va tarkibini rejalashtirish nihoyatda murakkab (iqtisodiy, matematik va statistik hisob kitob nuqtai nazaridan) vazifalar qatoriga kiradi.

Tovarlarni sotish miqdorini aniqlash natijani aniq belgilashni nazarda tutadi. Kelajakda qanday o‘zgarishlar sodir bo‘lishini ko‘ra bilishni taqazo qiladi. Uni hal qilish uchun sanoq ko‘rsatkichi usullarini ishlatishni talab qiladi. Bu esa o‘z yo‘lida o‘tgan yillar uchun chakana tovar aylanishi hajmini, tarkibini chuqur tahlil qilish, uning tendensiyalarini aniqlash kabi vazifalari bajarilishi asosida amalga oshishi mumkin. Bunda kelajakni baholash uchun rahbarlar va mutaxasislardan kasbiy mahorat, barcha omillarni sifat va ekspert baholash usullaridan foydalana bilishni talab qiladi.

Chakana tovar aylanishini qisqa muddatga rejalashtirish jarayonida biz ushbu bobning 9.4.1 paragrafida keltirilgan qoidalarga asoslanishni taklif qilamiz.

Chakana tovar aylanishi rejalashtirishda turli usullardan foydalaniladi. Ular qatoriga balans usuli, har xil texnik-statistik hisob kitoblar usuli, iqtisodiy matematik usullar, o‘rtacha siljish xisob kitobi kabilarni kiritish mumkin.

Amaliyotda biz yuqorida keltirilgan omillar, qoidalarni hisobga olgan holda rejalashtirishni alternativ usuli sifatida “o‘rtacha siljish”

usulidan foydalaniladi.

Ushbu usulning mazmuni quyidagilardan iborat.

Chakana tovar aylanish hajmi hisobi quyidagi tarkibiy bo‘limlar bo‘yicha amalga oshiriladi:

- aholiga sotilgan tovarlar hajmi;
- korxonalar, tashkilotlar, muassasalarni umumiy xo‘jalik ehtiyojini qondirish uchun sotilgan tovarlar (mayda ulgurji tovar aylanishi).

Chakana tovar aylanishini joriy rejalashtirish bir yilga, kvartallar va oylar bo‘yicha amalga oshiriladi.

Kelayotgan yilga chakana tovar aylanishini rejalashtirishda kamida besh o‘tgan yil uchun chakana tovar aylanishini tahlil qilish tavsiya qilinadi. Tahlil jarayonida chakana tovar aylanishi rivojlanish qonunyatlarini aniqlash, unga ta’sir qilgan omillarning miqdorini aniqlash zarur bo‘ladi(9.2.2 va 9.2.3 paragraflariga qaralsin).

“o‘rtacha siljish” usulini ishlatishda dinamik qatorni har uch yil uchun “baravarlashtirilgan” o‘rtacha miqdori aniqlanadi. Uning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz. Masalan dinamik qator besh yildan iborat deb hisoblaylik.

O‘rtacha siljish ko‘rsatkichi “$\bar{K}$” chakana tovar aylanishini, har uch yil uchun o‘rtacha o‘zgarish surati foiz hisobida ko‘rsatiladi. “$\bar{K}$” – har yillik o‘sish suratini foiz hisobida anglatadi. Hisob kitob quyidacha amalga oshiriladi:

$$\bar{K}_1 = \frac{K_1 + K_2 + K_3}{3};$$

$$\bar{K}_2 = \frac{K_2 + K_3 + K_4}{3};$$

$$\bar{K}_3 = \frac{K_3 + K_4 + K_5}{3}.$$

Ushbu har uch yil uchun hisoblangan o‘rtacha siljish ko‘rsatkichlari asosida besh yil davr uchun o‘rtacha o‘sish miqdorini ($\bar{\Delta}$) quydagicha aniqlash mumkin.

$$\bar{\Delta} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{\Pi - 1}$$

Bu yerda $\bar{K}_n$ – dinamik qatorni oxirgi ko‘rsatkichi;

$\bar{K}_1$ – dinamik qatorning boshidagi ko‘rsatkichi;

Π - dinamik qatorning umumiy soni.

Rejalashtiririlgan yil uchun chakana tovar aylanishi o‘sish surati ($\bar{K}_г$) quyidagicha aniqlanadi:

Baravarlashtirilgan o‘rtacha dinamik qator ko‘rsatkichini joriy yil bilan birga ikki qadam jildirish orqali, ya’ni

$$\bar{K}_г = K_5 \cdot 2 \cdot \bar{\Delta}$$ aniqlanadi.

Ushbu usul bilan aholiga sotilgan tovarlar va mayda ulgurji tovarlar aylanish xajmi tovar aylanishni kvartallar va oylar bo‘yicha ham hisob kitob qilish mumkin.

Chakana tovar aylanishini kvartallar bo‘yicha aniqlashda kvartallarni yillik tovar aylanishidagi hissasi, foiz hisobida (K), oylarni kvartal tovar aylanishidagi hissasi (K) hisobga olinadi va ularni baravarlashtirilgan o‘rtacha siljish miqdori aniqlanadi. Uning uchun yuqorida keltirilgan formula ishlatiladi.

9.4.3. Chakana tovar aylanishini tarkibi (assortimenti) ni prognozlash va rejalashtirish

Chakana tovar aylanishi assortimentini rejalashtirish savdo korxonalarining asosiy maqsadini amalga oshirishga yo‘naltirilgan bo‘lishi lozim.

Chakana tovar aylanishi assortimentini prognozlashtirish va rejalashtirish juda murakkab iqtisodiy jarayon bo‘lib, u hayotdagi barcha ijtimoiy-iqtisodiy o‘zgarishlar bilan chambarchas bog‘liq, aholining talabini qondirish jarayonini anglatuvchi ko‘rsatkich hisoblanadi. Uni iqtisodiy asoslangan miqdori aholiga iste’mol tovarlarini ishlab chiqarish uchun buyurtmalar berish, ishlab chiqarishni rivojlanishini rag‘batlantirish, yangi tovarlarni ishlab chiqarish, talabga javob bermaydiganlarni yangisi bilan almashtirish kabi muammolarni hal qilish uchun asos bo‘lib hisoblanadi.

Ushbu ko‘rsatkich iste’mol tovarlarini ishlab chiqarish va iste’mol qilish jarayonlari bilan bog‘liq bo‘lgan ilmiy-texnik ixtirolar, moda kabi

murakkab jarayonlarda namoyon qiladi.

Chakana tovar aylanishi assortimentini rejalashtirishda alohida tovar guruhlarini xususiyatlaridan kelib chiqib, har xil usullardan foydalanish tavsiya qilinadi.

Tovarlarni ishlab chiqarish, bozorga kirish va kirmasligi, iste'mol qilinishi xususiyatlaridan kelib chiqib, ularni quyidagi makroguruhlarga ajratish mumkin:

1. aholi talabini bir qismi shaxsiy xo'jalik hisobidan qondiriladigan oziq-ovqatlar (notovar mahsulotlar ya'ni qishloq xo'jaligi mahsulotlari-go'sht, sut, tuxum, sabzavotlar, mevalar);

2. aholi talabi to'la savdo korxonalaridan sotib olish hisobidan qondiriladigan oziq-ovqatlar;

3. aholi talabini tovar resurslari hisobidan to'la qondirish mumkin bo'lgan nooziq-ovqatlar;

4. qisman ishlab chiqarilishi chegaralangan nooziq-ovqatlar;

5. Uzoq muddatda iste'mol qilinadigan nooziq-ovqatlar. Ularni sotilish miqdori aholini pul bilan ta'minlanganlik darajasiga bog'liq.

Chakana tovar aylanishi assortimentini rejalashtirishda bir qator omillar e'tiborga olinishi zarur. Ularni asosiylariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- aholining xarid fondi miqdori (8.2.4 paragrafga qaralsin);
- ayrim tovarlar bilan aholini ta'minlanganligi (Uzoq muddatda iste'mol qilinadigan nooziq-ovqat tovarlari), ya'ni ushbu tovarlarni 100 oilaga to'g'ri kelishi;
- alohida tovar guruhlari bo'yicha aholi jon boshiga to'g'ri keladigan chakana tovar aylanishi, oxirgi 3-5 yillarda shakllangan iste'mol miqdori;
- oxirgi 3-5 yillarda shakllangan chakana tovar aylanishi tarkibi, ya'ni umumiy chakana tovar aylanishida alohida tovar guruhlarini hissasi, foiz hisobida;
- alohida tovarlarni hududga (tuman, shahar, viloyat) ishlab chiqarish miqdori yoki boshqa hududlarda ishlab chiqarilishi, chet-eldan keltiriladigan tovarlarga bo'lib tahlil qilish natijalari;

- oziq-ovqatlarni iste’mol qilishni fizologik normalari va nooziq-ovqatlarni rasional ishlatish normalari, ularni haqiqiy iste’mol miqdori bilan solishtirma ko‘rsatkichlari;
- aholini uy-joy bilan ta’minlanganlik darajasi va uni kelajakda rivojlanish ko‘rsatkichlari;
- aholiga xizmat qiluvchi korxonalarni rivojlanishi. Masalan, atelyelar, ustaxonalar va hokazolar.

Chakana tovar aylanishi assortimentini rejalashtirishda ishlatiladigan ayrim usullarni keltiramiz:

I. Fiziologik va rasional ishlatish normalari orqali kelajakda iste’mol qilish miqdori quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$П = П_f \cdot J_n^k \cdot \sqrt[П]{(\frac{N_П}{N_f})^K}$$

Bunda:

$П_k$ – k-yiliga iste’mol qilinadigan tovarlarning umumiy hajmi.

$П_f$ – bazis yilida iste’mol qilingan tovarlar hajmi;

J_n^k - aholi sonining o‘zgarish indeksi;

N_n – 1 kishiga to‘g‘ri keladigan iste’mol normasi;

N_f – 1 kishiga to‘g‘ri keladigan haqiqiy iste’mol;

$П$ - iste’mol normasiga yetish muddati;

K – prognoz (reja) lashtirilayotgan yil.

II. Uzoq muddat iste’mol qilinadigan tovarlar bo‘yicha:

$$\mathbf{ChTA_k = (N_o \cdot O_r - T_a + U)\ B}$$

Bunda:

$ChTA_k$ – k-yilga tovar aylanishi;

N_o – oilaning ta’minlanish normasi;

O_r – rejalashtirilgan yilga oilalar soni;

T_a – rejalashtirilgan yil boshiga oiladagi mavjud tovarlar;

U – rejalashtirilgan yilga tovarlarning tuzishi, eskirishi.

B – baho (rejalashtirilayotgan yilga).

III. Tovar assortimenttini rejalashtirish uchun iqtisodiy matematik usullardan ham foydalanish mumkin (8.1.2 paragrafga qaralsin).

IV. Elastiklik koeffisiyenti ko‘rsatkichidan foydalanish usuli. Ushbu usul orqali tovar aylanishi assortimenttini aholining daromadi yoki harid fondining o‘sish sur’ati bilan solishtirish orqali, yoki tovar resurslarining o‘sish sur’ati bilan solishtirish orqali aniqlash mumkin.

Bunda elastiklik koeffisiyenti (E)

$$E = \frac{\Delta y \cdot 100}{y} \div \frac{\Delta x \cdot 100}{x} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{x}{y};$$

Bu yerda: “x” – aholining daromadi yoki xarid fondi yoki tovar resurslari aholi jon boshiga;

“u” – Chakana tovar aylanishi alohida olingan tovar guruhi bo‘yicha, aholi jon boshiga;

“Δ” – ko‘rsatkichning o‘zgarish miqdori.

Ushbu ko‘rsatkich u = a + bx karrolyasion tenglamani yechish yo‘li bilan aniqlanishi mumkin.

Bunda: $E = b \cdot \frac{\bar{x}}{y}$;

“b” – regressiya koeffisiyenti.

Masalan, aytaylik biror bir tovar guruhi bo‘yicha elastiklik koeffisiyenti aholi daromadiga nisbatan 1,5 chiqdi. Ushbu qursatkich aholining daromadi 1% ga oshsa, hisobga olingan tovar guruhi bo‘yicha aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishi 1,5 % o‘sishi mumkinligi anglatadi.

Agarda aholining jon boshiga to‘g‘ri kelgan daromadi rejalashtirilgan yilga 10 % o‘sishi mo‘ljallangan bo‘lsa, aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishi (tovar guruhi bo‘yicha)

$10 \cdot 1{,}5 = 15$ %

foizga oshishi mumkin.

Bu holda aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishi rejalashtirilgan yilga (U_r)

$$U_r = \frac{Y_j \cdot (100 + 15)}{100}$$

teng bo‘ladi.

Bu yerda: “U_j” – joriy yildagi aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan

chakana tovar aylanishi summasi.

Misolda olingan tovar guruhi bo‘yicha chakana tovar aylanishi umumiy hajmi quyidagicha aniqlanadi:

ChTAr = Ur • As.r;

Bu yerda: ChTAr – misolda olingan tovar guruhi bo‘yicha rejalashtirilgan yilga chakana tovar aylanishi summasi;

As.r – rejalashtirilgan yilga aholining soni.

V. Chakana tovar aylanishi assortimentini rejalashtirishda real ko‘rsatkichga yaqin natijaga erishish uchun (bu usul chet ellar amaliyotida ham ishlatiladi) “o‘rtacha siljish” usulidan foydalanishni tavsiya qilamiz (usul 9.2.4 paragrafda ko‘rsatilgan). Bunda ohirgi besh yil muddatda chakana tovar aylanishi hajmida oldin uning makrotartibi (oziq-ovqatlar va nooziq-ovqatlar) bo‘yicha hisob kitob qilinadi, so‘ng tovar guruhlarini oziq-ovqat tovarlari xajmidagi hissasi alohida va nooziq-ovqatlar xajmidagi hissasi alohida hisob kitob qilinishi tavsiya qilinadi.

Ushbu usul bilan chakana tovar aylanishi tarkibi (tovar guruhlarini chakana tovar aylanishidagi hissasi) rejalashtirilgan yilga aniqlanadi va so‘ng rejalashtirilgan chakana tovar aylanishi hajmidan kelib chiqqan holda alohida tovar guruhlari bo‘yicha chakana tovar aylanish summasi aniqlanadi.

9.5. Tovar zaxiralari va tovarlar kelishini rejalashtirish

9.5.1. Tovar zahiralarini normallashtirish usullari

Tovar zahiralarini normallashtirish alohida savdo shaxobchalari uchun tovar guruhlari bo‘yicha amalga oshiriladi. Amaliyotda asosan ikki xil usul, ya’ni tajriba – statistik va texnik – iqtisodiy hisoblash usullari qo‘llaniladi.

Tajriba – statistik usul ko‘p tarqalgan va ishlatilishi oddiyroq usul hisoblanib, ushbu usul orqali tovar zahiralari normativi uni bor ma’lumotlarni tahlil qilish asosida aniqlanadi.

Texnik – iqtisodiy xisoblash usuli orqali tovar zahiralari normativi, uni elementlarga ajratish orqali birinchi usulga nisbatan asoslanganroq hisoblanadi

Tovar zahiralari normativi joriy tovar zahiralari chakana savdo shaxobchalari, ulgurji savdo omborlari, umumiy ovqatlanish karxonalari va yo‘ldagi tovarlar uchun alohida xisob – kitob qilinadi.

Joriy tovar zahiralariga savdo shahobchalarida (magazin, kiosk, laryok, ularni yordamchi xonalarida), ulgurji baza omborlarida, umumiy ovqatlanish karxonalarida (restoran, oshxona, kafe) saqlanayotgan joriy zahiralar kiradi. Bular kunlar hisobida va so‘mda normallashtiriladi.

Yo‘ldagi tovarlarga chakana va ulgurji savdo karxonalari tamonidan sotib olingan, yo‘lda kelayotgan va (tovar) yetkazuvchi (patavshik) lar tamonidan jo‘natilgan lekin to‘lov hujjatlari ham bankka belgilangan muddatda topshirilmagan tovarlar kiritiladi.

Bu zahiralar alohida kunlar va so‘m hisobida normallashtiriladi va keyin joriy zahiralar normativiga qo‘shiladi.

Mavsumiy va oldindan yetkazib beriladigan tovar zahiralari ularni tashish va sotish rejalari asosida so‘m hisobida alohida rejalashtiriladi. Ushbu zahiralar har kvartalning oxiriga hisob – kitob qilinadi.

Tovar zahiralarini normallashtirish qoida va usullarini ko‘rib chiqamiz.

Tovar zahiralarini normativlari qiymat o‘lchovlarda (so‘mda) va nisbiy ko‘rsatkichlarda, ya’ni kunlar hisobida aniqlanadi.

Tovar zahiralari normativini aniqlashda birinchi qoida uning miqdori ehtimolda tutilgan maksimal va minimal miqdori o‘rtasida bo‘lishi kerak.

Bu qoida quyidagicha ifodalanadi

3max>3th>3min

Bunda:

3t max – tovar zahiralari maksimal miqdori;

3th – tovar zahiralari normativi;

3t min – tovar zahiralari minimal miqdordi.

Savdo tashkilotlari va karxonalarida joriy tovar zahiralari normalashtiriladi.

Joriy tovar zahiralari normativlari statistik – tajriba, texnik – iqtisodiy va matematik usullar yordamida amalga oshiriladi.

Tovar zahiralari normativini aniqlash tovar taklifi va talabni bozor

konyukturasini tovar zahiralari normativlari va haqiqiy xolatini, tovar zahiralariga ta’sir qiluvchi omillarni chuqur va kompleks tahlil qilingandan kelib chiqqan xulosalarga asoslanish zarur. Tahlil biznesga o‘tgan yillar ma’lumotlarini qamrab olish zarur.

Bunday tahlil savdo karxonalari va shaxobchalarini barcha nerarxik (urovenlarida) bo‘g‘inlarida amalga oshirilishi zarur.

Bunda umumiy qoida imkon boricha ko‘proq omillarni va dinamik qatorlarni yillar qamrab olishi hisoblanadi.

Dinamik qatorlarni tahlil qilishda kuo‘proq matematik usullardan – regression modellar, korrelyasion tahlil, ko‘p omilli tahlillardan foydalanish tavsiya qilinadi.

Tovar zahiralari normativlashtirish uning alohida tarkibiy elementlarini tovar guruhlari bo‘yicha hisoblash orqali amalga oshiriladi.

Normativlar chakana savdo, ulgurji savdo, umumiy ovqatlanish karxonalari va (mavsumiy, muddatdan avval olib borilgan) normativlar bo‘yicha alohida hisoblanadi.

Chakana savdo uchun alohida ko‘rib chiqamiz

Chakana savdoda joriy tovar zahiralari normativi quyidagi elementlardan tashkil topadi.

I. Tovar guruxlari bo‘yicha normativlar summasi.

II. Yo‘ldagi tovarlar normativi.

Tovar guruxlari bo‘yicha normativ quyidagilardan tashkil topadi.

1. Tovarlarni qabul qilish va sotishga tayyorlash davriga zahira – KS. Uning miqdori tovar guruxlari (assortimenti) ni tavsifiga bog‘liq va 0,5 -1,5 kun miqdorida xisobga olish mumkin.

2. Ishchi zahira (Iz) u savdo zalida doimiy saqlanadigan, ko‘rsatishga mo‘ljallangan tovarlardan iborat bo‘ladi.

$$Iz=\frac{A_T \cdot B}{ChTA \div 90}=\frac{A_T \cdot B}{T_K}$$

A t- assortiment turlari.

3. Savdoni yangi tovarlar kelguncha o‘zluksiz ta’minlash uchun zarur bo‘lgan tovarlar (Ch) joriy to‘ldirish zahirasi. Bu zahira tovarlarni keltirish muddatiga tovar assortimentini oddiy yoki murakkabligiga bog‘liq.

Tovar zahiralari bu elementi normativini ko‘p qismini tashkil qiladi va tovar kelganda (max), tovarlar kelishi arafasida (min) darajada bo‘ladi.

Shuning uchun biz yuqorida keltirgan $З_{t\ max} > З_{t\ m} > З_{t1\ min}$

qoidadan foydalanib tovarlarni keltirish muddatini o‘rtacha miqdori (Ch) aniqlanadi va normalashtirish jarayonida uning yarmi hisobga olinadi Ch½.

Joriy to‘ldirish zahirasini normallashtirishda tovarlar kelishining davri va tezligi, talabning miqdori, buyurtma berish taritbi, buyurtmani bajarish sharti, tovarlarni tashishga va saqlashga ketadigan xarajatlar miqdori hisobga olinadi.

Joriy to‘ldirish zahirasining miqdori optimallashtiriladi va bu ko‘rsatkich orqali joriy to‘ldirish zahirasi miqdori to‘la optimallashtirilishi mumkin.

Tovar assortimentini umumiy soni va bir marotaba keltirishda necha xil assortiment kelishini hisobga olib tovar assortimentini to‘la komplektlash koeffisenti aniqlanadi (K_k) va bu ko‘rsatkich orqali savdo korxonasida necha kundan keyin to‘la komplekt ta’minlanishi aniqlanadi.

Masalan: do‘konda matolarni turlari 15 xil.

Bir marotaba keltirishda 4 xil mato keltirildi, ularning keltirish muddati 1 oyda bir marotaba, ya’ni 30 kunda.

$$Kk = \frac{4}{15} = 0{,}267$$

Undan kelib chiqib,

$$Ch = \frac{30}{0{,}267} = 112$$ kun, buning yarmi 112 : 2 = 56 kun.

4.Kafolat uchun zarur bo‘lgan tovar zahiralari. Bu zahira tovarlarni keltirish muddati bo‘ziladi, talab keskin o‘zgarishi va boshqa ko‘zda tutilmagan holatlar yuz berib kelganda savdoni ta’minlash uchun zarur bo‘ladi (K).

Yuqoridagilardan kelib chiqib, jami tovar zahiralari normativi (N)barobar bo‘ladi: oddiy assortimentdagi tovarlar uchun

$$N=KS + Iz + Ch\ ½ + K$$

5.Murakkab assortimentli tovar guruhlari uchun

$N= KS + I_Z + (Ch:K_K)$ ½ +K

Ushbu normativni joriy to‘ldirish zahirasini (Ch) optimallashtirish orqali umumiy normativni optimal miqdorini aniqlash ingliz matematik olimlari Uilson – Uaytinlar tavsiya qilgan matematik modeldan foydalanish mumkin. Bu model tovarlarni keltirishga va saqlashga ketadigan harajatlarni minimallashtirish orqali hisob – kitob qilinadi. Buning uchun minimal harajatlar tovarlarni tashish optimal partiyasi qanday miqdorida ta’minlanishini aniqlash orqali amalga oshiriladi.

$$S^0 = \sqrt{\frac{2KQ}{C}}$$

S^0 – optimal partiya miqdori, (kip, qop, kg, t, dona)

K – tovarlarni tashishga ketgan harajat, o‘lchovi, so‘m birligida.

S – saqlash harajatlari, so‘m o‘lchov birligida.

Q– chakana tovar aylanishi hajmi, natural ko‘rsatkichda.

Ushbu formuladan foydalangan holda tovarlarni keltirishni optimal sonini aniqlash mumkin (P)

$$P=\frac{Q}{S^0}=\sqrt{\frac{CQ}{2K}}$$

Bu ko‘rsatkich bir yilda 1 kvartalda necha marotaba tovarlar partiyasi keltirilishini ko‘rsatadi.

Tovarlarni keltirish qanday intervalda, yoki necha kundan keyin tovarlar partiyasi keltirilishini (Ch) aniqlash mumkin

$$Ch=\frac{K_i}{\Pi}=K_i\cdot\sqrt{\frac{2K}{CQ}}$$

K_i – davr kuni, 360 yoki 90 kun.

Tovar guruhlari bo‘yicha N summasiga yo‘ldagi va jo‘natilgan lekin hisob uchun hujjatlar yetib kelmagan tovarlar normativini qo‘shish kerak.

Uni aniqlash uchun o‘tgan yil holati olinadi va o‘rtacha xranalogik usul bilan o‘rtacha summa aniqlanadi M: 1 yanvarga - 29,4; 1 aprelga - 26,3; 1 iyulga – 28,7; 1 oktyabrga – 29,9; 1 yanvar rejalashtirilgan yilga – 28,8

$$\frac{\frac{29,4}{2} + 26,3 + 28,7 + 29,9 + \frac{28,8}{2}}{5-1} = 28,5 \text{ m.s}$$

Jami tovar zahiralari bilan bir qatorda mavsumiy va oldindan tashib qo‘yiladigan tovar zahiralari summasi normallashtiriladi. Ularni tovarlarni tashish davrini rejasi va chakana tovar aylanishi hajmini hisobga olib aniqlaydi. Bunda mavsumiy tovar zahiralari uchun ularni turlari va mavsumiy saqlanish muddati hisobga olinadi.

Oldindan tashiladiganlar uchun esa tovarlarni tashish muddati va saqlanish davri hisobga olinadi.

Bular faqat absolyut so‘mda hisoblanadi.

Masalan: qishki palto: mart – avgust

Tovar zahiralari – 1 aprelga 0,9 m. so‘m

I.kv. tashish rejasi 1,5 m. so‘m

II.kv. chakana tovar aylanishi rejasi 0,4 m. so‘m. Ushbu ma’lumotlardan kelib chiqib, 1 iyulga tovar zahiralarini aniqlash mumkin:

$TZ_1 – 1.07 = 0,9 + 1,5 – 0,4 = 2,0$ m. s.

9.5.2. Tovar zahiralarini kvartallar bo‘yicha rejalashtirish

Texnik-iqtisodiy hisoblar orqali rejalashtirilgan yilning IV kvartaliga aniqlangan tovar zahiralar normativi va joriy yilning IV kvartali normativi asosida rejalashtirilgan yilning I, II, III kvartallari uchun tovar zahiralari normativi so‘m va kunlar hisobida aniqlanadi.

Buning uchun rejalashtirilgan yilning IV kvartal normatividan joriy yilning IV kvartal normativini ayirib tashlash yo‘li bilan tovar zahiralarini o‘zgarish miqdori so‘m hisobida aniqlanadi. Asosiy maqsad I, II, III kvartallarga yuqorida aniqlangan farqni taqsimlash yo‘li bilan ushbu kvartallar uchun tovar zahiralari normativini aniqlashdan iborat.

Ushbu farqni taqsimlash ikki xil usul bilan amalga oshiriladi.

Birinchi usul agar kvartallar tovar aylanishi hissasi keskin farq qilmasa ushbu farq bir xil miqdorda taqsimlanadi. Ya’ni uni to‘rtga bo‘lib, IV kvartal joriy yil normativiga qo‘shilsa I kvartal rejalashtirilgan yil normativi aniqlanadi. I kvartal normativiga farqni qo‘shib II kvartal

normativi va II kvartal normativiga yana farqni qo‘shib III kvartal normativi aniqlanadi.

Har kvartal uchun aniqlangan normativlar summasini tegishli kvartalning 1 kunlik tovar aylanishiga bo‘lish orqali tovar zahiralarining kun hisobidagi normativi hisoblanadi.

Ikkinchi usul agar kvartallar tovar aylanishi hissasi keskin farq qilsa ishlatiladi. Bunda tovar zahiralari (IV kvartal joriy va rejalashtirilgan yillari) farqi kvartallararo har bir kvartalning yillik tovar aylanishidagi hissasiga nisbatan taqsimlanadi va qolgan jarayon birinchi usul tartibi bo‘yicha amalga oshiriladi.

Ushbu usullarni ishlatilish tartibini quyidagi shartli misolda ko‘rib chiqamiz.

Masalan: 1. joriy yilning IV kvartaliga normativ-1520 ming so‘m.

2. Rejalashtirilgan yilning IV kvartaliga normativ-1620 ming so‘m

Normativlar farqi = 1620-1520=100 ming so‘m

Birinchi usul bo‘yicha normativlarni aniqlaymiz:

1. Normativlar farqini o‘rta taqsimlash miqdori=100:4=25 ming so‘m

2. Rejalashtirilgan yilga tovar zahiralari normativi:

2.1 I kvartalga = 1520+25=1545 ming so‘m

2.2 II kvartalga = 1545+25=1570 ming so‘m

2.3 III kvartalga = 1570+25=1595 ming so‘m

2.4 IV kvartalga = 1595+25=1620 ming so‘m

3. Rejalashtirilgan yilga chakana tovar aylanishi:

3.1 I kvartalga 1530 ming so‘m, bir kunligi 1530:90=17,0 ming so‘m

3.2 II kvartalga 1610 ming so‘m, bir kunligi 1610:90=17,9 ming so‘m

3.3 III kvartalga 1730 ming so‘m, bir kunligi 1730:90=19,2 ming so‘m

3.4 IV kvartalga 1790 ming so‘m, bir kunligi 1790:90=19,9 ming so‘m

4. Kvartallar bo‘yicha tovar zahiralar normativi, kunlarda:

4.1 I kvartalga = 1545:17=91 kun

4.2 II kvartalga = 1570:17,9=88 kun

4.3 III kvartalga = 1595:19,2=83 kun

4.4 IV kvartalga = 1620:19,9=81 kun

Ikkinchi usul bo‘yicha, ya’ni kvartallarda tovar aylanishi tovar aylanishi hissalari keskin farq qilgan holda. Ushbu usul bo‘yicha tovar zahiralari normativini aniqlash yo‘lini quyidagi jadvaldagi ma’lumotlar orqali keltiramiz:

9.15 - jadval

Tovar zahiralarini normativini kvartallar bo‘yicha hisob-kitobi

(summasi ming so‘m)

Kvartallar	**Chakana tovar aylanishi**		**Umumiy ChTA.da kvartallar hissasi, %**	**Tovar zahiralari normativi**		
	Jami	**Bir kunligi**		**Normativlarni o‘zgarish miqdori**	**summasi**	**Kun-larda**
1	**2**	**3=2:90**	**4=(2·100)/jamiga**	**5**	**6**	**7=6:3**
1. Joriy yilni IV kvartali	1490	16,6	-		1520	91,6
2. Rejalash-tirilgan yil IV kvartal	1820	20,2	27,4	(100·27,4)/100=27,4	1620	80,2
I kvartal	1530	17,0	23,0	(100·23)/100= =23,0	1520+23= 1543	90,8
II kvartal	1610	17,9	24,5	(100·24,5)/100=24,5	1543+24,5=1567,6	87,5
III kvartal	1700	18,9	25,5	(100·25,5)/100=25,5	1567,6+25,5=1593,1	86,1
Jami	**6660**	**18,5**	**100,0**	**1620-1520=100**	**-**	**-**

9.5.3. Tovarlar kelishini rejalashtirish

Chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichlarini rejalashtirishni oxirgi etapi chakana tovar aylanishini tovarlar bilan ta’minlanishini (tovarlarini kelishini) rejalashtirishdan iborat. Chunki tovar ta’minoti chakana tovar aylanishini moddiy asosini tashkil qiladi. Chakana tovar aylanishi rejasini bajarilishi(umumiy xajmi va tarkibi bo‘yicha) asosan tovarlarni keltirilishi va tovar zaxiralarini holatiga bog‘liq.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida chakana savdo, umumiy ovqatlanish shaxobchalarining soni va ularni tovarlar bilan ta’minlovchilarni soni va doirasi juda kengayib ketdi. (Tovar ishlab chiqaruvchilar, ulgurji savdo bazalari, har xil darajadagi vositachilar, 8.2.3 paragrafga qaralsin). Ushbu holat chakana tovar aylanishini tovar ta’minotini rejalashtirishni murakkablashtirib yuboradi.

Chakana tovar aylanishini tovarlar bilan ta’minlash rejasi chakana tovar aylanishi xajmi va assortimenti bo‘yicha rejalar, tovar zaxiralari holati va normativlari, iste’mol tovarlari taklifi rejasi (ushbu ko‘rsatkichni rejalashtirish 8.2.4 paragrafda keltirilgan) kabi ko‘rsatkichlarga asoslangan holda aniqlanishi zarur.

Tovarlar ta’minoti(tovarlarni keltirish) rejasini ishlab chiqishda savdo va umumiy ovqatlanish shaxobchalarini tovar ta’minotchilari bilan to‘zilgan shartnoma (kantrakt) larini hisobga olish katta ahamiyatga ega. Shu sababli, tovar ta’minoti rejasining umumiy hajmi, ayniqsa uning assortimenti tovarlar manbalari bo‘yicha tuzilishi zarur.

Tovarlarni keltirish rejasi natural va qiymat ko‘rsatkichlarida aniqlanadi.

Metodologik nuqtai nazardan chakana tovar aylanishini tovar ta’minoti rejasi uni assortimentlar bo‘yicha oldin natural ko‘rsatkichlarda hisob kitob qilish, ikkinchi bosqichda tovar guruhlari bo‘yicha prognoz qilingan o‘rtacha baholar orqali qiymatini aniqlash va uchinchi bosqichda tovar ta’minotini umumiy hajmi tovar guruhlari bo‘yicha aniqlangan summalarini jamlash orqali nihoyasiga yetish zarur.

Tovar ta’minotining assortimentlar bo‘yicha rejalashtirishda tovarlarni tabiiy yoki boshqa omillar ta’siri ostida yemirilishi, yo‘qolishi

kabilar ham hisobga olinishi zarur. Shu bilan bir qatorda savdo shaxobchalari orqali ovqatlanish korxonalari va boshqa savdo shaxobchalari, maishiy xizmat korxonalariga tovarlarni sotish yoki qayta ishlash uchun jo‘natilishi rejalashtirilgan bo‘lsa, ushbu ko‘rsatkichlar ham e’tiborga olinishi zarur.

Tovar keltirilishi rejasi aniq hisob-kitoblarga asoslangan bo‘lishi kerak. Ushbu ko‘rsatkichlarni rejalashtirishda texnik-iqtisodiy hisoblash va balans usullaridan foydalaniladi (9.1.4 paragrafga qaralsin).

Tovarlar ta’minoti viloyat, Respublika miqqiyosida prognozlashtirish va rejalashtirishda iqtisodiy matematik usullardan foydalanish yaxshi natijalar berishi mumkin.

Tayanch iboralar: Chakana tovar aylanishi, chakana tovar aylanishi xajmi (miqdori), chakana tovar aylanish tarkibi, mayda ulgurji tovar aylanishi, tovar zaxiralari, tovar ta’minoti, tovarlarning kelishi, tovar zaxiralari, tovar aylanishi, tovar ta’limoti, tovarlarni kelishi, tovar zaxiralari, tovarlar kelishi, normativ, normalashtirish, reja, rejalashtirish, usullar.

Takrorlash uchun savollar

1. Chakana tovar aylanishi ta’rifini ayting?
2. Chakana tovar aylanishi tarkibini ayting?
3. Chakana tovar aylanishi qanday jarayon?
4. Chakana tovar aylanishi hajmi nimani anglatadi va qanday formula bilan ifodalanadi?
5. Chakana tovar aylanishi tarkibiga qanday sotishlar kiritilmaydi?
6. Chakana tovar aylanishi tahlilini vazifalarini ayting?
7. Chakana tovar aylanishi tahlilida ishlatiladigan ko‘rsatkichlarni sanang va ularni mazmunini yoriting.
8. Chakana tovar aylanishini tahlil qilishda qanday usullardan
9. Rejani bajarish foizi qanday aniqlanadi?
10. Chakana tovar aylanishi dinamikasi qanday xisoblanadi?
11. Rejani bajarilishi maromiyligi yoki mavsumiyligi qanday ko‘rsatkichlar orqali xisoblanadi?

12. Chakana tovar aylanishi bilan bog‘liq bo‘lgan indekslarni ayting va ularni mazmunini yoriting?
13. Zaxira nima va u qanday turlarga bo‘linadi?
14. Tovar zaxirasi tushunchasini yoriting?
15. Tovar zaxiralari qanday turlarga bo‘linadi?
16. Tovar zaxiralari ko‘rsatkichlarini ayting va ular qanday xisoblanadi?
17. Tovar zaxiralari kunlari xisobidagi ko‘rsatkichi nimani anglatadi?
18. Tovar ayriboshlash ko‘rsatkichlari qanday xisoblanadi va nimani anglatadi?
19. Tovar zaxiralari miqdori va uni ko‘rsatgichlariga qanday omillar ta’sir qiladi?
20. Tovar zaxiralarini normalashtirishda qanday qoidaga rioya qilish kerak?
21. Tovar zaxiralarini normalashtirishda qanday usullardan foydalaniladi?
22. Joriy tovar zaxiralarini normalashtirish tartibini yoritib bering?
23. Joriy tovar zaxiralarini normativini aniqlash formulasini yozing?
24. Joriy tovar zaxiralarini kvartallar bo‘yicha rejasini aniqlash usullarini ayting?
25. Mavsumiy va oldindan yetkazib beriladigan tovar zaxiralari qanday rejalashtiriladi?
26. Tovarlar kelishini qanday rejalashtiradi?

X BOB. ULGURJI TOVAR AYLANISHI

10.1 Bozor iqtidiyoti sharoitida ulgurji savdo uning zaruryati va ahamiyati

Tovar muomalasi jarayonidan iste’mol tovarlarining ishlab chiqarishdan iste’mol sohasiga o‘tishi bosqichma-bosqich amalga oshadi. Dastlab tovarlar ulgurji sotilish sohasiga kelib tushadi. Ular muomalasining yakunlovchi bosqichi savdoning chakana bo‘g‘iniga mansub bo‘ladi. Shu tarzda, iste’mol tovarlari muomalasi jarayoni ikkita o‘zaro bog‘lik, qismlar - ulgurji va chakana savdodan tashkil topadi.

Ulgurji savdo keng ma’noda iste’mol tovarlari va ishlab chiqarish vositalari harakatining turli shakllarini, shuningdek, ular harakati jarayonida yuzaga keladigan iqtisodiy munosabatlarni ifodalaydi. U ishlab chiqarish vositalarining bir ishlab chiqarish korxonasidan boshqasiga, tovarlarning ishlab chiqarishdan muomala sohasiga, shuningdek tovarlarning bir savdo korxonasidan boshqasiga va nihoyat qishloq xo‘jalik mahsulotlari xamda xom-ashyolarining qishloq xo‘jalik korxonasidan iste’molchilar (sanoat va savdo korxonalari)ga harakati bilan bog‘lik,.

Ushbu munosabatlar muayyan davlat ichida amalga oshadi. Ma’lumki, xozirgi jaxon iqtisodiyoti rivojining o‘ziga xos xususiyati, mamlakatlar o‘rtasidagi jahon iqtisodiy integrasiyasining takomillashib borayotganligidir. Xalkaro mehnat taqsimotining chuqurlashib borishi bilan davlatlar o‘rtasidagi iqtisodiy munosabatlar, xususan xalqaro savdo aloqalari rivojlanib bormoqda. Alohida mamlakatlar o‘rtasidagi borcha oldi-sotdi bitimlari ulgurji savdo shaklida amalga oshiriladi.

Iste’mol tovarlari ulgurji savdosining zarurati shundaki, ishlab chikarilgan buyumlar bevosita shaxsiy iste’mol sohasiga kelib tushmaydi. Chunki, ishlab chiqarish va iste’mol zamon va makon nuqtai nazaridan bir-biridan farqlanadi. Iste’mol tovarlari ulgurji sotilishi natijasida muomala sohasidagi savdo bo‘g‘inlari orqali shaxsiy iste’molga harakatini davom ettiradi.

Ulgurji savdodan farqli ravishda, iste’mol tovarlarining chakana

savdosi tovarlarni bevosita shaxsiy iste’mol sohasiga o‘tkazadi va muomaladan chiqaradi.

Ulgurji savdo yirik partiyalarda amalga oshiriladi. Bunda tovarlar oxirgi iste’molchilarga sotilmaydi. Shuning uchun, ulgurji savdoda tovarlar bir nechta bo‘g‘inlardan o‘tishi mumkin, ya’ni bir necha bor sotilishi mumkin. Chakana savdoda esa tovarlar oxirgi iste’molchilarga bir marta sotiladi.

Ulgurji savdoning xususiyatlari va funksiyalari birinchi navbatda, zamon va makon nuqtai nazaridan ishlab chiqaruvchilar va iste’molchilar oralig‘ida joylashganligi bilan aniqlanadi.

Ulgurji savdoning xususiyatlariga tovarlarning ishlab chiqarish assortimentidan savdo assortimentiga aylantirish, shuningdek savdo bitimlarining keng ko‘lamda ishlatilishini kiritish mumkin.

Ulgurji savdoning muhim xususiyatlaridan yana biri, unda yagona turdagi tovarlar yoki bir tipdagi muayyan tovarlar bilangina savdo qilishga ixtisoslashadi (masalan, kitoblar). Ayrim ulgurji savdo korxonalari juda kichik hajmdagi bitimlar tuzish asosida muvaffaqiyatli xo‘jalik faoliyatini amalga oshirmoqdalar. Biroq ulgurji savdoning ushbu xususiyati savdo bitimlarining har tomonlama va keng ko‘pchililik xususiyatlari bilan solishtirilganda, ikkinchi darajali bo‘lib qaraladi.

Ulgurji savdoning xususiyatlari ular ishtirokchilarini harakatlantiruvchi mexanizmlarning o‘ziga xosligida ham ko‘zga tashlanadi. Amaliyotda xarid qilishning ikkita motivi va shunga muvofiq tovarlarni sotib olishdan ikkita maqcad ko‘zlanadi.

Birinchisi - xaridor tovarlarni shaxsiy iste’molini qondirish yoki sanoat qayta ishlab chiqarish buyicha manfaatlarini qondirish maqsadida sotib oladi. Ikkinchi motiv va maqsad - tovarlar qayta sotish uchun xarid qilinadi. Shunday qilib, ulgurji savdo korxonalari tovarlarni sanoat iste’molini qondirish yoki qayta sotish uchun jalb qiluvchi mijozlar bilan ishlaydi.

Ulgurji savdoning chakana savdodan farqlantiruvchi asosiy xususiyatlaridan yana biri, u bajaradigan iqtisodiy va tashkiliy – texnik funksiyalarining keng ko‘lamligidir. Ulgurji savdoning bu funksiyalari

ishlab chiqaruvchilar bilan iste’molchilar o‘rtasida ajratish bilan bog‘liq bo‘lgan, tovarlarni saqlash hisoblanadi. Ulgurji korxonalarda ombor xo‘jaligining mavjudligi kichik ishlab chiqaruvchi va chakana savdo korxonalari uchun katta ahamiyatga ega. Ulgurji savdo korxonalarining tovarlarni saqlash funksiyasini bajarish bir tomondan, ishlab chiqaruvchilarga o‘z mahsulotlarini yirik partiyalarda sotish va shu bilan bog‘liq, holda katta miqdordagi mahsulotlarni saqlash xarajatlarini tejash imkonini bersa, ikkinchi tomondan, chakana savdo korxonalariga juda kam miqdordagi tovar zahiralari bilan ishlash va joriy talabni to‘liq qondirish imkonini beradi.

Ulgurji savdoning tovarlarni tashish funksiyasini bajarish ham ishlab chiqaruvchi, ham iste’molchi korxonalar uchun iqtisodiy jihatdan qulaylik tug‘diradi. Bunda ishlab chiqaruvchilar ko‘p sonli mijozlarga tovarlarni kichik partiyalarda yuklab jo‘natish zaruratidan xolos bo‘ladilar.

O‘z navbatida chakana savdo bilan shug‘ulanuvchilar ham alohida ishlab chiqaruvchilarning barchasi bilan alohida bo‘lib turish zaruratidan kutiladi.

Ulgurji savdo ishlab chiqaruvchilar va istemolchilar o‘rtasida xisob-kitobni amalga oshirish funksiyasini ham bajaradi. Bu asosan kichik biznes va chakana savdo bilan shug‘ullanuvchilar uchun qo‘l keladi. Ulgurji savdo korxonalari tovarlarni qabul qilib olar ekan, hali tovarlar so‘nggi iste’molchilargacha sotilmagan bo‘lsada, to‘lovni amalga oshiradi. Ya’ni, tovarlar oxirgi iste’molchilarga yetib borguncha bulgan davrda ular avanslanadi. Bu ishlab chiqaruvchilar faoliyatining o‘zluksizligini ta’minlaydi va ular mablag‘lari aylanuvchanligini tezlashtiradi. Ulgurji savdo o‘zining hisob-kitob funksiyasi orqali chakana savdo korxonalari ham tovar operasiyalari bo‘yicha avanslanadi, ya’ni (bank o‘rnida) ularning kreditlanishi ta’minlanadi.

Ulgurji savdo korxonalari bozor konyukturasini o‘rganish, shu bilan birga ishlab chiqaruvchilar, tovarlar harakatini ta’minlovchi alohida bo‘g‘inlar va oxirgi iste’molchilarni talab va taklifning xajmi haqidagi axborotlar bilan ta’minlash sohasida ham faol o‘rin egallaydi (axborot funksiyasi, reklama bilan birgalikda).

Bozor iqtisodiyoti amal qiladigan xorijiy mamlakatlarda hozirgi kunda ulgurji savdo bilan ishlab chiqaruvchilarning ulgurji firmalari, tijorat ulgurji tashkilotlari, agentlar va brokerlar shug‘ullanmokdalar. Ishlab chikarilgan tovarlarni o‘zining ulgurji savdo firmalari orqali sotish elektronika, avtomobilsozlik, mashinasozlik kabi soha korxonalarida keng tarqalgan. Tijorat ulgurji tashkilotlari tovarlarga egalik huquqini qulga kiritadi, shuningdek, har xil iste’mol tovarlari bilan shug‘ullanadi. Agentlar va brokerlar - bular vositachilar sanalib, ulgurji savdo bilan shug‘ullanuvchilar hisoblanadi. Birok, bular tovarlarga egalik huquqini qo‘lga kiritmaydilar. Agentlar bilan brokerlarning farqi shundaki, birinchisining faoliyati doimiylik asosida bo‘lsa, ikkinchisiniki vaqtinchalik (bir martalik) dir.

Respublikamizda xozirgi kunda xalq, iste’mol tovarlari ulgurji savdosi bilan «o‘zbeksavdo» konserni va «o‘zbekbirlashuv» korporasiyasining ulgurji bazalari, ayrim Vazirliklar, davlat muassasalari, shuningdek xususiy korxonalar, qo‘shma korxonalar, xorijiy ta’minotchilar va boshqalar shug‘ullanmokdalar. Shular bilan bir qatorda bozor iqtisodiyotiga o‘tish sharoitida muomala sohasida ulgurji savdoning shakli sifatida birjalar ham muhim o‘rin egallaydi.

Respublikada ko‘chmas mulk savdosi bilan shug‘ullanuvchi brokerlar kontoralari va agentlar, shuningdek, aksiyalar savdosi bilan shug‘ullanuvchi brokerlar kontoralari faoliyat yuritmoqda.

O‘zbekiston respublikasida 1992 yil iyulda «Birjalar va birja faoliyati to‘g‘risida» qonun qabul qilindi. Mazkur qonunning qabul qilinishi respublikada bozor iqtisodiyotiga o‘tishning yangi bosqichini belgilab berdi. Ushbu qonunda birja faoliyatini tashkil etish va boshqarishning huquqiy jihatlari o‘z aksini topgan. qonunda birja tushunchasiga aniqlik kiritilgan bo‘lib, unga ko‘ra, birja deganda oldindan belgilangan joyda va muayyan vaqtda birja tovarlarning erkin ulgurji savdosiga sharoit yaratuvchi yuridik shaxc sifatida faoliyat tushuniladi.

Hozirgi kunda o‘zbekistonda quyidagi birjalar faoliyat yuritmokda:

- respublika tovarlar va xom-ashyolar birjasi, shuningdek ularning viloyatlardagi filiallari;
- respublika fond birjasi va uning viloyatlardagi brokerlik kontoralari;
- respublika ko‘chmas mulk birjasi va uning viloyatlardagi filiallari;
- respublika valyuta birjasi.

Matlubot kooperasiyasi ulgurji savdosi o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Bu matlubot kooperasiyasi xo‘jalik faoliyati xususiyatlaridan kelib chiqadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida kooperativ ulgurji savdosida tub o‘zgarishlar yuz bermokda.

Kooperativ ulgurji savdoni matlubot kooperasiyasining ajralmas tarkibiy qismi sifatida o‘rganish zarur. Uning maqsadi va vazifalari ham matlubot kooperasiyasining umumiy maqsadi vazifalaridan kelib chiqib belgilanadi. Shuning uchun uning barcha xo‘jalik faoliyati matlubot kooperasiyasi ustavida keltirilgan bo‘lishi va ustavdan kelib chiqqan holda shakllantirilishi lozim.

Kooperativ ulgurji savdosining boshqa ulgurji savdo korxonalaridan farqlantiruvchi xususiyatlaridan biri, matlubot kooperasiyasi faoliyatining ko‘p tarmoqli xarakterga ega ekanligi hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida matlubot kooperasiyasiga qarashli chakana savdo korxonalariga, umumiy ovqatlanish va boshqa soha korxonalariga tovarlarni ulgurji sotish bilan shug‘ullanishi kerak.

Matlubot kooperasiyasi tizimiga qarashli chakana savdo shaxobchalari ko‘p sonli va tarqoq joylashgan. Shuningdek, ular keng assortimetli iste’mol tovarlari savdosi bilan shug‘ullanadi. Bu esa kooperasiyaga xizmat ko‘rsatuvchi universal ulgurji zvenolarning mavjud bo‘lishini talab qiladi.

Matlubot kooperasiya ulgurji savdosiga quyiladigan asosiy talab shundan iboratki, ular qishloq, aholisi ehtiyojidan kelib chiqqan holda markazlashtirilgan tartibda, o‘zluksiz ravishda kichik partiyalarda chakana savdo korxonalarini tovarlar bilan ta’minlash imkoniga ega bo‘lishi kerak.Matlubot kooperasiyasi ulgurji savdosi uning tizimi ichida

amal qiladi. Ya’ni, u qishlok, joylarining o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda o‘z tizimidagi chakana savdo va boshqa tarmoqlarni tovarlar bilan ta’minlaydi.

O‘zbekistan Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1997 yil 21 fevraldagi «O‘zbekistan Respublikasida meva-sabzavot mahsulotlarini ulgurji xarid qilish va realizasiya qilish tizimini rivojlantirish to‘g‘risida»gi 98-sonli qaroriga muvofiq, «O‘zbekbirlashuv» tarkibida meva-sabzavotlar ulgurji savdosi bilan shug‘ullanuvchi «O‘zulgurmevasabzavot» respublika aksionerlik kompaniyasi tashkil etildi. «O‘zulgurmeva-sabzavot» AK ning asosiy vazifasi quyidagilar xisoblanadi: meva-sabzavotlarni g‘amlash, saralash, qadoqlash va ularni qayta ishlash korxonalariga hamda aholiga ulgurji sotish, meva-sabzavot mahsulotlariga bo‘lgan ehtiyojlarni o‘rganish, ushbu mahsulotlar savdosi bo‘yicha xorij firmalari bilan tashqi savdo aloqalarini amalga oshirish.

«O‘zulgurjisabzavot» AKining meva-sabzavot mahsulotlarini g‘amlash va sotish bo‘yicha asosiy bo‘g‘ini bo‘lib, tumanlarda joylashgan ulgurji tayyorlov-sotish korxonalari hisoblanadi.

10.2. Ulgurji tovar aylanishining mazmuni va turlari

Ulgurji tovar aylanishi ulgurji savdo korxonalarining asosiy ko‘rsatkichi hisoblanadi. Uning hajmi, tarkibi va tovar harakatining shakllariga bog‘lik, holda ulgurji savdo korxonasi xo‘jalik faoliyatining boshqa ko‘rsatkichlari aniqlanadi (xarajatlar, daromadlar, foyda va h,.k.). Ulgurji tovar aylanishi tovarlarning iqtisodiy aylanmasini yakunlamaydi, balki ularning iste’molchilar tomon davomli harakatini aks ettiradi. Ulgurji tovar aylanish deganda, korxona va tashkilotlar tomonidan muayyan vaqt oralig‘ida boshqa korxona va tashkilotlarga keyinchalik qayta sotishi yoki qayta ishlashi uchun sotilgan tovarlar hajmi tushuniladi. Ya’ni, ulgurji tovar aylanishi deganda, korxonalarda sotilgan barcha tovarlar hajmi emas, balki qayta sotish hajmi nazarda tutiladi.

Ulgurji tovar aylanishi quyidagi belgilari bo‘yicha farqlanadi:

- tovar resurslarining belgilangan yo‘nalishlari bo‘yicha;

- ishlab chiqarish sohasidan muomala sohasiga tovar harakatining shakllariga qarab;
- yetkazib berilgan tovarlar uchun sanoat korxonalari, ulgurji va chakana savdo korxonalari hamda boshqa iste'molchilar o'rtasidagi hisob-kitoblar harakteriga ko'ra.

Tovar resurslari yo'nalishiga qarab ulgurji tovar aylanishi quyidagilarga bo'linadi: xaridorlarga tovarlar sotish bo'yicha ulgurji tovar aylanishi; viloyatlar o'rtasidagi ulgurji tovarlar aylanishi; turli savdo bilan shug'ullanuvchi tizimlar o'rtasidagi ulgurji tovar aylanishi; tizim ichidagi ulgurji tovar aylanishi.

10.3 Ulgurji tovar aylanishini ko'rsatkichlari

Ulgurji tovar aylanishining asosiy ko'rsatkichlari quyidagilardan iborat bo'ladi:

- ulgurji tovar aylanishining umumiy hajmi;
- ombor ulgurji tovar aylanishi;
- tranzit ulgurji tovar aylanishi; (to'langan tranzit va to'lanmagan tranzit).
- tovar zahirasi (davr boshiga va oxiriga);
- tovarlarni kelishi;

Ushbu ko'rsatkichlar barchasi tovar assortimenti bo'yicha ham hisob kitob va tahlil qilinadi, rejalashtiriladi, prognozlashtiriladi.

Tovar zahiralari tushunchasi, turlari ko'rsatkichlari chakana savdodagi bilan o'xshash bo'lib, ularni savdoda chakana tovar aylanishi o'rniga ulgurji ombor tovar aylanishi, hamda mayda ulgurji tovar aylanishi ko'rsatkichlari (agarda amalda bo'lsa) ishlatiladi. (Chakana tovar aylanishi mavzusiga qaralsin).

Yuqorida keltirilgan ko'rsatkichlar bir - biri bilan o'zaro bog'liqlikda, chunki ularni bir qismi resurs, ya'ni taklif ko'rsatkichlarini ifoda qiladi, ikkinchi qismi esa talab miqdorini belgilaydi. Shu sababli ularni o'zaro bog'liqligi tovar aylanish balansida o'z ifodasini topadi. Tovar aylanish balansi formulasi quyidagi shaklda yoziladi:

$$Z_1+T_K=UOTA+Z_2$$

Bu yerda: Z_1 davr boshidagi tovar zahiralari summasi;

Tk - Tovarlarni kelishi summasi;

UOTA – ulgurji tovar aylanishi hamda mayda ulgurji tovar aylanishi summasi;

Z_2 – davr oxiridagi tovar zahiralari summasi.

Ushbu ko‘rsatkichlarni tahlil qilishda, rejalashtirish va prognozlashda ulgurji ombor tovar aylanishi hamda tovarlarni kelishi ko‘rsatkichlarini kelish manbalari va sotib oluvchi subyektlarga qarab ajratish zaruriyati tug‘iladi, chunki ular o‘z miqdoriga, shakllanish tendensiyalariga ega. Ularni har bir elementini ta’sir darajasini tahlil qilish uchun yuqorida bir - biriga keltirilgan tovar aylanishi ko‘rsatkichlari balans formulasini quyidagi shaklda ifodalash maqsadga muvofiq bo‘ladi.

$$Z_1+TK_1+TK_2+TK_3+TK_4+TK_5 = TA_{chs}+TA_{00}+TA_{ICh}+TA_{B.I}+TJ_{b.d}+TJ_{b.v}+TJ_{ul..b}+TJ_{b.i}+TJ_{d.e.j}+X_X+Z_{2.}$$

junatish.

Bu yerda: TK_1- joylardagi ishlab chiqarish korxonalaridan kelayotgan tovarlar;

TK_2- boshqa viloyatlar korxonalaridan kelayotgan tovarlar;

TK_3- boshqa davlatlardan kelayotgan tovarlar;

TK_4- davlat ehtiyoj jamg‘armasidan keladigan tovarlar (asosan ayrim oziq- ovqat va qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga tegishli, (masalan: shakar, un, go‘sht va h.k.)

TK_5- boshqa ulgurji savdo bazalaridan keladigan tovarlar;

TA_{chs} - chakana savdo shahobchalariga tovarlar sotish;

TA_{00} - umumiy ovqatlanish shahobchalariga tovarlar sotish;

TA_{ich} - ishlab chiqarish korxonalariga tovarlar sotish;

TA_{bi} - boshqa iste’molchilarga tovarlar sotish, jumladan mayda ulgurji tovar aylanishi.

$TJ_{b.d}$ - boshqa davlatlarga tovarlar jo‘natish;

TJ_{bv} - boshqa viloyatlarga tovarlar jo‘natish;

$TJ_{ul.b}$- boshqa ulgurji bazalarga tovarlar jo‘natish;

$TJ_{b.i}$ - boshqa iste’molchilarga tovarlar jo‘natish;

$TJ_{d.e.j}$ - davlat ehtiyoj jamg‘armasiga tovarlar jo‘natish;

X_x - xujjatlashtirilgan harajatlar va tovarlarni tabiiy yemirilish;

$З_1$ va Z_2 tegishli davr boshidagi va oxiridagi tovar zahiralari.

10.4. Ulgurji tovar aylanishi tahlilining maqsadi va bosqichlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji tovar aylanishini iqtisodiy tahlil qilishning maqsadi quyidagilardan kelib chiqadi: birinchidan, ulgurji savdo korxonalari o‘zining barcha harajatlari, to‘lovlari va soliqlarni qoplab, kelgusidagi rivojlanishini ta’minlay oladigan darajada foydaga erishish lozim; ikkinchidan, ular ulgurji bazalarga xos bo‘lgan funksiya vazifalarni bajarishlari kerak. hozirgi sharoitda ulgurji tovar aylanishini tahlilining maqcadi faqatgina ulgurji tovar aylanishining o‘zgarish tendensiyalarini tadqiq, qilish emas, balki ushbu jarayonlarni zaruriy daromadga ega bo‘lish nuqtai nazaridan o‘rganish, tovarlarning ishlab chiqarishdan chakana savdo korxonalari va boshqa iste’molchilargacha harakatining tashkil etilishini baholash hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiy tahlilning ahamiyati keskin ortadi. Chunki, bunday sharoitda ulgurji korxonalar raqobatchilik asosida ishlashiga to‘g‘ri keladi. Bu ulardan o‘z xo‘jalik faoliyatini chuqur o‘rganish bilan bir qatorda, raqobatchilarning ham faoliyatini har tomonlama va obyektiv baholashni talab qiladi. Ulgurji savdo korxonalari chakana savdo korxonalari va boshqa xaridorlar uchun vositachilik rolini bajaradi. Shuning uchun, ulgurji tovar aylanishi tahlilining asosiy vazifasi ulgurji korxonaning chakana savdo tarmog‘i va boshqa iste’molchilarni tovarlar bilan ta’minlashga qaratilgan funksiyalari (oldi-sotdi) ning bajarilishini tekshirish hisoblanadi.

Ulgurji tovar aylanishini tahlilining yana bir vazifasi, tovarlar chakana savdo korxonalariga qay yo‘sinda (tranzit yoki ombor orqali) yetkazilayotganligi, ular qanchalik darajada iqtisodiy va tashkiliy jihatdan asoslanganligi kabi masalalarni aniqlash hisoblanadi.

Tahlilning keyingi vazifasi o‘rganilayotgan ko‘rsatkichlarning o‘zgarish tendensiyalarini, ular o‘zgarishga ta’sir etuvchi omillarni aniqlash va har bir omil ta’sirini baholashdan iborat. Bunda o‘zgarish darajalarini yoki ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarini xizmat

kursatilayotgan korxona va tashkilotlarning mos ko‘rsatkichlari bilan solishtirish muhimdir (masalan, chakana tovar aylanishi, tovar zahiralari, tovarlarning kelib tushishi va boshqa ko‘rsatkichlar bilan).

Ulgurji tovar aylanishi ko‘rsatkichlari tahlilining muhim vazifalaridan biri, ushbu ko‘rsatkichlardan har birining xo‘jalik faoliyati oxirgi natijasiga ta’sirini aniqlash hisoblanadi.

Matlubot kooperasiyasi ulgurji savdosi, yuqorida ta’kidlaganimizdek, tizim ichidagi ta’minot bilan shug‘ullanadi. Ular tovar aylanishining asosiy qismi chakana savdo korxonalariga tovarlarni sotish orqali shakllanadi.

Boshqa iste’molchilarga tovarlar sotish ulgurji tovar aylanish hajmining nisbatan kam qismini tashkil qiladi. Shu sababli, ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarini taxlil qilish va rejalashtirish uslubini, asosan chakana savdo tarmog‘ini ta’minlash nuqtai nazaridan ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq, bo‘ladi.

Ulgurji tovar aylanishini tahlil qilish quyidagi bosqichlarda amalga oshiriladi.

I. Ulgurji tovar aylanish tahlili jarayonida quyidagilar o‘rganiladi:

- baza bo‘yicha ulgurji tovar aylanish rejasining bajarilishi, shu jumladan uning ko‘rinishlari va sotish shakllari (tranzit va ombor usulida) bo‘yicha shuningdek bazaning har bir bo‘g‘ini (filial, ombor, tovar bo‘limlari) bo‘yicha ulgurji tovar aylanishi rejasining bajarilishi, barcha ko‘rsatkichlar bo‘yicha solishtirma narxlarda oldingi yillarga nisbatan o‘sish sur’atlari, ularning umumiy ulgurji tovar xajmidagi ulushi, hisobot davridagi tovar aylanishi tarkibidagi o‘zgarishlar, shuningdek barcha ta’kidlangan ko‘rsatkichlar buyicha ulgurji tovar aylanishining rivojlanish tendensiyalari. Shular bilan bir vaqtda alohida tovar guruhlari bo‘yicha ulgurji tovar aylanish holati va tendensiyalari o‘rganiladi. qayd etilgan ko‘rsatkichlarni boshqa hududlardagi o‘xshash tipdagi ulgurji korxonalar va har xil raqobatchilarning mos ko‘rsatkichlari bilan solishtirgan holda tahlil qilish zarur;
- tumandagi chakana savdo korxonalarining alohida tovarlar bilan ta’minlashdagi ulgurji korxonaning ulushi. Buni aniqlash uchun ulgurji korxonaning alohida tovarlar buyicha tuman chakana savdo

korxonalariga qilgan tovar aylanish hajmi maskur tumandagi ushbu tovarlar chakana tovar aylanishining umumiy hajmi bilan solishtiriladi va chakana savdoni tovarlar bilan ta’minlashdagi o‘rniga baho beriladi.

II. Alohida tovarlar (yoki tovar guruhlari) buyicha ulgurji va chakana tovar aylanishining qator yillardagi rivojlanish tendensiyalari o‘rganiladi. Bu ko‘rsatkichlar boshqa raqobatchi ulgurji korxonalarning mos ko‘rsatkichlari bilan solishtirgan holda o‘rganilishi va tegishli xulosalar qilinishi kerak:

- ulgurji va chakana savdodagi tovar zahiralarining holati, alohida tovar guruhlari buyicha ularning harakati, bozorgir bo‘lmagan va kasod mollarning hamda me’yoridan ortiqcha tovar zahiralarining vujudga kelish sabablari, ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarining (tovar aylanishi, tovar zahiralari, tovarlarning kelib tushishi va boshq.) o‘rtasidagi o‘zaro aloqa bog‘lanishi zarur;
- ulgurji tovar aylanish rejasining bajarilishi ulgurji korxonaning moliyaviy ko‘rsatkichlari bilan solishtiriladi, ta’sir ko‘rsatuvchi omillar aniqlanadi;
- tahlil natijalarini umumlashtirish. Bunda ulgurji korxona faoliyati buyicha xulosa yasaladi va uni kelgusida yaxshilash buyicha amaliy takliflar, chora-tadbirlar ishlab chiqiladi. Tahlil ulgurji korxona faoliyatini to‘liq va har tomonlama tavsiflashi hamda kelgusi davrlarga ulgurji tovar aylanishini prognozlash va rejalashtirish uchun asosiy manbai vazifasini o‘tashi lozim.

Ulgurji tovar aylanishini tahlil qilishda amaldagi buxgalteriya va statistik hisobotlardan, tovalar sotish, kelib tushishi va tovar zahiralari haqidagi dastlabki ma’lumotlardan, ulgurji baza xizmat ko‘rsatayotgan korxona va tashkilotlar materiallaridan, boshqa xududdagi o‘xshash ulgurji bazalar ma’lumotlaridan hamda raqobatchi korxonalar materiallaridan foydalaniladi. Bozor kon’yunkturasi haqidagi ilmiy-tadqiqot muassasalari materiallari, gazeta, jurnal va boshqa nashrlarda chop etilgan ma’lumotlar muhim ahamiyatga ega.

Ulgurji tovar aylanishning tahlili jarayonida ayrim ko‘rsatkichlarni hisoblash uslubi chakana tovar aylanishni tahlil qilish uslubi bilan o‘xshash. Biroq jadval, chizma va grafiklarni qo‘llashda

ulgurji savdoning o‘ziga xos xususiyatlari hisobga olinishi zarur.

10.5. Ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarini rejalashtirish

Ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarini rejalashtirish mulkchilik shakli va boshqaruv tizimidan qat’iy nazar ulgurji savdo korxonalarini rivojlantirishning zaruriy sharti hisoblanadi.

Bozor munosabatlari muomala sohasida tovarlar massasini sezilarli darajada ko‘paytirishni taqozo qiladi.

Tovarlar harakatini tashkil etishda, ulgurji savdo ishlab chiqaruvchilar va minglab chakana savdo korxonalari o‘rtasidagi vositachi sifatida muhim rol o‘ynaydi.

Bunday sharoitda, ulgurji savdoning samaradorligi iqtisodiy ishlarni tashkil etish, xususan, ulgurji bazalar xo‘jalik faoliyatini rejalashtirish darajasiga bog‘liq bo‘ladi.

Ulgurji korxonalar xo‘jalik faoliyatini, shu jumladan ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarini rejalashtirish sifati ular xo‘jalik faoliyatiga katta ta’sir ko‘rsatadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji savdoni rejalashtirishni tashkil etish, uning uslublari va texnikasini tubdan o‘zgartirish talab etiladi.

Bozor iqtisodiyoti qonun va qoidalari korxona va tashkilotlar xo‘jalik faoliyatiga, xususan ular faoliyatini rejalashtirishga davlat boshqaruv apparati aralashmasligini talab qiladi. Barcha xo‘jalik muammolari yechimlari va xo‘jalik faoliyati ko‘rsatkichlarini rejalashtirish birlamchi bo‘g‘inlar (korxonalar) yoki ular birlashmalari ixtiyorida bulishi kerak. Bularning barchasi ulgurji korxonalar va tashkilotlarga ham taalluqlidir.

Ulgurji tovar aylanishini rejalashtirishning asosiy maqsadi, ulgurji korxonaning xo‘jalik faoliyati rentabelligini oshirish uchun to‘zilgan shartnomalarga muvofiq, korxona va tashkilotlarga to‘liq va doimiy ravishda tovarlar yetkazib turishni ta’minlash hisoblanadi.

Ushbu maqsadga erishish maqsadida, ulgurji tovar aylanishni rejalashtirish jarayonida quyidagi masalalar hal qilinadi: tovar aylanish ko‘rinishlari, sotish shakllari va tovarlar guruhlari bo‘yicha mukammal hajmini belgilash; xarajatlarni minimallashtirish va yuqori daromadga

erishish maqsadida tovarlar harakati hamda ulgurji korxonaning ta’minotchi va xaridor korxonalari bilan bo‘ladigan xo‘jalik aloqalarini optimallashtirish, tovar aylanishini tezlashtirish va ulgurji savdo korxonalari moddiy - texnika bazalaridan samarali foydalanishni ta’minlash.

Ulgurji savdo korxonalari rejasi korxona xo‘jalik faoliyatining barcha jihatlarini takomillashtirish va ichki imkoniyatlardan maksimal darajada foydalanishga qaratilgan bo‘lishi lozim.

Ulgurji tovar aylanishini rejalashtirishda, tovar yetkazib beruvchilar va xaridorlar (chakana savdo korxonalari, umumiy ovqatlanish va sanoat korxonalari) bilan to‘zilgan bitimlar, xizmat ko‘rsatilayotgan korxonalarning reja ko‘rsatkichlari, xaridorlarga tovarlar yetkazib berishning kelishilgan sxemalari, ulgurji korxonaning o‘tgan yillardagi xo‘jalik faoliyati tahlili ma’lumotlari, marketing tadqiqotlari natijalari, korxona moddiy - texnika bazasi haqidagi ma’lumotlar, ko‘zatish natijalari va boshqa ma’lumotlar asos qilib olinadi.

Ulgurji tovar aylanish rejasi turli usullaridan foydalangan holda bir nechta variantlarda tuzilishi va ulardan eng optimal varianti tanlab olinishi zarur.

Sosialistik iqtisodiyot sharoitlarida rejalashtirishning nazariyasi va amaliyoti tegishli darajada ishlab chiqilgan hamda amaliyotda foydalanilgan. Ulardan bozor iqtisodiyoti sharoitida ham muvaffaqiyatli foydalanish mumkin. Umuman, shuni ta’kidlash kerakki, sovet iqtisodiy nazariyasi iqtisodiyotni eng quyi, dastlabki bo‘g‘inlaridan to umumdavlat darajasigacha rejalashtirish va prognozlashning mukammal usullarini ishlab chiqqan. Xorij kompaniyalari, korporasiyalari, firmalari va hatto davlat miqyosida ham ushbu usullardan muvaffaqiyatli foydalanib kelinmoqda. Sosialistik jamiyatdagi rejalashtirishning kamchiligi uning usullarida emas, balki rejalashtirishni tashkil etish qoidalarida boshqaruvning ma’muriy – buyruqbozlikka asoslanganligidadir.

Ulgurji korxonalar ulgurji tovar aylanishining umumiy hajmi iste’molchilarga tovarlar sotish va yetkazib berishning turli

ko‘rinishlaridan iborat bo‘lishini hisobga olgan holda, uni rejalashtirish alohida tovar guruhlari hamda sotish va yetkazib berish ko‘rinishlariga muvoffiq amalga oshiriladi, shular asosida ulgurji tovar aylanishining umumiy hajmi belgilanadi. Murakkab assortimentli tovarlar bo‘yicha tovar aylanishini rejalashtirishda, hatto kichik guruhlar bo‘yicha ham rejalashtirish amalga oshiriladi.

Chakana tovar aylanishni rejalashtirishda turli usullardan jumladan deduksiya usulidan ham foydalanildi.

Deduksiya usuliga ko‘ra, rejalashtirish umumiylikdan xususiylikka qarab amalga oshiriladi, ya’ni dastlab chakana tovar aylanishning umumiy xajmi belgilanadi va shunga ko‘ra tovarlar tarkibi rejalashtiriladi. Ulgurji tovar aylanishni rejalashtirish uslubiyoti esa induksiya usulidan foydalanishni taqozo qiladi. Induksiya usulida rejalashtirish xususiylikdan (alohidalikdan) umumiylikka qoidasiga asosan amalga oshiriladi.

Ulgurji tovar aylanishni rejalashtirishda hisob-kitobning turli usullaridan foydalaniladi. Masalan, ulgurji tovar aylanish tarkibi va umumiy hajmini rejalashtirishda hisob-kitoblarni quyidagicha amalga oshirish tavsiya qilinadi:

- to‘zilgan bitimlar asosida chakana savdo korxonalari, umumiy ovqatlanish korxonalari, sanoat korxonalari va boshqa xaridorlarning talabini hisobga olish;
- talabni o‘rganish (talabning miqdori va uning strukturasini iqtisodiy baholash) marketing tadqiqotlari natijalarini hisobga olish;
- tajriba - statistik usul, ya’ni ulgurji korxonaning operativ, statistik va buxgalteriya ma’lumotlari va chetdan olingan iqtisodiy axborotlar asosida;
- balans usulida.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar o‘z xo‘jalik faoliyatini rejalashtirishda to‘la mustaqillikka ega bo‘ladilar. Bunday sharoitda, ulgurji tovar aylanishni rejalashtirishda ko‘plab rejalashtirish vositalari va usullaridan foydalanish lozim.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji savdo korxonalari iqtisodiy ishlarining muhim vazifalaridan biri, iqtisodiy - matematik usullardan

keng foydalanish va zamonaviy kompyuter texnologiyalarini qo‘llash asosida ulgurji. Tovar aylanish ko‘rsatkichlarini rejalashtirishning ilmiylik darajasini oshirish hisoblanadi.

Ulgurji tovar aylanishni hisoblash uslubiyoti.

Ulgurji korxonalar chakana savdo tarmog‘i tovar-aylanish rejasining bajarilishi va tovar zahiralarini to‘ldirib turish uchun tovarlarga bo‘lgan ehtiyojini qondiradi. Shuning uchun, dastlab, xizmat ko‘rsatilayotgan chakana savdo korxonalarining alohida tovar guruhlari bo‘yicha tovarlarga bo‘lgan iste’molining miqdori hisoblanadi. Buni quyidagi formula yordamida amalga oshirish mumkin:

$$\mathbf{I_{chi}=T_{chi} \pm \Delta Z_{chi}}$$

Bu yerda: $\mathbf{I_{chi}}$ - rejalashtirayotgan davr uchun chakana savdoning tovar guruhlari buyicha iste’moli;

$\mathbf{T_{chi}}$ - rejalashtirayotgan davr uchun tovar guruhlari buyicha chakana tovar aylanishi;

$\Delta\mathbf{Z_{chi}}$ - rejalashtirayotgan davr uchun chakana savdoda tovar guruhlari bo‘yicha tovar zahiralarining ko‘payishi yoki kamayishi.

Barcha savdo korxona va tashkilotlarining tovar guruhlari buyicha iste’mol hajmi quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$\sum_{i=1}^{i=n} I_{ui} = I^{1}_{ui} + I^{2}_{ui} + I^{3}_{ui} + \ldots + I^{n-1}_{ui} + I^{n}_{ui}$$

Shuni hisobga olish kerakki, chakana savdo korxonalariga tovarlar bitta ulgurji korxonadan emas, balki turli manbalardan (ulgurji korxonalar, boshqa ishlab chiqarish korxonalari va ta’minotchilardan) yetkaziladi. Bu esa chakana korxonaga tovarlar kelib tushishining boshqa manbalarining miqdori va tarkibini hamda uning tovar ta’minotidagi bo‘lgan o‘zgarishni alohida hisobga olishni (xizmat ko‘rsatilayotgan chakana korxonaning boshqa ta’minotchilar bilan to‘zgan bitimlari haqidagi ma’lumotlarni o‘rganish asosida) talab qiladi. Yuqorida aytilganlarni hisobga olganda, tovar guruhlari buyicha ulgurji tovar aylanishni rejalashtirish quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$U_{mi} = \sum_{i=1}^{i=n} I_{chi} - \sum_{i=1}^{i=n} BI_{chi}$$

bu yerda $\sum_{i=1}^{i=n} BI_{chi}$ quyidagicha hisoblanadi:

$$\sum_{i=1}^{i=n} BI_{chi} = BI^{1}_{chi} + BI^{2}_{chi} + BI^{3}_{chi} + \ldots + BI^{n-1}_{chi} + BI^{n}_{chi}$$

Bu yerda: **U_{mi}** - rejalashtirilayotgan yil uchun i tovar guruhi buyicha ulgurji tovar aylanish summasi;

BIchi - xizmat ko‘rsatilayotgan chakana savdo korxonasiga boshqa manbalardan tovar guruhlarining kelib tushishi.

Shunday qilib, tovar guruhlari (yoki kichik guruhlar) buyicha ulgurji tovar aylanish rejasi chakana tovar aylanishning loyihalashtirilgan hajmi va tarkibi, chakana savdo korxonasidagi tovar zahiralari hamda tovarlarning kelib tushishi haqidagi ma’lumotlar asosida tuziladi.

Ulgurji tovar aylanish rejasi barcha xaridorlar va tovar guruhlari buyicha alohida - alohida tuziladi. So‘ngra, ularni umumlashtirish asosida umumiy ulgurji tovar aylanishi hajmi aniqlanadi:

$$U = \sum_{i=1}^{i=m} U_{mi} = U^{1}_{mi} + U^{2}_{mi} + \ldots + U^{m-1}_{mi} + U^{m}_{mi}$$

Bir qarashdan hisoblash usullari juda oddiydek tuyuladi. Biroq hisob - kitoblarni amalga oshirgungacha bozor kon’yunkturasi, alohida raqoobatchilar faoliyati va tovar harakati jarayoniga ta’sir qiluvchi turli ijtimoiy - iqtisodiy sharoitlarni o‘rganish kabi ko‘p mehnat va bilim talab qiladi.

Sotish shakllari buyicha ulgurji tovar aylanishni rejalashtirish.

Sotish shakllari buyicha ulgurji tovar aylanishni rejalashtirish murakkab jarayon hisoblanadi. Buning uchun ulgurji korxonalar nafaqat faoliyat ko‘rsatilayotgan hududning ijtimoiy - iqtisodiy ko‘rsatkichlarini, balki bozor konyukturasini ishlab chiqarish, transport, tashkiliy va boshqa omillarni har tomonlama tahlil qilib chikishlari ham lozim.

Rejalashtirish tovar harakati va tovar ta’minotini tashkil etish

jarayoni bilan bevosita aloqadordir.

Tovar harakati deganda, tovarlarning ishlab chiqarish sohasidan iste'mol sohasiga o'tish jarayoni tushuniladi. Chakana savdo tarmog'ini tovarlar bilan ta'minlash deganda, tovarlarni chakana savdo tarmog'igacha yetkazib berish jarayonini tushunish lozim. Bu jarayon murakkab tijorat va tashkiliy-texnik operasiyalar kompleksini qamrab oladi.

Tovar harakati va tovar ta'minoti jarayoniga turli omillar ta'sir ko'rsatadi. Bu omillarni birinchidan, savdo-tashkiliy (savdo tarmoqlarining soni, tarkibi va joylashuvi, tovar aylanish hajmi, savdo maydoni, ulgurji korxonalarning jaylanishi, ombor xo'jaligining holati, savdo-operativ va texnologik jarayonlarni tashkil etish darajasi, tovarlarni saqlash sharoitlari) ikkinchidan, ishlab chiqarish (ishlab chiqarishning rivojlanganlik darajasi, joylanishi, ixtisoslashuvi va mavsumiyligi, ishlab chiqarish assortimentining murakkablik darajasi, savdo assortimentini shakllantirish me'yorlari) va transport (yo'llarining holati, transport aloqalarining mavjudligi, transport vositalarining shakllari va tezligi transport tariflari va boshq.) omillariga ajratish mumkin.

Alohida ulgurji korxonalarda ombor va tranzit tovar aylanishi o'rtasidagi nisbat, ta'kidlangan omillar ta'siri bilan bog'liq ravishda, turlicha buladi. Ular o'rtasidagi nisbat doimiy bo'lmay, vaqt o'tishi bilan o'zgarib turishi mumkin.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida chakana savdoni tovarlar bilan ta'minlashning maqbul shakllarini tanlashga ta'sir qiluvchi asosiy omillarga yalpi daromad va muomala (davr) harajatlari, xususan uning «Transport xarajatlari», «Saqlash, navlarga ajratish va qadoqlash xarajatlari» kabi moddalari, shuningdek, bank kreditlaridan foydalanish harajatlari kiradi. Shuning uchun, rejalashtirishda ulgurji tovar aylanishining umumiy hajmida tranzit yoki ombor aylanishi ulushining o'zgarishi ulgurji va chakana savdo korxonalari faoliyatining oxirgi natijalariga ko'rsatayotgan ta'siridan kelib chiqish lozim. Ombor va tranzit tovar aylanish hajmi har bir ulgurji korxonaning barcha xo'jalik faoliyati ko'rsatkichlarini chuqur tahlil qilgan holda belgilanishi lozim.

Shuni nazarda tutish kerakki, tranzit shaklda tovarlar yetkazib berish yuklarni ortib jo‘natishning eng kam me’yorlari va tovarlar yetkazib berishning mukammal chastotasini ta’minlash mumkin. Bunda, qaysi tovarlar buyicha tranzit shaklda tovarlar yetkazishni kengaytirish mumkin va kaysi tovarlar buyicha bu usul samara bermasligini aniqlab olish zarur.

Tovar zahiralarini rejalashtirish va me’yorlash hamda tovarlar kelib tushishini aniqlash uslubi chakana tovar aylanish ko‘rsatkichlari rejalashtirish va normalashtirish uslubi bilan o‘xshash.

Ulgurji savdo ko‘rsatkichlarini rejalashtirishda ulgurji korxonalar ko‘rsatadigan, bozor strategiyasi masalalari va tovarlar reklamasini tashkil etish yunalishlari bo‘yicha maslahatlar berish kabi tijorat xizmatlari tizimi o‘rganib chiqilishi lozim.

Tayanch iboralar: Tovar muomalasi, savdo, ulgurji savdo, birja, broker, agentlar, ulgurji tovar aylanishi, ulgurji ombor tovar aylanishi, trnzit ulgurji tovar aylanishi, tovar zaxirasi, tovarlar kelishi.

Takrorlash uchun savollar

1. Ulgurji savdoni tushunchasini va zaruriyatlarini tushintiring?
2. Ulgurji savdoni ahamiyatini yoriting.
3. Ulgurji savdo qanday funksiyalar bajaradi?
4. Birja tushunchasini ayting.
5. Birja turlarini yoriting.
6. Birjada qanday tovarlar sotiladi?
7. Birjada qanday tamoillar amal qilishi zarur?
8. Ulgurji tovar aylanishi ko‘rsatkichlarini balans bog‘liqligi formulasini yozing.
9. Ulgurji tovar aylanishi ko‘rsatkichlari qanday tahlil qilinadi?
10. Ulgurji tovar aylanish hajmini qanday rejalashtiradi?
11. Ulgurji savdoda tovarlar kelishi qanday rejalashtiriladi?

XI BOB. SAVDODA MEHNAT RESURSLARI VA ISH HAQI

11.1. Savdoda mehnat resurslari

11.1.1. Savdoda mehnatni ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati va ahamiyati

Inson bilan tabiat o‘rtasidagi moddiy, jismoniy, ashyoviy almashuvlar, munosabatlarning umumiy sharti mehnatdir. Mehnat inson hayotining doimiy va tabiiy shartidir. Mehnat inson bilan tabiat o‘rtasidagi narsalar almashuvining umumiy shartidir. Mehnat, bu nafaqat insonning muskul va ong, jismoniy va aqliy energiyasini sarflash bo‘lib qolmay, maqsadga muvofiq foydali, inson hayoti uchun zarur bo‘lgan moddiy, ma’naviy va jamiyat boyliklarini yaratish uchun yo‘naltirilgan ijtimoiy-zaruriy faoliyatdir.

Inson mehnati orqali moddiy va ma’naviy boylikni yaratish bilan tabiatni o‘z hayotiga moslashtirib, uni o‘zgartirish bilan bir qatorda o‘zini ham takomillashtiradi. Mehnat orqali inson atrof-muhitni o‘zgartiradi, uni o‘zgartirish bilan o‘zining doimo ortib borayotgan ehtiyojini qondirishga intilish bilan inson o‘zining tabiatini o‘zgartiradi, ya’ni qobiliyatini, bilimini, ko‘nikmalarini, imkoniyatlarini kengaytiradi, takomillashtiradi hamda mehnat jarayonini tubdan o‘zgartirib boradi. Mehnat jarayoni takomillashadi va insonning o‘zi ham takomillashadi.

Mehnatning mazmuni nuqtai nazaridan mehnat insonni mehnat qurollari va predmetlari bilan o‘zaro bog‘lanishi jarayonida hamda ularga insonning ta’siri, aralashuvi natijasida vujudga keladi.

Bu jarayon doimo, tanaffo‘zsiz davom etib boradi va takrorlanib turadi.

Mehnatning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati uning ijtimoiy ishlab chiqarish munosabatlar jarayonidagi o‘rnida namoyon bo‘ladi.

Oldi-sotdi jarayoni bilan shug‘ullanuvchilarni mehnati alohida faoliyatiga ajralgan va jamiyat taraqqiyoti bilan bog‘langan holda, u rivojlanib va takomillashib kelmoqda.

Savdoda ishchilar mehnati jamiyatdagi umumiy ijtimoiy zaruriy mehnatning ajralmas qismi bo‘lib, savdoning funksiyalaridan kelib chiqib o‘z xususiyatlariga egadir.

Savdoda mehnatning xususiyati tovar oldi-sotdi jarayonini (tovarni

qiymatini almashtirish) ta’minlash, ayrim ishlab chiqarish funksiyalarini bajarish va aholiga xizmat ko‘rsatish bilan belgilanadi.

Tovar muomalasi ikki xil turdagi jarayonni amalga oshiradi. Bu jarayonlarni quyidagicha tavsiflash mumkin:

birinchidan, bu jarayonda ishlab chiqarishning ayrim texnik-texnologik funksiyalari davom etadi (tovarlarni ishlab chiqarish assortimentini savdo assortimentiga aylantirish, ularni qadoqlash, iste’mol qiymatini saqlash, transport operasiyalari va h.k.);

ikkinchidan, qiymat shaklini o‘zgartirish «T-P» operasiyalarini amalga oshirish;

uchinchidan, oldi-sotdi jarayonida aholiga ushbu jarayon bilan bog‘liq bo‘lgan xizmatlar ko‘rsatish.

Savdo xodimlarining mehnatining tabiati murakkab jarayon bo‘lib, o‘ziga xos bilim, ko‘nikmalarni (o‘qituvchi, vrachlarga o‘xshagan) iste’dod va qobiliyatini talab qiladi. Ayniqsa, utkir raqobat sharoitida biz keltirgan xususiyatlar juda yuqori ahamiyat topadi.

11.1.2. Savdoda mehnat resurslarini shakllanishi va ko‘rsatkichlari

Mehnat jarayoni tabiatga ishchi kuchi, mehnat predmetlari va mehnat qurollari (ikkalasi mehnat vositalarini tashkil qiladi) bilan birgalikda ta’sir qilishi tufayli sodir bo‘ladi.

Ishchi kuchi bu jarayonda asosiy rol egallaydi. Ishchi kuchi insonning mehnat qilish qobiliyati bilan belgilanadi.

Ishchi kuchi deganda bizlar insonni jismoniy, aqliy, ma’naviy va ruhiy qobiliyatlari va ularni zaruriyat tug‘ilishi bilan ishlatib qandaydir moddiy, ma’naviy va madaniy iste’mol qiymatlar yaratishga tushunamiz.

Ishchi kuchini takror ishlab chiqarish jarayoni uchta fazadan iborat bo‘lib unga:

- shakllanish fazasi;
- taqsimot fazasi;
- iste’mol fazalari kiradi.

Jahon standartlariga binoan ishchi kuchining asosiy qismini yollanma xodimlar tashkil qiladi. Ularga shartnoma (kantrakt) asosida ishlayotgan barcha xodimlar kiradi. Statistikada ishchi kuchi ro‘yxatdagi

xodimlar sifatida hisobga olinadi. Ro‘yxatdagi xodimlarga barcha doimiy, vaqtincha va shartnoma asosida ishga qabul qilinganlar kiradi.

Vaqtincha ishga qabul qilinganlar tarkibiga bir kun va undan ko‘proq kunlarga ishga qabul qilinganlar kiradi. Bunga haqiqatda ishlayotgan va vaqtincha ishga chiqmagan, lekin ishda formal holda hisoblanadiganlar kiritiladi.

Nazariyada va amaliyotda mehnat resurslari va mehnat salohiyati degan ko‘rsatkichlar ishlatiladi.

VIII-Xalqaro statistiklar (1954 yil) konferensiyasida mehnat resurslariga «Xususan mehnat resurslari» va «harbiy xizmatchilar» kirishi ta’kidlangan. «Xususan mehnat resurslari» ishlovchilar va ishsizlar kategoriyalariga ajratilgan.

BMT statistika komissiyasi 1966 yilgi 14 sessiyasida «Iqtisodiy faol aholi» tushunchasini joriy qilgan. Ularga moddiy ne’matlar ishlab chiqarishida va xizmat qilishda qatnasha oladigan shaxslar majmuasi kiradi deb aytilgan.

Mehnat resurslari deganda mehnatga qobiliyatli yoshdagi (ayollar 16-55, erkaklar 16-60 yoshda) ishchilar soni tushuniladi. Bu chegara qonun orqali belgilangan. Mehnat resurslari chegaralangan, lekin hayotda nogironlar, nafaqaxo‘rlar, yosh bolalar mehnat qobiliyatidan (ish kuchidan) foydalaniladi.

Mehnat resurslariga bularni qo‘shsak mehnat salohiyatini tashkil qiladi.

Masalan: viloyatda aholining soni 2,0 mln. kishi, shundan 60%, ya’ni 1,2 mln. – mehnatga qobiliyatli yoshdagi ayollar va erkaklar.

Shulardan 0,3 mln. ishsiz.

Ishlayotgan ishchilar soni 1,4 mln. kishi.

Ish bilan band bo‘lgan nogironlar, nafaqaxo‘rlar va yosh bolalar (16 yoshgacha) 1,4+0,3-1,2=0,5 mln. (ishchilar soni 1,2-0,3+0,5=1,4).

Mehnat resurslari – 1,2 mln. kishi.

Ishchilar soni – 1,4 mln. kishi.

Mehnat salohiyati – 1,4 +0,5=1,9 mln. kishi.

Korxona miqiyosida ishchi xodimlar soni mehnat salohiyatiga teng bo‘ladi.

Xodimlar (ishchilar) soni korxonalarda o‘rganishda va statistik hisobotda ikki xil turda bo‘ladi.

Ro‘yxatdagilar.

Ishga kelganlar.

Ro‘yxatdagi xodimlar soni barcha ro‘yxatdan o‘tgan har xil sabablar bilan ishga (doimiy, mavsumiy, vaqtinchalik) ishchilar soni kiradi. Ularga (xizmat safarida, mehnat ta’tili, dekret ta’tili, kasallar, ishga har xil boshqa sabablar bilan o‘qish, deputatlik va h.k.) kelmaganlar kiradi.

Statistik hisobotda xodimlarning o‘rtacha ro‘yxatdagi soni ko‘rsatkichi ishlatiladi. (1 oy, kvartal, 6 oy, 9 oy va 1 yil). Bunda ishga kelganlar va kelmaganlar ham hisobga olinadi.

Masalan: oylik uchun har kuni ro‘yxatdagi ishchilar soni (bayram, dam olish kunlari ham hisobga olingan holda) har kunligini jamlab oyning taqvim (kalendar) soniga bo‘lish bilan aniqlanadi (ishchi-kun:kallendar kuniga).

3 oyga bo‘lsa har bir oyning o‘rtacha ko‘rsatkichini jamlab 3 ga bo‘lamiz va hokazo. Agarda ishchilar soni har oy boshiga berilgan bo‘lsa o‘rtacha xronologik usul bilan aniqlanadi.

O‘rtacha ro‘yxatdagi xodimlar sonini aniqlashda dam olish yoki bayram kunlaridagi ishga kelganlar soni bir kun oldin ishga kelganlar soniga teng deb hisobga olinadi.

$$\overline{X} = \frac{\frac{570}{2} + 575 + 572 + \frac{580}{2}}{4-1} = 574 \text{ кишии}$$

Statistikada o‘rtacha ish haqi, mehnat unumdorligi va boshqa ko‘rsatkichlarni aniqlash uchun «o‘rtacha ish haqi va boshqa o‘rtacha ko‘rsatkichlarni aniqlash uchun xodimlar soni» ko‘rsatkichi ishlatiladi.

Xodimlar soni bilan bog‘liq bo‘lgan ko‘rsatkichlar qatoriga quyidagilarni ham kiritish lozim:

- ishga kelgan xodimlar soni (ularni ro‘yxatdagi xodimlar sonidagi hissasi);
- ishchi xodimlarni tarkibi;

- xodimlarni o‘rtacha yoshi;
- mehnat davri (staji);
- mehnat unumdorligi;
- ishchi xodimlarni rentabelligi yoki daromadligi (Ri.x). Agarda yaratilgan qiymatni S + V + m deb hisoblasak, rentabellik quyidagicha ifodalanadi:

$$Pu.x = \frac{m}{V}$$

S – doimiy kapital ishlab chiqarish vositalari;

V – o‘zgaruvchan kapital, ish haqi;

m – olingan foyda.

- 7. mehnatkashlarning bo‘sh vaqti (dam olish, o‘qish, malaka oshirish jamoat ishlari, bolalar tarbiyasi, jismoniy tarbiya va sport, madaniy dam olish, ma’naviy ehtiyojlarni qondirish);
- 8. xodimlarni qo‘nimsizlik koeffisiyenti (ishdan ketgan va haydalganlar: o‘rtacha ro‘yxatdagi soniga);
- 9. xodimlarni qabul qilish koeffisiyenti;
- 10. mehnat unumdorligi;
- 11. mehnat unumdorligi va o‘rtacha ish haqini solishtirma ko‘rsatkichi.

11.1.3. Savdoda mehnat resurslarini tahlili va rejalashtirish

Bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo korxonalarida band bo‘lgan mehnat resurslarini (xodimlar sonini) tahlil qilish iqtisodiy ishlarning eng muhim tomonlaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Chunki xodimlar soni, har bir korxonani mehnat salohiyati va malakali ish kuchi bilan ta’minlanganligini ifodalaydi hamda katta ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega. har bir xodimning ijtimoiy-iqtisodiy ahvoli, ular ishlayotgan korxonalarda ishchilar bandligi, ular ish haqi miqdori va boshqa rag‘batlantirish mexanizmlarining qanday tashkil qilinganligi bilan ifodalanadi.

Shu bilan bir qatorda korxonaning samaradorligi unda faoliyat ko‘rsatayotgan xodimlar soniga, ularning malakasiga, mehnat sharoiti va

ular o‘rtasidagi ma’naviy-ruhiy muhitiga bevosita bog‘liq. Shu nuqtai nazardan xodimlar sonini tahlil qilish muhim ahamiyatga ega.

Xodimlar sonini tahlil qilishning vazifasi, uning ahamiyatidan kelib chiqadi. Tahlilning vazifalariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- faoliyatdagi (ro‘yxatdagi) xodimlar sonini va ularning shtat jadvaliga muvofiqligini solishtirib baholash;
- xodimlar tarkibini o‘rganish;
- xodimlar malakasini, ma’lumoti bo‘yicha tarkibini o‘zgarishiga baho berish;
- xodimlar umumiy miqdori va tarkibini o‘zgarish tendensiyalarini, korxonaning boshqa ko‘rsatkichlari bilan bog‘liqligini o‘rgangan holda baholash;
- xodimlarning ishlatilish ko‘rsatkichlari, qo‘nimsizlik koeffisiyenti, qabul qilish koeffisiyenti, mehnat unumdorligi va boshqalarni aniqlash, ularning o‘zgarishiga ta’sir qiluvchi omilalrni belgilash kabi muhim tadbirlarni amalga oshirish.

Tahlilning vazifasi bu keltirilganlar bilan cheklanib qo‘olmaydi, balki har safar tahlilning maqsadidan kelib chiqib, o‘zgarib turishi tabiiy. Chunki bozor iqtisodiyoti sharoitida vaziyatlar tez o‘zgarib turishi mumkin. Bu o‘zgarish jarayonini tahlil qilib, tegishli qarorlar qabul qilib, amaliy chora-tadbirlarni qo‘llash, boshqarish va ish yuritish usullarini vaziyatga qarab moslab borish choralarini ko‘rish ham muhim ahamiyatga ega.

Xodimlar sonini tahlil qilish, ularning umumiy sonini, tarkibini, mehnat unumdorligini rejaga va o‘tgan yillarga nisbatan o‘zgarish tendensiyalarini aniqlashdan boshlanadi.

Tahlilda ushbu ko‘rsatkichlarni bir necha yilga o‘rganish tavsiya qilinadi.

Keyingi bosqichda xodimlar sonini korxonaning daromadi yoki foydasi bilan solishtirib xodimlarga to‘g‘ri kelgan daromad yoki foydani o‘zgarish tendensiyalarini baholash zarur.

Tahlil jarayonida mehnat unumdorligi bilan o‘rtacha ish haqini o‘zgarish tengdensiyalarini solishtirish katta ahamiyatga ega. Tahlilni

keyingi bosqichlarida biz 6.2-paragrafda keltirilgan xodimlarga ta’luqli barcha ko‘rsatkichlar dinamik qatorlarda o‘rganish tavsiya qilinadi.

Xodimlar ko‘rsatkichlariga ta’sir qiluvchi omillarni tahlil qilish zarur bo‘ladi.

Savdo korxonalarida ishchi xodimlar sonini rejalashtirish ularni quyidagi tarkibi (kategoriyalari) bo‘yicha amalga oshiriladi.

1. Sotuvchilar
2. Magazinlarni boshqa ishchilari (savdo qilmaydigan magazin mudirlar, kassir nazoratchilar, yordamchi xodimlar – qarovul, farrosh).
3. Ma’muriy boshqaruv xodimlari

Sotuvchilarni har bir savdo shoxobchasi bo‘yicha alohida hisoblash zarur. Buning uchun bir necha xil usuldan foydalanish tavsiya qilinadi.

I. o‘rtacha ro‘yxatga olingan sotuvchilar soni savdo shoxobchasidagi ishchi joylar soni (maydoni) uning ish vaqti yoki ishlash rejimi asosida aniqlanadi. Uning uchun quyidagi formuladan foydalanish mumkin.

$$\overline{X}s.r = \frac{T \cdot Ij}{t}$$

$\overline{X}s.r$ - rejalashtirilgan davrga ro‘syxatga olingan sotuvchilarning o‘rtacha soni;

T – savdo shoxobchasining yillik (kvartal, oy) ishlash davri, soat;

Ij – savdo shoxobchasining ish joyi soni;

t – bitta sotuvchining yillik (kvartal, oy) ish vaqti, soat.

T – aniqlash savdo shoxobchasining haftada necha kun ishlashi (dam olishsiz), bayram kunlari ishlash yoki ishlamaslik, sutkada ishlash davri kabi ko‘rsatkichlarga bog‘liq bo‘ladi.

t – sotuvchining ishlash vaqtida bog‘liq mehnat ta’tili, bayramlar haftada ishlash kuni, soati kabilarga bog‘liq.

M: Magazin har kuni soat 8^{00}–20^{00} ishlaydi (1 soat tushlik bilan), ya’ni sutkasiga 11 soat, dam olish kunisiz, dam olish kunlari 2 soat kam ishlaydi, ya’ni 18^{00} gacha.

1 yilda 365 kun, 52 - dam olish kuni, 8 - bayram kunlarini tashkil qiladi. 1 sotuvchiga 18 ish kuni mehnat ta’tili beriladi.

O‘tgan yillar hisob-kitobi va sotuvchilarni ishga chiqishni tahlili

bo‘yicha 1 sotuvchi o‘rtacha bir yilda 6 kun ishga chiqmagan (har xil sabablar bo‘yicha). Magazinda 10 ish joyi mavjud.

Rejalashtirilgan yilga sotuvchilar sonini aniqlaymiz.

1. 1-ta sotuvchini rejalashtirilgan yilga ishchi kunini aniqlaymiz.

365-52-18-8-6 = 281 kun.

2. 1-ta sotuvchini ish davri soat miqdori

281x7=1967 soat

Magazinning ishlash davri = (11· 365) - (52·2) –(8·2) =

=4015-104-16=3895 soat.

Zaruriy sotuvchilar soni = $\frac{3895 \cdot 10}{1967} = \frac{38950}{1967} = 19{,}8 \approx 20 ma$

II. Sotuvchilar soni magazinning ishlash rejimidan kelib chiqib uning smenada ishlash va ishlashni o‘zluksizlik koeffisiyentlarini aniqlash orqali amalga oshirilishi mumkin.

Smenalik koeffisiyenti sutkada magazinning ish vaqtini 1 sotuvchining ish vaqtiga bo‘lish yo‘li bilan aniqlanadi.

$$Ks = \frac{T_{ms}}{t_{ic}}$$

Masalan: magazin 11 soat ishlaydi, 1 sotuvchi 7 soat ishlaydi, bu holda,

$$K_s = \frac{11}{7} = 1{,}57$$

O‘zluksizlik koeffisiyenti magazinning bir yillik ish kunini 1 sotuvchining ish kuniga bo‘lish yo‘li bilan aniqlanadi.

$$K_u = \frac{Mik}{Sik}$$

Bizning misolda

$$Ku = \frac{365}{291} = 1{,}2989 \approx 1{,}3$$

Sotuvchilar soni = 10 x 1,57 x 1,30 = 20,4 ≈20 ta

III. Sotuvchilar o‘rtacha ro‘yxatdagi sonini ($\bar{X}c.p$)doimo ishda bo‘lishi shart bo‘lgan sotuvchilar (X_o) soni orqali ham aniqlash mumkin.

$$X_{\partial} = \frac{Ij \cdot (Tx + Tt)}{t}$$

Bunda: Tx – magazinning bir haftalik ishlash davri, soat;

Tt – magazinni ochish, ishga tayyorlash uchun ketadigan qo‘shimcha vaqt, soat;

t – 1 sotuvchining 1 haftalik ish soati.

$$\overline{X}s.r = \frac{X\partial \cdot Mik}{\Im t}$$

Bunda: E_t – 1 sotuvchining effekt (samarali) ishlash vaqti (dam olish, bayram, kasallik, mehnat ta’tilini hisobga olgan holda, kun.

IV. Sotuvchilar soni tajriba – statistik usul orqali ham aniqlanishi mumkin.

Magazin mudirligini ko‘p hollarda sotuvchilardan biri bajaradi. Agarda sotuvdan ozod qilingan magazin mudiri ishlaydigan bo‘lsa unda magazindagi ishchi joylar, uni maydoni, etaji va boshqa omillar hisobga olinib, ularni aniqlash kerak.

Kassirlar soni kassa apparatlari soni qarab aniqlanadi. Farrosh soni savdo va qo‘shimcha magazin maydonlar, magazinni ishlash rejimina, 1 farroshga belgilangan tozalash maydonini hisobga olgan holda aniqlanadi.

Qaravul savdo shoxobchasini joylanish dislokasiyasiga va boshqa sharoitalrni (masalan signalizasiya) hisobga olgan holda hisoblanadi.

Ma’muriy boshqaruv apparati va mutaxassislar soni savdo korxonasining chakana tovar aylanishi hajmi, savdo shoxobchalarining soni, sotuvchi va boshqa ishchilar soni hamda boshqa shart-sharoitlarni hisobga olgan holda aniqlanadi.

11.2. Savdoda ish haqi

11.2.1. Ish haqi tushunchasi, mohiyati va ahamiyati

Ish haqi iqtisodiyotda tashqi ko‘rinishdan bajarilgan ishni ish beruvchi tomonidan, mehnat xarajatlari natijasiga qarab, pul sifatida to‘lanadigan, ishchini rag‘batlantirishning puldagi ifodasidir. Lekin, bunday tarif yuzaki va uni ichki tabiatining mohiyatini yoritmaydi.

Sosialistik jamiyat davrida ish haqiga davlat tomonidan ishchilarni

moddiy va ma’naviy ehtiyojlarini qondirish uchun mehnatni son va sifatiga qarab taqsimlanadigan milliy daromadning bir qismi sifatida qaralgan. Bunday tarif œsha davrning ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlari tavsifiga va ma’muriy boshqaruv tizimiga mos kelgan.

Bozor iqtisodiyoti ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarning mazmunini tubdan o‘zgartirishga olib keldi va bozor iqtisodiyotiga mos iqtisodiy dastaklarni vujudga keltirdi. Lekin xozirgi iqtisodiy va umumiy adabiyotlarda iqtisodiy kategoriyalarga, jumladan ish haqiga nisbatan yagona fikr yo‘q. Ularning mazmuniga har hil ta’riflar berilishi, turli xil yoritilishga olib kelmoqda. Shu sababli biz ish haqiga berilgan ayrim ta’riflarni keltirishni lozim topdik. O.Ye. Luchinin «Statistika v rыnochnoy ekonomike» (Rostov-na-donu. «Feniks», 2006) ish haqiga quydagicha ta’rif beradi: «Ish haqi – ijtimoiy zaruriy mehnatning son va sifatiga bog‘liq holda ishchining mehnat daromadidir» (382 b).

G.X. Gender, N.I. Vedernikovalar «Oplata truda v uprejdeniyax byudjetnoy sferы» (Sankt – Peterburg, «Piter», 2003) ish haqining mohiyatini yoritishda «… bozor iqtisodiyotida ish xaqi mehnat resursi bahosi (ishchi kuchi)» deb ta’riflaydi.

O‘zbekiston Makroiqtisodiyot va Statistika Vazirligining 1998 yil 26 oktyabr №33 qarori bilan tasdiqlangan «Instruksiya po statistike chislennosti i zarabotnoy plate rabotayuщix po naymu» da (Toshkent, 1999) ish haqi quyidagicha ta’riflangan: ««Ish haqi» tushunchasi pul va natural shakldagi barcha turdagi maoshlarni (va har xil mukofotlar, ustamalar, qo‘shimchalar, ijtimoiy imtiyozlar)ni… qamraydi».

O‘zbekiston Respublikasining mehnat kodeksida ish haqi atamasi ishlatilmagan, unda «Mehnat haqi» ish haqi mazmunida ishlatilgan. Kodeksning 153-moddasida «Mehnat haqining miqdori ish beruvchi bilan xodim o‘rtasidagi kelishuviga binoan belgilanadi deb ta’kidlanadi.

Mehnat haqi shakli va tizimlari, mukofotlar, qo‘shimcha to‘lovlar, ustamalar, rag‘batlantirish tarzdagi to‘lovlar, jamoa shartnomalarida, shuningdek ish beruvchi tomonidan kasaba uyushmasi qo‘mitasi tomonidan qabul qilinadigan boshqa lokal hujjatlarda belgilanadi. Mehnat haqi, qoida tariqasida pul shaklida to‘lanadi. Mehnat haqini natura shaklida to‘lash taqiqlanadi. O‘zbekiston Respublikasi Hukumati

tomonidan belgilangan holda bundan mustasno» - deb yozilgan.

Ish haqiga ta’luqli chet el adabiyotlarda berilgan boshqa ta’riflarning ayrimlarini keltiramiz. Ularda:

Ish haqi – bu mehnat bahosi; bu ishchi kuchi bahosi; bu mehnat xizmatlari bahosi; bu iqtisodiy rentaning shakli; bu ishchi kuchini ijarasi uchun to‘lov kabi ta’riflar keltirilgan. Bunday ta’riflarni yuzlab keltirish mumkin.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, ish haqi nihoyatda murakkab iqtisodiy kategoriya ekanligiga shubha tug‘ilmaydi. Ushbu masala yuzasidan biz o‘z mulohazalarimizni bildirib o‘tamiz.

Ish haqi nazariy jihatdan tarixiy, ijtimoiy-iqtisodiy kategoriyadir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har xil moddiy ne’matlar qatorida ishchi kuchi oldi-sotdi predmeti sifatida mehnat bozori obyektiga aylanadi. Ishchi kuchi oldi-sotdi predmeti sifatida iste’mol qiymatga va qiymatga ega bo‘lishi kerak. Ushbu tushunchalar boshqa moddiy ne’matlar iste’mol qiymati va qiymati tushunchalariga nisbatan farq qilib, juda murakkab va iqtisodiy-statistik nuqtai nazardan hisobga olinishi alaqancha murakkabdir.

Ko‘p hollarda ishchi kuchi va mehnat tovar deb ishlatiladi. Aslida tovarning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyatidan kelib chiqilsa, ishchi kuchi va uning mehnati boshqa tovarlardan shaklan va mazmunan farq qiladi.

Tovar deb o‘zi uchun emas, sotish uchun ishlab chiqilgan mahsulotni tushunamiz. Oldi-sotti natijasida tovarning egasi, undan foydalanish va tasarruf etish huquqi o‘zgaradi. Tovar ayriboshlash jarayonidan chiqib, iste’mol jarayoniga o‘tadi va iste’mol predmetiga aylanadi. U iste’molchilarning ehtiyojini qondiruvchi moddiy ne’mat sifatida xizmat qiladi.

Ishchi kuchi birinchidan, shaklan moddiy ne’mat emas, u ishlab chiqarish quvvati sifatida faoliyat ko‘rsatuvchi jonli omildir;

ikkinchidan, u oldi-sotdi jarayonida o‘zi sotilmaydi, unga egalik qilish huquqi o‘zgarmaydi, bozorda mehnat resursi, mehnat jarayonida ishlatiladigan uning kasbiy mahorati, quvvati, ya’ni uning mehnat qobiliyati sotiladi;

uchinchidan, moddiy ne’matlarning oldi-sotdi jarayonida to‘la

qiymati (bu yerda to‘la qiymat deganda, uning haqiqiy qiymati emas, ijtimoiy-zaruriy qiymati, ya’ni uning barcha omillar ta’siri natijasida shakllangan qiymatining puldagi ifodasi, ya’ni bahosi e’tiborga olingan), ayriboshlanadi, sotiladi. Ishchi kuchi atamasiga kelsak, unga mehnatining to‘la qiymati to‘lanmaydi, aksincha qiymatini bir qismi to‘lanadi. Chunki, uning mehnati natijasida qo‘shimcha qiymat yaratiladi.

Ishchi kuchi mehnatining zaruriy qismiga ish haqi to‘lanadi, qo‘shimcha qiymat yaratuvchi qismining qiymati ish beruvchi, ya’ni mulk egasi (davlat, jamoa, korxona, ish beruvchilar) hamda jamiyat taraqqiyoti uchun zarur bo‘lgan qismida qoladi;

to‘rtinchidan, moddiy ne’matlarning oldi-sotdi jarayoni biror bir lahzada sodir bo‘ladi, ishchi kuchi mehnatini oldi-sotdi jarayoni Uzoq davrda sodir bo‘ladi.

Ushbular nuqtai nazaridan kelib chiqib, ishchi kuchi, mehnat alohida, o‘z xususiyatiga ega bo‘lgan, oldi-sotdi jarayonining predmeti sifatida qaralishi lozim.

Bu borada ish bilan mehnatni farqlash zarur. Ishni ishchi kuchi, ya’ni uning mehnati, mehnat qilish qobiliyati bajaradi. Ish beruvchi ishchining bajargan ishi uchun haq to‘laydi. Shuning uchun ham rasmiy hujjatlarda ish haqi atamasi ishlatiladi.

Umuman olganda bozorda ishchining jismoniy va intellektual mehnat qilish qobilyati sifatida, uning to‘la qiymati to‘lanmaydi, aksincha uni qiymating bir qismi - bahosi mehnat qilish jarayonida to‘lanib boriladi.

Mehnat (6.4 mavzuga qaralsin) bu ishchilarning o‘z ehtiyojlarini qondirish maqsadida amalga oshiriladigan ongli faoliyatidir.

Shunday qilib, ishchi kuchi yoki uning mehnatini umuman tovar sifatida tariflash ilmiy-nazariy nuqtai nazardan to‘g‘ri bo‘lmaydi. Ishchi kuchining ongli faoliyati, uning jismoniy va intellektual mehnat qilish qobiliyati bozorda sotiladi va ana shu qobiliyat tovar bo‘lib hisoblanadi.

Ish haqiga esa yuqorida keltirilgan tovar qiymatining bir qismining (zaruriy mehnat) puldagi ifodasi nuqtai nazardan qarash lozim.

Ish haqi ishchi mehnati motivasiyasini va rag‘batlantirishning

shakli sifatida namoyon bo‘ladi.

Ish haqi, mehnat haqi kategoriyalari adabiyotlarda ko‘p ishlatiladi, ayrimlar ularni sinonim qatorida ishlatadi[15], ayrimlar ularni farqlaydi. Bunga tegishli fikrlarni biz yuqorida ham keltirdik. Masalan, Yu.F. Yelizarov «Ekonomika organizasii» darslikida (M., «Ekzamen», 2005) «…ish haqidan, mehnatga to‘lov (mehnat haqi) kengroq tushuncha bo‘lib, u ish haqidan tashqari har xil to‘lovlar va imtiyozlarni o‘z ichiga oladi» - deb ta’kidlaydi (115 bet). Muallifning ushbu fikrlariga qisman qo‘shilgan holda quyidagi nazariy fikrlarni e’tirof etish zarur deb hisoblaymiz.

Haqiqatdan olganda har hil qo‘shimcha to‘lovlar ish haqining elementi hisoblanadi. Ish haqini bir necha xil elementlarga bo‘lish mumkin. Ular asosan (bazali) ish haqi, ustamalar, qo‘shimcha to‘lovlar va ish haqining o‘zgaruvchan qismidir (har xil rag‘batlantiruvchi to‘lovlar).

Asosan ish haqi ishchining funksional vazifalarini har qanday sharoitda o‘z vaqtida va sifatli bajarishi uchun to‘lanadigan, belgilab qo‘yilgan, doimiy to‘lanadigan pul to‘lovidir (ayrim hollarda natural holda bo‘lishi ham mumkin).

Ustamalar va qo‘shimcha to‘lovlar ishchi mehnatining alohida shart sharoiti va mazmuni uchun to‘lanadi. Masalan, mehnat staji, qo‘shimcha funksiyalarni bajarganligi, kechqurun, dam olish va bayram kunlarida ishlaganligi uchun, ishlamagan vaqtlari uchun to‘lov, xududiy koeffisiyentlar, og‘ir sharoitlardagi ishlar uchun qo‘shimchalar va hakozolar.

Ish haqining o‘zgaruvchan qismi rejadan yuqori darajada bajarilgan ish natijalari uchun to‘lanadi. Unga har xil mukofatlar kiradi. Masalan, tovar aylanishi rejasini ortig‘icha bajargani uchun, biron davr (kvartal, yil) natijalari uchun to‘lanadigan mukofotlar, bonus to‘lovlar va hokozolar uchun.

Rasmiy statistikada «Ishchi kuchini saqlash uchun ketgan

[15] Раицкий К.А. «Экономика предприятия». М., ИВЦ «Маркетинг», 1999.; Экономика предприятия (фирма), Коллектив авторов, М., ИНФА-М., 2004.; Ворст Й., Ревентлоу П., Экономика фирмы, М., Высшая школа, 1994.

xarajatlar» ko‘rsatkichi ishlatiladi. Ushbu ko‘rsatkichni bizning fikrimizcha mehnat haqining zaruriy qismining qiymatiga tenglashtirish mumkin.

Mehnat haqiga ish haqidan tashqari madaniy-oqartuv, sog‘lomlashtirish, kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash, ijtimoiy sug‘urtalar, maxsus to‘lovlar va boshqa xarajat kabilar kiradi.

Mehnat haqining ijtimoiy paketi tarkibiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- har xil ijtimoiy to‘lovlar;
- nomoddiy (pulsiz) imtiyozlar (har xil imtiyozlar, ish vaqtini moslashtirish, qo‘shimcha mehnat ta’tilini berish, erta nafaqaga chiqarish va h.k.);
- firma, korxonaning aksiyalarni o‘z ishchilariga sotish;
- mehnat sharoiti va mazmunini yaxshilash;
- ishda yaxshi ijtimoiy, psixologik muhitni yaratish;
- ishchilarni xizmat pog‘onalaridan ko‘tarilib borilishini ta’minlash;

Shunday qilib, «ish haqi» miqdori «mehnat haqi» miqdoridan («Ishchi kuchini saqlash uchun xarajatlar») tarkibi bilan faqlanadi

Motivasiya deganda ishchining faoliyat uchun ichki dunyoviy qiziqishini tushunish kerak. Motivasiya inson ehtiyojini œz mehnati faoliyati orqali qondirishga intilishidir. Mehnat faoliyati orqali inson o‘zining nafaqat moddiy ehtiyojlarini, hamda ijtimoiy ehtiyojini ham qondirishga intiladi (masalan, o‘zini himoya qilish, do‘stona munosabatlar, boshqalar hurmatiga sazovar bo‘lish, shon-sharafga ega bo‘lish, nufo‘z kabilar).

Ish haqi kategoriyasini nazariy va amaliy nuqtai nazardan nominal ish haqi va real ish haqiga ajratish zarur. Chunki ish haqining real miqdoriga inflyasiya, baho kabi omillar salbiy ta’sir ko‘rsatadi. Ular natijasida nominal ish haqi - ish haqi pul xisobida o‘zgarmay tursa, real ish haqi - olingan pulga sotib olinadigan tovarlar va xizmatlar miqdori kamayib boradi. Shuning uchun ham jaxon amaliyotida ish haqini indeksasiya qilish qo‘llaniladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida mehnat haqi yoki ish haqini talqin qilganda, bizning fikrimizcha quyidagi nazariy masalalarni e’tiborga olish zarur.

Ish haqi yuridik shaxs maqomiga ega bo‘lgan xo‘jalik subyektlari faoliyati bilan bog‘lik bo‘lib, u yollanma ishchilarga to‘lanadi. Yakka tartibdagi yoki oilaviy tadbirkorlarda faoliyat (ish) yurituvchilar uchun mehnat natijasi qanday to‘lanadi? Mehnat natijasi ish haqi sifatida namoyon bo‘ladimi yoki boshqachami, degan savollar tug‘iladi. Ushbu masala bo‘yicha biz o‘z fikr mulohazamizni bildirmoqchimiz.

Ushbu masalaga nazariy nuqtai nazardan yondashsak bunday xo‘jalik subyektlari uchun ish haqi katigoriyasi mazmunan mos kelmaydi.

Ular uchun mehnat faoliyati natijasidan olingan daromad kategoriyasini ishlatish maqsadga muvofiqdir. Masalan, yakka tartibda ishlayotgan tadbirkorning daromadi, oilaning ish faoliyatidan olgan daromadi. Ushbu daromadni nazariy va amaliy jihatdan yoritishda ularni ikki qismga bo‘lib qarash kerak. Ya’ni, daromadning bir qismi shaxsiy iste’mol uchun ishlatiladi. Uni shaxsiy iste’mol fondi deb yuritish va ularning ish haqiga tenglashtirish mumkin.

Daromadning ikkinchi qismi faoliyatni kengaytirish yoki takomillashtirish uchun mo‘ljallangan bo‘lib, uni jamg‘arish fondi deb atash mumkin.

Xuddi shunday shaxsiy tomorqalarda qishloq xo‘jaligi maxsulotlarini ishlab chiqarishda maxsulotga to‘lov sifatida ularni natural maxsulotlari xizmat qiladi. Bunda maxsulotning bir qismi bozorga chiqarilib qiymat shakli (pul)da namoyon bo‘lishi, ikkinchi qismi urug‘lik fondini tashkil qiladi. Yoki maxsulot oiladi natural shaklda ishlatilib, bir qismi iste’mol fondini ikkinchi qismi urug‘lik fondini tashkil qiladi.

Bular ham mehnat haqi (to‘lovi) bilan ish haqini o‘rtasidagi farqlarni anglatuvchi belgilardan hisoblanadi.

Ish haqining mohiyati va ahamiyati uning iqtisodiy jarayonda bajarayotgan funksiyalaridan kelib chiqadi.

Ish haqi birinchidan, mehnatni <u>moddiy</u> <u>rag‘batlantirish</u>

funksiyasini bajaradi. Bu funksiyani iqtisodiy deb xam aytish mumkin. Bu funksiya iqtisodiy deb yuritilsa ish haqini rag‘batlantirish funksiyasiga kengroq qarash zarur bo‘ladi. Masalan: ish haqining tabaqalanishi hamda aholining daromadi, xarid qobiliyati, minimal ehtiyoj savatchasining shakllanishi masalalarini kiritish mumkin. Ushbu funksiyani bajarish orqali ish haqi mehnat motivasiyasini ko‘tarilishini ta’minlaydigan omil sifatida xizmat qiladi;

ikkinchidan, ishchi kuchini takror ishlab chiqarish funksiyasini bajaradi. Ish haqi haqiqatda ishchi kuchini (umuman insoniyatni) takror ishlab chiqarish uchun moddiy omil yaratuvchi vosita sifatida xizmat qiladi;

uchinchidan, ijtimoiy funksiyani bajaradi. Ish haqi aholining nafaqat moddiy, balki ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish uchun ham xizmat qiladi. U orqali ijtimoiy haqiqatni ta’minlash mumkin, aholining yuqori xayot darajasi, ishchilar va ular oilasi xayotini sifati ta’minlanishiga erishiladi;

to‘rtinchidan, hisob kitob funksiyasini bajaradi. Ish haqi orqali ishchining mehnat qilish qobiliyati, quvvati hisob-kitob qilinadi, baholanadi. Jamiyatda faoliyat ko‘rsatayotgan har xil tarmoq, sohadagi ishchilarning mehnat qobiliyatini, ularning murakkabligi yoki soddaligini solishtirish imkoniyati tug‘iladi. Ishlab chiqarish (ish, xizmat) jarayonida jonli mehnatning hissasini aniqlash imkonini yaratadi. (masalan, tovar (ish, xizmat) bahosida, tannarxida, savdoda muomala xarajatlarida va h.k.);

beshinchi funksiyasiga taqsimotni kiritish zarur. Bu funksiya orqali ish haqi jamiyatda yaratilgan birinchidan, milliy daromadni aholi o‘rtasida, ularning mehnatining son va sifat jixatlaridan kelib chiqib pul va natural shaklda taqsimlanishini; ikkinchidan, tovar va xizmatlarni real ish haqi sifatida aholi o‘rtasida taqsimlanishi ta’minlanadi;

oltinchidan, ish haqi jamiyatni boshqarishda davlat tomonidan tartibga solish vositasi sifatida ishlatiladi. Ish haqi tovarlar va xizmatlarni tarkibining asosiy elementlaridan biri. Qiymatning klassik formulasiga e’tibor berilsa c + v + m ish haqi tovar va xizmatlar qiymatining ikkinchi elementi «v» sifatida namoyon bo‘ladi.

Ushbulardan kelib chiqib davlat «Minimal ish haqi»ni belgilash orqali, bahoni, talab va taklifni tartibga soladi, xamda infyasiyaning ta’sirini chegaralaydi;

yettinchidan, ish haqi siyosiy funksiyani ham bajaradi, masalan ish haqini kamaytirish aholi tomonidan norozichilikka, ish tashlashlarga olib keladi, bu esa siyosiy muhitni bo‘zib yuboradi. Shu sababli ish haqining darajasini, uning holatini nafaqat iqtisodchilar, balki jamiyat xolatini o‘rganuvchi siyosatchilar, davlat arboblari, sosiologlar, psixologlar va boshqa mutaxasislar ham chuqur o‘rganishi zarur.

11.2.2. Ish haqini tashkil qilish qoidalari

Ish haqining shakllanishi, hisob kitobi, belgilanishi jarayonida butun jahon amaliyotida qabul qilingan, ishlatilayotgan qoidalar mavjud. Ushbu qoidalarga ish beruvchi tomonidan rioya qilinishi, davlat, jamiyat, kasaba uyushma tashkilotlari hamda har bir ishchi tomonidan nazorat qilinishi va talab qilinishi mukin.

Ushbu qoidalarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- mehnatni sifat va son jihatlarini hisobga olish, uni ishlab chiqarish (xizmat) natijalariga qarab rag‘batlantirish;
- ish haqini differensiasiya qilish. Ushbu qoida ish haqini ishchining malakasi, mehnatining murakkabligi va soddaligiga, aqliy va jismoniy mehnatga, mehnat sharoitiga, mehnatni normallashtirish kabi hamda boshqa omillarni hisobga olgan holda belgilanishini talab qiladi:
- ish haqi har qanday xo‘jalik subyekti hodimlarining ijtimoiy himoyasini ta’minlash kerak;
- moddiy rag‘batlantirish shakllari, miqdori raqobatbardoshlikni ta’minlashi kerak;
- ish haqi davlat tomonidan belgilangan minimal ish haqi miqdoridan kam bo‘lmasligi kerak;
- real ish haqining muntazam oshirib borishni ta’minlash zarur. Nominal ish haqi o‘sish darajasi inflyasiya darajasiga nisbatan yuqori bo‘lishini ta’minlash;
- mehnat unumdorligining o‘sish darajasi o‘rtacha ish haqining o‘sish darajasiga nisbatan yuqori bo‘lishini ta’minlash.

Ish haqini tashkil qilish qoidalarini ko‘rib chiqishda birinchi omil sifatida davlatning rolini e’tiborga olish maqsadga muvofiq. Davlat ish haqi tizimini qonuniy normalar orqali boshqaradi, u ish haqini boshlang‘ich, bazis darajasini belgilaydi. Unga minimal ish haqi miqdori, minimal yashash darajasi kabi ko‘rsatkichlarni kiritish mumkin. Bulardan tashqari davlat ish kuni davomiyligini, mehnat ta’tili davrini va ularga to‘lov miqdorini belgilaydi. Davlat ishchi va ish beruvchilar o‘rtasidagi nizolarni sud orqali hal qiluvchi arbitor bo‘lib hisoblanadi.

O‘zbekiston Respublikasida mehnatning huquqiy qonuniy hujjati sifatida O‘zbekiston Respublikasi Mehnat kodeksi hisoblanadi (Ushbu qonun O‘zbekiston Respublikasida 21 dekabr 1995 yili tasdiqlangan va 1996 yil 1 apreldan amalga tushgan). Ushbu mehnat kodeksining 16 moddasida mehnatkashlarning mehnat huquqlari, jumladan mehnat motivasiyasi va vositalari belgilab qo‘yilgan.

Ular qatoriga quyidagilar kiradi:

- mehnat haqini qonun bilan belgilab qo‘yilgan minimal miqdordan kam bo‘lmagan darajada olish;
- tasdiqlangan mehnat ta’tili va uni haqini olish, dam olish va bayram kunlari dam olish;
- mehnat shart-sharoiti, uning xavfsizligi va gigiyenasi ta’minlanishiga ega bo‘lish;
- mehnat faoliyati bilan bog‘liq zararlarning qoplanishi;
- qonun bilan belgilangan ijtimoiy imtiyozlardan foydalanish va h.k.

Ish beruvchi va ishlovchining o‘rtasidagi ijtimoiy-mehnat munosabatlari va ish haqi masalalari xo‘jalik subyektlarining ichida to‘zilgan mehnat shartnomasi bilan tartibga solinadi. Ushbu shartnomada mehnat sharoiti, ish haqi, uy joy va medisina ta’minoti, kafillar va imtiyozlar kabilar o‘z aksini topadi. Shartnomalar muddatsiz, biron muddatga (besh yilga) yoki biron ishni bajarish davriga tuziladi.

11.2.3. Ish haqining shakllari, tizimi va hisoblash usullari

Jaxon amaliyotida ish haqini hisob kitob qilish uchun tan olingan ish haqi shakli va tizimi yaratilgan.

Ish haqi quyidagi ikki shakldan iborat:

vaqtbay ish haqi;

ishbay ish haqi:

Ish haqi ikki hil tizimda, ya'ni tarifli va tarifsiz tizimda amal qiladi.

Vaqtbay ish haqi oddiy vaqtbay (soat, kun, xafta, oy) va vaqtbay – mukofotli tizimlarga bo‘linadi.

Ishbay ish haqi esa oddiy (bevosita) ishbay, ishbay-mukofatli, bilvosita-ishboy, akkord tizimlariga bo‘linadi.

Yuqoridagilar hammasi ta'rifli tizimga kiradi.

Bulardan tashqari tarifsiz tizim ham qo‘llaniladi.

Ish haqi shakllari va tizimlarini quyidagi 11.1 - chizmada ifoda etamiz. Ish haqini tashkillashtirish xo‘jalik subyektlarida quyidagi elementlar (ko‘rsatkichlar)ni ishlab chiqish (shakllantirish, hisoblash, tasdiqlash) bilan amalga oshiriladi:

birinchidan, mehnatni normallashtirish;

ikkinchidan, tarif tizimini aniqlash;

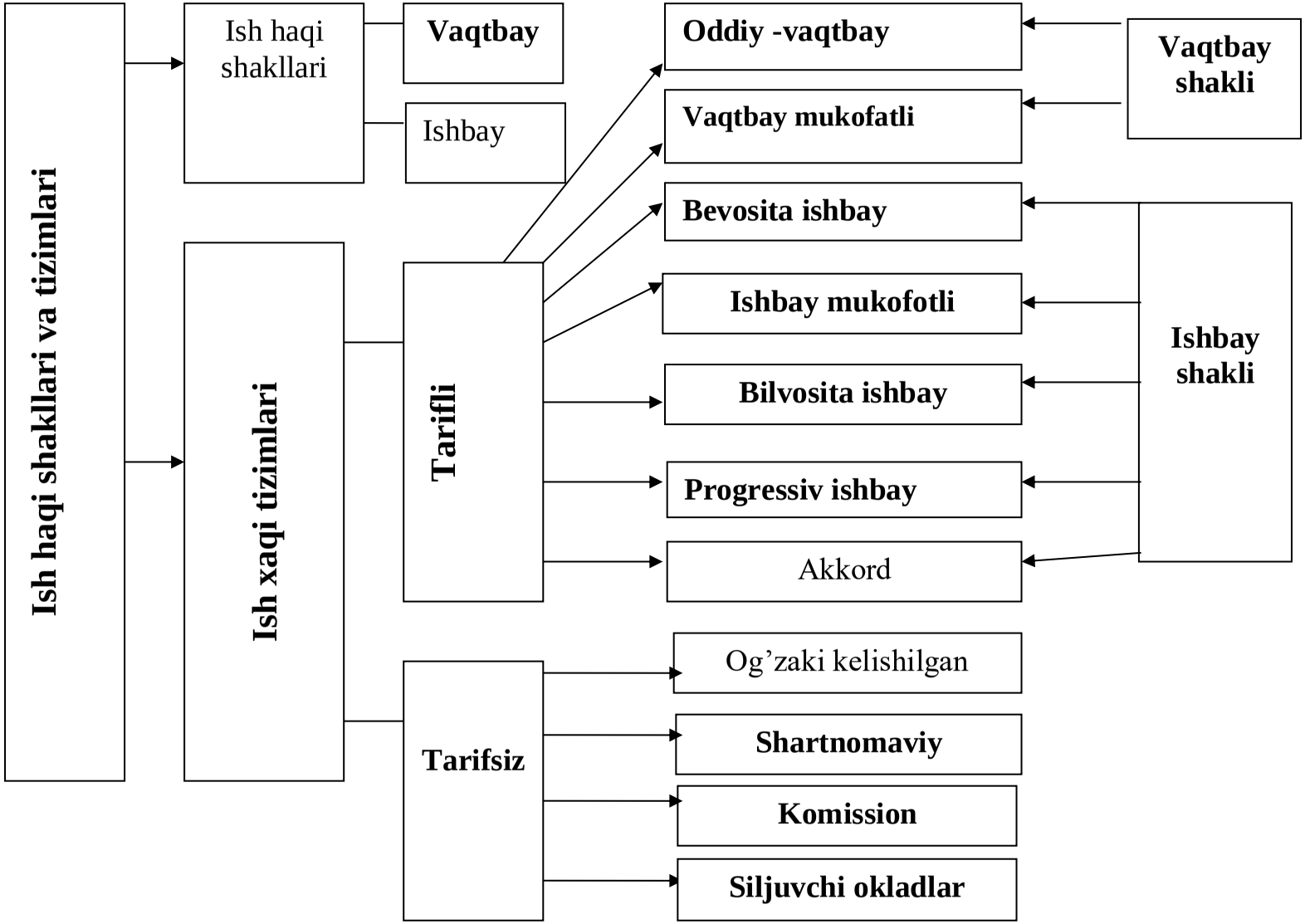
uchinchidan, ish haqini muqobil shakli va tizimini tanlash;

to‘rtinchidan, ish haqi fondini shakllantirish;

beshinchidan, moddiy rag‘batlantirish turlarini belgilash.

Mehnatni normallashtirish mehnat sifatini va umumiy natijaga induvidual shaxslarning hissasini aniqlash vositasi sifatida xizmat qiladi. Mehnatning samaradorligini oshirish hamda ish haqini oqilona belgilash, uni tashkil qilish uchun ilmiy asoslangan mehnat normasi va normotivlarini ishlab chiqish katta ahamiyatga ega. Norma va normotivlar orqali mehnat va ish haqi ko‘rsatkichlarini chuqur tadqiqot qilish, prognozlash va rejalashtirish osonlashdi.

11.1.1-chizma. Ish haqi shakllari va tizimlari



Bozor iqtisodiyoti sharoitida norma va normotivlar mehnatni odilona, adolatli va va haqqona baholashni ta’minlaydi. Bu esa o‘z vaqtida korxona, tashkilot va boshqalarda jamoaning jipslashishiga, mehnat unumdorligini va samaradorligini oshirishga olib keladi.

Savdoda mehnatni normalashtirish orqali sotib oluvchilarga xizmat ko‘rsatish (masalan, bir sotuvchi biron davrda nechta sotib oluvchiga xizmat qilishi) mumkinligi normasini, sotuvchilar, rahbarlar, mutaxassislar va yordamchi xodimlarning rasional sonini va boshqa ko‘rsatkichlarni aniqlash mumkin.

Tarif tizimi – normativ majmuasi bo‘lib, ular asosida ish haqini differinsiasiyalash ta’minlanadi. Ish haqini differinsiasiyalash mehnatning murakkabligi, shart – sharoiti, tabiiy – iqlimiy sharoiti, mehnatning intensivligi uning tavsifini hisobga olgan holda amalga oshiriladi.

Ish haqini tashkil qilishning asosini tarif tizimi tashkil qiladi.

Biz yuqorida keltirganimizdek O‘zbekiston Respublikasida ham ish haqi tizimi tarifli va tarifsiz ish haqi tizimidan tashkil topadi.

Tarif tizimi quyidagi normotiv hujjatlardan tarkib topadi:

I – Ish va ishchilar kasb hunarini tarifiy- malakaviy ma’lumotnomasi hamda xizmatchilar lavozimini malakaviy ma’lumotnomasi. Ushbu ma’lumotnoma normotiv hujjat hisoblanib, ishchi va ishchiga, lavozimga qo‘yiladigan talablarning malakaviy tasnifini belgilaydi. Unda ishchiga yoki ishni bajarish uchun zarur bo‘lgan bilim, ko‘nikmalar va har xil kasb, malakaga ta’luqli ishlar turkumi tariflanadi. Tarifiy – malakaviy ma’lumotnoma ishchilar malakasi darajasini va tarif razryadini belgilaydi;

Tarifiy-malakaviy ma’lumotnoma bajariladigan ishlarning to‘la tavsifini va uni bajaradiganlar uchun qo‘yidagi malakaviy talablarni o‘z ichiga oladi. Ular ishni baholashda yagona mezondan foydalanishni va ishning murakkabligidan kelib chiqib ishchilarga ta’luqli razryad belgilashni ta’minlaydi.

Hozirgi davrda O‘zbekistonda 1985 yil tasdiqlangan Yagona tarif – malaka ma’lumotnomasi (YaTMM) ishlatilmoqda. Unda ishning tavsifi va ishga qo‘yiladigan talablar keltirilgan. Ma’lumotnomada har

bir kasb – hunarga beriladigan malakaviy razryad ko‘rsatiladi.

YaTMM – ga o‘xshash «Xizmatchilar lavozimi malakaviy ma’lumotnomasi» (XLMM) mavjud. Unda har bir lavozimda bajarilishi lozim bo‘lgan burchlar va mutaxassilarga, xizmatchilarga qo‘yiladigan malakaviy talablar keltiriladi.

II - Tarif stavkasi, ish vaqti o‘lchov birligiga to‘lanadigan ish haqi miqdorining puldagi ifodasi.

Ishchilarga ish haqi to‘lashda ish vaqti o‘lchov birligida(soat, kun, oy) ishlab chiqarilgan mahsulot (ish, xizmat) uchun to‘lanadigan ish haqi miqdori belgilanadi. Tarif stavkasini u yoki bu turini (soat, kun, oy) ishlatish korxonada foydalanilayotgan mehnat normalari turidan bog‘liq bo‘ladi. Xozirgi kunda soatbay tarif stavkasini ishlatish ko‘proq tarqalgan. Umumlashtirib aytganda ishchilar uchun tarif stavkasi ish vaqti o‘lchov birligida bajariladigan oddiy mehnatni («O» - razryad) uchun to‘lanadigan ish haqining absolyut(pul ifodasida) miqdorini belgilaydi.

«O» - razryad tarif stavkasi davlat tomonidan belgilangan minimal ish haqi miqdoridan kam bo‘lmasligi kerak. Rahbarlar, mutaxassislar, xizmatchilar, yordamchi ximatchilar va ayrim normallashtirish mumkin bo‘lmagan ishlarni bajaruvchilar uchun tarif stavkasi lavozim okladi orqali belgilanadi.

Tarif stavkaga nisbatan rag‘batlantirish tizimi shakllanadi. Mukofotlar, qo‘shimchalar, ustamalar, xududiy koeffisentlar tarif stavkasiga nisbatan foiz xisobida belgilanadi.

Bajariladigan ish xizmat razryadiga qarab aniqlangan, tarif stavkalarining bir biriga nisbati tarif setkasida xar bir razryad uchun ko‘rsatiladigan tarif koeffisentlarida o‘z aksini topadi. «0» razryad koeffisent birga teng. «0» razryaddan boshlab tarif setkasida belgilangan maksimal razryadgacha tarif koeffisenti ortib boradi. (Tarif setkasiga qaralsin 11.2 - chizma).

III – Tarif setkasi, ish haqini differensasiyalashgan miqdorni belgilaydi. Unda mehnat (ish, xizmatlar)ning xususiyatlaridan kelib chiqib ishchilar uchun belgilanadigan razryadga qarab, tarif koeffisentlari orqali oylik tarif stavkalari aniqlanadi. Tarif setkasida ish

haqi shkalasi ishlatiladi, unda tarif razryadi va tarif koeffisentlari, tarif stavkasi o‘z ifodasini topadi.

Hozirgi vaqtda O‘zbekiston Respublikasi byudjetdan moliyalashtiriladigan korxona, tashkilot va muassasalar ishchi – ximatchilar uchun ish haqini belgilashda Yagona tarif setkasi (YaTS) asosida hisob kitob qilinadi.

Yagona tarif setkasida tarif razryadi va tarif koefisiyentlari keltiriladi.

Tarif razryadi ishchining malaka darajasi, ishning murakkabligi, real (aniq)likligi va bajariladigan vazifaning javobgarligini aniqlaydi.

Tarif koeffisiyenti tarif stavkasini tarif razryadining ortib borishiga nisbatan yuqorilanish darajasini belgilaydi, ya’ni «0» razryadga nisbatan yuqori malakali ish, xizmat necha marotaba ko‘proq ish haqi olishini ko‘rsatadi.

Tarif razryadi va tarif koeffisiyenti orqali tarif stavka miqdori quyidagicha aniqlanadi:

$T_{ci} = T_o \bullet K_i$; bu yerda:

T_{ci} – tarif stavkasi, i – razryaddagi ishchi yoki xodim uchun, so‘mda;

T_o – «0» razryaddagi ishchi yoki xizmatchi uchun belgilangan tarif stavkasi, so‘mda;

K_i – i - razryaddagi ishchi yoki xodim uchun belgilangan tarif koeffisiyenti.

YaTS O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining «Ish haqi to‘lashning yagona tarif stavkasini takomillashtirish to‘g‘risida»gi 20 iyun 2000 yilgi 280 – sonli qarori bilan tasdiqlangan. U 22 tarif razryadini o‘z ichiga olgan bo‘lib, tarif koeffisiyentlari orqali har xil turdagi ish va lavozim okladlarini belgilash uchun xizmat qiladi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 16 sentyabrdagi VM-775 – sonli qaroriga muvofiq byudjet muassasalari va tashkilotlari xodimlarining lavozim stavka(oklad)lari miqdori quyidagicha belgilangan (11.2 - jadval).

11.2 - jadval

Byudjet muassasa va tashkilotlari xodimlarining lavozim tarif stavkalari miqdorlari[16]

Tarif razryadlari	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 16 sentyabrdagi 775-son karorining 1 -ilovasida belgilangan YaTSning tarif koeffisiyentlari	O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 30 dekabrdagi PQ-49Z8-son qarorining 1 -bandi va Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 16 sentyabrdan 775-son qarori bilan tasdiqlangan tarif koeffisiyentlari asosidagi, 2021 yil 1 fevraldan boshlab kiritiladigan tarif stavkalari MIQDORI (so‘m)
1	1,000	747300
2	1,053	786907
Z	1,106	826514
4	1,158	865373
5	1,269	948324
6	1,384	1034263
7	1,505	1124687
8	1,630	1218099
9	1,755	1311512
10	1,883	1407166
11	2,014	1505062
12	2,148	1605200
13	2,284	1706833
14	2,421	1809213
15	2,561	1913835
16	2,704	2020699
17	2,847	2127563
18	2,993	2236669
19	3,141	2347269
20	3,292	2460112
21	3,444	2573701
22	3,597	2688038

[16] https://mehnat.uz/uz/services/byudzhet-muassasa-va-tashkilotlari-hodimlarining-lavozim-tarif-stavkalari-mikdorlari

Davlat va davlat aksiyador korxonalari YaTS nizomiga rioya qilishlari shart.

Byudjet tizimiga qaramagan xo‘jalik subyektlari o‘zlari ish haqi shaklini, tizimini, moddiy rag‘batlantirish miqdorini, qo‘shimcha to‘lovlar kabilarni mustaqil belgilaydilar. Davlat tarif stavkasi okladlarini ular asos sifatida ishlatishlari mumkin. Lekin, ularda o‘rnatilgan minimal ish haqi davlat tomonidan belgilangan darajadan kam bo‘lmasligi kerak.

Ularning miqdoriga mehnat bozoridagi raqobat va korxonalarning moliyaviy imkoniyatlari ta’sir qiladi.

IV. Xududiy koeffisiyentlar. Ushbu koeffisiyentlar har xil tabiiy-iqlimiy sharoitlarda ishlovchilarning hayot darajasini difirensiasiyalanishini ta’minlaydi va ish haqiga qo‘shimcha to‘lov miqdorini koeffisiyent o‘lchov birligida ko‘rsatadi.

V. Ustamalar va har xil qo‘shimcha to‘lovlar. Bular tarif stavkasida hisobga olinmagan omillarni hisobga olib, ish haqining yakka tartiblanishini ta’minlaydi. Masalan, bajariladigan ish yoki lavozimning muhimligi; mehnat stajining doimiyligi; til bilishi; mehnatga munosabati; qo‘shimcha vazifaga yoki ishda yo‘q ishchini lavozimini bajarish; kechqurun, dam olish, bayram kunlarida ishlash kabilar uchun to‘lovlar.

Ularning xususiyatlariga qarasak, ustama kompensasiya rolini o‘ynaydi, qo‘shimchalar esa rag‘batlantirish xususiyatiga ega.

Tarif tizimi, yuqorida keltirilgandek ish haqini har xil shakllarida foydalanishni taqozo qiladi. ish haqi shakllariga batafsil to‘xtalib o‘tamiz.

Vaqtbay ish haqi.

Vaqtbay ish haqi ikki xil tizimdan iborat:

oddiy - vaqtbay;

vaqtbay - mukofotli.

Oddiy- vaqtbay ish haqi shakli ishlatilganda ish haqi tarif stavkasi yoki lavozim okladi asosida hisoblanadi. Lavozim okladlari lavozim (shtat) jadvallarida ko‘rsatiladi. Lavozim okladi – to‘la ishlagan oy uchun belgilangan ish haqi miqdori. Ishchilarga ish haqi hisoblashda

oddiy- vaqtbay shakli, soatbay yoki kunbay turlari ishlatiladi. Bunda ish haqi miqdori soatbay (yoki kunbay) ish haqi stavkasini haqiqiy ishlagan soatlar yoki kunlar soniga ko‘paytirish yo‘li bilan aniqlanadi. Uning uchun quyidagi formulani ishlatish mumkin.

$I_x = C_{tc} \cdot t_i$ yoki $I_x = K_{tc} \cdot K_o$ bu yerda

I_x – ishchining oylik ish haqi summasi, so‘mda;

C_{tc} – ishchiga belgilangan bir soatli tarif stavkasi, so‘mda;

t_i – ishchilarning bir oyda ishlagan vaqti, soat;

K_o - bir oyda ishchining ishlagan kunlari soni, kun;

K_{tc} – ishchiga belgilangan bir kunlik tarif stavkasi (7 yoki 8 soat ish kuniga belgilangan), so‘mda.

Yuqorida keltirilgan shakl (oddiy-vaqtbay) asosan yordamchi va xizmat qiluvchi xodimlar uchun qo‘llaniladi.

Lavozim okladlari boshqaruv, ma’muriy xo‘jalik xodimlari, mutaxissislar va mehnat jarayoni normallashtirilib bo‘lmaydigan yoki asosli hisobga olishni iloji yo‘q ish turlarni bajaradiganlar uchun qo‘laniladi.

Xizmatchilarga ish haqi to‘lash o‘zining mazmuni jihatidan vaqtbay- mukofotliga yaqin bo‘lib, u asosida ish haqining asosiysi – lavozim okladi (odatda bir oylik) va undan tashqari qo‘shimchalar va mukofotlar to‘lanadi.

Lavozim okladi ishbay jadvali asosida xizmatchining kasbiy malakasi, ish hajmi, tavsifi va boshqa omillarga qarab belgilanadi.

Vaqtbay-mukofotli ish haqi shakli ishlatilganda tarif stavka yoki lavozim okladi orqali aniqlangan ish haqidan tashqari ishchi va xizmatchilarga har xil mukofotlar to‘lanadi. Uning uchun korxona, xo‘jalik subyektlari maxsus nizom ishlab chiqadi.

Moddiy rag‘batlantirish miqdori nizomda ishchi va xizmatchilar bajargan ishlar va vazifalarni son va sifat ko‘rsatkichlariga qarab foizda yoki absolyut so‘mda ko‘rsatilishi mumkin. Rag‘batlantirish ko‘rsatkichlari va miqdori jamoa shartnomasi yoki mehnat shartnomasida ko‘rsatilishi yoki rahbar buyrug‘i bilan amalga oshirilishi mumkin.

Moddiy rag‘batlantirish har oyda, kvartalda, yil natijasi bo‘yicha

va ayrim ish yoki vazifani bajarilishi natijasi bo‘yicha amalga oshiriladi. Mukofot summasi (M_s) quyidagicha aniqlanishi mumkin:

$$M_c = \frac{I_x (p + k \cdot n)}{100};$$ bu yerda:

p – rejalashtirilgan 100,0% bajarganligi uchun rag‘batlantirish miqdori, %;

k – rejani ortig‘i bilan bajarganligining har bir foizi uchun moddiy rag‘batlantirish miqdori, %;

n – rejaning ortig‘i bilan bajarilgan darajasi, %.

Vaqtbay ish haqi shakli quyidagi hollarda ko‘proq samara beradi:

- ishchining vazifasi texnik-texnologik jarayonlarni ko‘zatish va nazorat qilish bilan bog‘liq bo‘lsa. Savdoda va umumiy ovqatlanish sohasida ular qatoriga savdo zalidagi nazoratchilar, ma’murlar kiritilishi mumkin;
- faoliyat jarayonida ishning safati va xizmatni bajarish muddati muhim ahamiyatga ega bo‘lsa. Savdoda va umumiy ovqatlanish sohasida menejerlar, texnologlar,master-tovarlar, yuqoridagi jarayonlar uchun javobgar shaxslar kiradi;
- son jihatdan natijani hisobga olish qiyin yoki imkoniyati bo‘lmasa. Bular qatoriga rahbarlar, mutaxassislar, va yordamchi xodimlarni kiritish mumkin.

Ishbay ish haqi

Ishbay ish haqi mehnat natijasini son va sifat jihatdan hisob-kitob qilish imkoniyati bo‘lgan ishchi va xizmatchilar uchun qo‘llaniladi. Bunda asosan bajarilgan ish yoki xizmat o‘lchov birligiga nisbatan rassenka ishlatiladi. Masalan, 1000 so‘mlik tovar aylanishiga, 100 porsiya ishlab chiqarilgan ovqatlar soniga, xizmat ko‘rsatilgan xo‘randalar soniga va hokazolar uchun.

Ishbay ish haqi shakli ish yoki xizmat natijasini oshirib borish asosiy maqsad bo‘lganda yoki mehnat natijasi ishchiga yoki brigadaga bog‘liq bo‘lganda yoki mehnat natijasini aniq hisoblash imkoniyati bo‘lganda ishlatilsa ko‘proq samara beradi.

Ishbay ish haqi tizimida ishlatiladigan usullar 11.1 - chizmada keltirilgan.

Ishbay ish haqi shakli savdoda va umumiy ovqatlanish sohasida asosan sotuvchilar, kassirlar, ofisiantlar, oshpazlar va bufetchilar uchun ishlatiladi.

Ishni tashkil qilish sharoitiga qarab ishbay ish haqi yakka tartibda va jamoaviy (brigada) turlariga bo‘linadi.

Bevosita ishbay ish haqi haqiqiy bajarilgan ish, xizmat miqdorini belgilangan rassenkaga ko‘paytirish yo‘li bilan aniqlanadi va bu xolda mukofotlar ishlatilmaydi.

Masalan: a) yakka tartibda rassenka belgilangan bo‘lsa

$I_{x.} = \sum r_{i.} \cdot q_{i.}$ bu yerda:

p_i – i- ish yoki xizmat o‘lchov birligiga belgilangan rassenka, so‘m;

q_i – ishchi tomonidan bajarilgan i-ish yoki xizmatning miqdori, son birligida bir oyga.

b) jamoa (brigada) uchun rassenka belgilangan holda jamoa (brigada) bajargan ish yoki xizmat miqdori belgilangan rassenkaga bog‘liq bo‘ladi. Har bir ishchining ish haqi ularning razryadlari va bir oyda ishlagan ish vaqtiga proporsional taqsimlanadi. Bunda brigadani ish haqi ($I_{x.b.}$) quyidagiga teng bo‘ladi:

$I_{x.b.} = \sum r_{i.b.} \cdot q_{i.b.}$ bu yerda:

$p_{i.b.}$ – bajarilgan ish yoki xizmat o‘lchov birligiga belgilangan brigada rassenkasi, so‘m;

$q_{i.b.}$– bir oyda brigada bajargan ish yoki xizmatning son miqdori, so‘m, dona va hokazo.

Ishchining ish haqi quyidagicha hisoblanadi:

$$I_{x.i.} = I_{x.b.} \cdot \frac{T_{s.i.} \cdot t_i}{\sum_{t=1}^{p} (T_{s.i.} \cdot t_i)};$$ bu yerda:

$I_{x.i}$ – i- ishchining bir oylik ish haqi miqdori, so‘m;

$T_{c.i}$ – i- ishchining razryadi bo‘yicha belgilangan soatbay tarif stavkasi;

t_i – ishchining bir oyda ishlagan vaqti, soat;

n – brigadadagi ishchilar soni.

Ish haqining ishbay-mukofotli shakli ishlatilganda belgilangan rassenka bo‘yicha asosiy ish haqi yuqoridagicha xisoblanadi.

Ishbay-mukofotli ish haqi usuli ishlatilganda mukofot summasi vaqtbay-mukofotli ish haqi usulida ishlatilgan formula orqali hisoblanadi.

Progressiv ishbay ish haqi shakli ishlatilganda (bu shakl asosan ishlab chiqarish tarmoqlarida ko‘proq qo‘llaniladi) reja darajasida bajarilgan ish uchun ish haqi belgilangan rassenkaga qarab xisoblanadi, rejadan ortiq bajarilgan ish uchun esa oshirilgan rassenkaga nisbatan hisoblanadi.

Bilvosita ishbay ish haqi shakli asosan qo‘shimcha ishlarni bajaruvchi ishlar uchun ishlatiladi.

Akkord ish haqi shakli bajariladigan ishning umumiy xajmiga belgilanadi va unda ish tez (belgilangan muddatga nisbatan) bajarilgani uchun mukofot berishi rejalashtiriladi. Bu shakl qurilish korxonalari va avtotransportlarda ishlatiladi.

Xo‘jalik subyektlari uchun motivasiya muhitini yaratish muhim masalalardir. Shunday motiv va rag‘batlantirish usullarini yaratish kerakki, raxbardan tortib, to oddiy ishchigacha ishlarni bajarish ular uchun ham qiziqarli, ham foydali bo‘lsin. Bizning fikrimizcha mulkdor uchun ham, yollanma ishchi ham xo‘jalik subyektining asosiy maqsadini, («X» darajadagi foyda yoki daromad olish bir tomondan, «Y» darajadagi talab yoki ehtiyojni qondirish ikkinchi tomondan) bajarish umumiy nuqta bo‘lib hisoblanishi kerak.

Shuni ta’kidlash joizki, harakatdagi kafolatlangan tarif stavkalari va lavozim okladlari ishchi va xodimlarning maoshini xo‘jalik subyekti maqsadi bilan bog‘liqligini to‘la ifoda qilmaydi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida yuqoridagi muammoni hal qilish uchun ish haqining progressiv shakllaridan, modellaridan foydalanishga harakatlar amalga oshirilmoqda. Bunga ushbu masalada xo‘jalik subyektlarining mustaqilligini oshirish imkoniyat yaratmoqda. Bunday shaklga (modelga) tarifsiz tizimni kiritish mumkin. Bunda kafolatli tarif

stavkalar lavozim okladlari, ayrim ustamalar va qo‘shimchalar ishlatilmaydi. Ushbu tizimda ish haqi fondi yoki jamoa tomonidan ishlagan maoshining xajmi ular o‘rtasida ishchi xodimning malakasi va mexnatining sifatiga qarab taqsimlanadi. Bunda ish haqini individullashtirishga erishiladi. Ushbu shakl (model) chet ellarda (AQSh., Yaponiya, Fransiya) qisman tajriba shaklda Rossiya va O‘zbekiston korxonalarida ishlatilmoqda.

Ta’rifsiz tizim asosida maoshlarni mehnatning sifatiga (malakasi, mahorati, lavozimi) qarab uning umumiy fonddagi hissasi va miqdori aniqlanadi. Buning uchun quyidagi ish haqini hisob-kitob formulasi ishlatiladi.

$$I_{xi} = \frac{K_i}{\sum_{i=1}^{P} K_i} \cdot I_{x.f}$$

Bu yerda: $I_{x.i.}$ – i – ishchining ish haqi;

K_i – i – ishchining ish haqi necha marotaba minimal ish haqidan yuqoriligini ko‘rsatuvchi koeffisent;

p – ishchilarning umumiy soni.

Tarifsiz ish haqi tizimi ishlatilganda alohida ishchining ish haqini hisoblashda yuqoridagidan tashqari alohida ishchining mehnatiga ishtirok etish koeffisentini aniqlash orqali ham, ishchining ish haqi fondidagi hissasini va ish haqining miqdori hisob kitob qilinadi.

Xozirgi vaqtda savdo va omaviy ovqatlanish sohasida ish haqining tarifsiz tizimidan ham keng foydalanilmoqda.

Bunda siljuvchi okladlar, shartnomaviy (mehnat shartnomasi, jamoaviy shartnomalarda ko‘rsatilishi mumkin) va komission usuli qo‘llaniladi.

Ish haqining tarifsiz tizimida ish haqi fondini taqsimlash qoidasi ishlatiladi. Ya’ni brigada yoki jamoa uchun ajratilgan ish haqi fondi ishchi yoki xizmatchilar o‘rtasida ularning faoliyat natijasiga qo‘shgan hissasini (ishning murakkabligi, ishchining malakasi, javobgarligi darajasi, ishlagan vaqti kabilar) hisobga olgan holda taqsimlanadi. Bunda hir xil koeffisentlar, ballar tizimi (reyting) kabilar ishlatilishi mumkin.

Ish haqining tarifsiz tizimining maqsadi ish yoki xizmatni (korxona, xo‘jalik subyekti, tashkilot) pirovardidagi natijani moddiy rag‘batlantirishga qaratiladi. Ushbu natijaga qarab ish haqi fondi rejalashtiriladi.

Ish haqi miqdori uning uchun ajratilgan mablag‘ hajmiga qarab aniqlanadi.

Albatta ishchiga qonuniy hujjatlarda belgilangan minimal ish haqi miqdorini to‘lash kafolatlanishi zarur.

Ish haqini siljuvchi okladlar tizimi ish yoki xizmat xajmi rejasi bajarilganda boshqa ko‘rsatkichlar (masalan: tovar aylanmasi tarkibi, muomala (davr) xarajatlari darajasi va tarkibi, daromad, foyda miqdori, rentabellik darajasi, mehnat unumdorligi va boshqalar) o‘zgarsa belgilangan (kelishilgan) ish haqi miqdori o‘zgartirilib boriladi. O‘zgartirilish miqdori ko‘rsatkichlarni u yoki bu tomonlama o‘zgarilishi miqdoriga qarab koeffisentlarda yoki foizlarda belgilanishi mumkin.

Komission ish haqi tizimi sotuvchilarga, savdo agentlari, dillerlar, reklama agentlari, tovarlar bilan ta’minlovchilar, ovqatlanish zali ma’murlari, tashqi iqtisodiy aloqalar bilan shug‘ullanuvchilar, ayrim mutaxasislar, xizmatchilar kabilarga qo‘llanilishi mumkin.

Komission ish haqi tizimining ko‘p xillari qo‘llaniladi. Konkret usuli korxona, savdo, umumiy ovqatlanish shahobchalarining maqsadiga, muomaladagi tovarlarning xususiyatiga, bozorning muhitiga va boshqa omillarga bog‘liq bo‘ladi.

Tarifsiz ish haqining komission usuli qo‘llanilganda ish yoki xizmat natijasi miqdoriga komission foiz (yakka tartibdagi yoki jamoa, brigada) belgilanadi va u quyidagicha aniqlanadi:

$$Ix.b. = \frac{TA \cdot K_{f.b}}{100} \text{ yoki } I_{x.i} = \frac{TA \cdot K_{f.i}}{100}$$

Bu yerda: TA – bajarilgan ish, xizmat miqdori yoki boshqa belgilangan ko‘rsatkich, bu yerda tovar aylanishi summasi keltirilgan;

K_f – «TA» miqdoriga belgilangan komission to‘lov foizi, % da - tegishlicha «b» brigada, «i» alohida ishchi uchun.

Korxona yoki xo‘jalik subyekti tovar aylanish xajmini oshirishga

intilsa, odatda tovar aylanish xajmiga nisbatan komission foizi belgilanandi.

Masalan, savdo shahobchasi sotuvchisiga magazin direktori tomonidan tovarlar aylanishi xajmiga nisbatan 10,0% komission to‘lovi belgilangan. Oy davomida tovar aylanishi xajmi 900000 so‘mni tashkil qilgan bo‘lsa, sotuvchini ish haqi 90000 so‘mni (900000*10/100) tashkil qiladi.

Sotuvchilarga ish haqi komission usul bilan aniqlanganda tovar assortimentlariga qarab oshib boruvchi (progressiv) komission foizlar ishlatilishi mumkin. Masalan, tovar aylanishini har bir foiz o‘sishiga qancha foizga komission to‘lov o‘sishi mumkinligi belgilanadi.

Misol uchun, oziq-ovqatlar bilan savdo qiluvchi sotuvchiga minimal tovar aylanishi miqdori (rejada) 600000 so‘m, komission foiz – 10,0%, har bir foiz tovar aylanishiga komission to‘lov summasi 0,5% o‘sishi belgilangan va haqiqiy tovar aylanishi 700000 so‘mni tashkil qiladi.

Bu holda oziq-ovqatlar bilan savdo qiluvchi sotuvchining ish haqi quyidagicha aniqlanadi:

1. Tovar aylanishi rejasining bajarilishi (TA_f)

TA_f = 700000*100/600000 = 116,7%

2. Rejadagi komission to‘lov summasi ($K_{ix.r}$)

$K_{ix.r}$ = 600000*10/100 = 60000 so‘m

3. Komission taqdirlash foiz xisobida (KRF)

KRF = (116,7 – 100,0) * 0,5 = 8,35%

4. Sotuvchining oylik ish haqi (I_{xi})

$I_{x.i}$ = 60000 + 60000*8.35/100 = 60000 + 5010 = 65010 co‘m

Komission – oshib boruvchi (progressiv) usul ishlatilganda ish haqini quyidagicha aniqlash formalasini tavsiya qilamiz.

$$Ix.i = K_{ix.r} + \frac{K_{ixr} \cdot KTF}{100}$$

Bu yerda: $I_{x.i}$ – i – sotuvchining oylik ish haqi;

$K_{ix.r}$ – rejadagi komission to‘lov summasi;

KTF – komission rag‘batlantirish miqdori, % hisobida.

Bozor iqtisodiyotiga o‘tish sharoitida ish haqining kontarakt

(shartnomaviy) tizimi keng tarqala boshlandi. Umuman kontrakt (shartnomaviy) ish haqi tizimi butun jaxonda keng tarqalgan. Shuni e’tiborga olish kerakki, bu tizim ishlatilganda aslida tarif setkasi, tarif razryadlari, tarif koeffisentlari, tarif stavkalari va moddiy rag‘batlantirish tizimlarini hamda boshqa omillarni chuqur tahlil qalish asosida ish haqini kontrakt (shartnomada) ko‘rsatilgan miqdorda aniqlanadi.

Bu albatda kontrakt (shartnoma) miqdori ish beruvchi yoki mulkdorning ish haqi uchun ajrata oladigan mablag‘i xajmi, uni imkoniyati chegarasida belgilanadi.

Mexnat (jamoaviy) kontrakt (shartnoma) da ish haqi miqdori (vaqtbay yoki ishbay shakli ko‘rsatilishi mumkin) moddiy rag‘batlantirish va javobgarlik sharti, mehnat shart-sharoiti, ishchining huquqi va burchi, kontrakt (shartnoma) muddati kelishiladi.

Ish haqining tarifsiz tizimi ishlatilishda:

- aniq savdo xodimiga qo‘yilgan vazifa va maqsadni;
- maqsadga erishish darajasini belgilovchi ko‘rsatkichlar;
- maqsadga erishish darajasi va moddiy rag‘batlantirish miqdorini son nisbatini aniqlab olish lozim bo‘ladi.

11.2.4. Ish haqi fondining tahlili

Bozor iqtisodiyoti sharoitida xo‘jalik subyektlari (korxona, tashkilot, muassasa, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik)ni ish haqi to‘lash sohasidagi siyosatiga bir qancha omillar ta’sir qiladi. Ular qatoriga quyidagilarni kiritish lozim:

- bajariladigan ish hajmi (savdoda asosan tovar aylanishi, umumiy ovqatlanishda maxsulot ishlab chiqarish, tovar aylanishi, xizmat ko‘rsatilgan xodimlar soni);
- xo‘jalik subyektlarini moliyaviy holati;
- minimal ish haqi miqdori;
- tarif stavkalarini va tarif setkasining (razryadlar, tarif koeffisenti) o‘zgarishi;
- ustamalar va qo‘shimcha to‘lovlar miqdorining o‘zgarishi;

- korxonalar, xo‘jalik subyektlarining mehnatini rag‘batlantirish siyosati;
- ishchi xodimlarni soni, ularning malakasi va kasbiy mahratining o‘zgarishi;
- mehnat bozori konyunkturasi;
- raqobat darajasi va boshqalar.

Ish haqini tadqiqot qilishda uning absolyut va nisbiy ko‘rsatkichlari, unga bevosita va bilvosita aloqador ko‘rsatkichlar ishlatiladi.

Ushbu ko‘rsatkichlarga to‘xtalib o‘tamiz.

Ish haqining absolyut ko‘rsatkichi sifatida ish haqi fondining summasi, unga bevosita ta’sir qiluvchi tarif stavkalari, lavozim okladlari, xo‘jalik subyektlarining ish hajmi (savdo va umumiy ovqatlanishda ularning tovar aylanishi xajmi) muomala xarajatlari, daromad va foyda summasi kabilarni kiritish mumkin.

Ish haqining nisbiy ko‘rsatkichlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ish haqining darajasi. Ushbu ko‘rsatkich biron bir davrga (oy, kvartal, yil) ish haqi fondi summasini 100,0ga ko‘paytirib tegishli sohani, korxonaning tovar aylanishi hajmiga bo‘lish orqali aniqlanadi;
- ishchi va xodimlarning o‘rtacha oylik ish haqi miqdori. Bu ko‘rsatkich tegishli sohada, korxonada, biron davr davomida ishchi va xodimlarga to‘langan, ish haqiga kiritiladigan barcha pul va natural shakldagi to‘lovlar va ijtimoiy nafaqalar summasini davrdagi o‘rtacha ro‘yxatdagi xodimlar soniga bo‘lish orqali aniqlanadi;
- ish haqining daromadliligini, ya’ni bir so‘m ish haqiga qancha daromad to‘g‘ri kelishligi. Bu ko‘rsatkich biron bir davrda xodimlar faoliyatiga tegishli bo‘lgan daromadlar summasini ularning ish haqi summasiga bo‘lish bilan hisoblanadi;
- ish haqi rentabelligi. Uni aniqlash uchun biron bir davrda xodimlar faoliyatiga tegishli bo‘lgan foyda summasini 100,0 ga ko‘paytirib, ish haqi summasiga bo‘linadi. Ushbu ko‘rsatkich ish haqi birligi necha foiz foyda keltirayotganligini bildiradi;

- ish haqining muomala xarajatlaridagi hissasi. Ushbu ko‘rsatkich biron bir davrga ish haqi summasini muomala xarajatlari summasiga bo‘lish va 100,0 ga ko‘paytirish orqali aniqlanadi.
- ustamalar va qo‘shimchalarning ish haqidagi hissasi, foizda yoki koeffisentlarda;
- ish haqining biron bir davrga (3,5,10 yil) o‘rtacha o‘sish sur’ati. Ushbu ko‘rsatkichni oddiy o‘rtacha geometrik formulasi orqali aniqlash mumkin, ya’ni

$$\bar{I}_{x.o‘.s} = \sqrt[P]{I_{x.o‘.s}^{1} \cdot I_{x.o‘.s}^{2} \cdot \ldots \cdot I_{x.o‘.s}^{P}}$$

Bu yerda: $\bar{I}_{x.o‘.s}$ ish haqini biron bir davrga o‘rtacha o‘sish sur’ati

$I_{x.o‘.s}^{1,2,3\ldots P}$ = ish haqini tegishli yilda o‘tgan yilga nisbatan o‘sish sur’ati. Ushbu ko‘rsatkich konkret olingan yildagi ish haqini undan oldingi (o‘tgan) yil ko‘rsatkichiga bo‘lish va 100,0ga ko‘paytirish orqali foizda yoki indeks o‘lchovida aniqlanadi, ya’ni

$$I_{x.o‘.s}^{1} = \frac{I_x^1}{I_x^0} * 100{,}0 \text{ yoki } \frac{I_x^1}{I_x^0}$$

Ish haqini o‘rtacha o‘sish sur’ati va tegishli indekslar alohida xodimlarning o‘rtacha ish haqi ko‘rsatkichi bo‘yicha ham aniqlanadi. Tahlil jarayonida statistik ko‘rsatkichlar ham aniqlanishi mumkin.

- real ish haqini indeksi ($J_{r.i.x}$). Bu ko‘rsatkich quyidagicha aniqlanadi:

bu yerda: $JI_{x.o‘.s}$ – ish haqini biror bir davrga indeksi;

J_p – iste’mol tovarlari indeksi tegishli davrga.

Ish haqi fondi tarkibi va hajmini aniqlashda statistik xisobotda ish haqiga nimalar kiritilsa, shulardan kelib chiqish zarur.

O‘zbekiston Respublikasi «Minmakroiqtisodstat» davlat departamentining 1998 yil 26 oktyabr №33 sonli qarori bilan tasdiqlangan «Yollanma ishchilar soni va ish haqini statistikasi to‘g‘risida»gi yo‘riq xatida ish haqi tushunchasiga barcha qiymat (pulda)

va natural shaklda, moliyalashtirish manbalaridan qat’iy nazar, to‘lanadigan maoshlar hamda mukofotlar, qo‘shimchalar, ustamalar, ijtimoiy-imtiyozlar, ishchilarga pul shaklida to‘langan, qonunda belgilangan, ishlamagan vaqtlari (ta’lim, dam olish va bayram kunlari) uchun to‘lovlar kiritiladi.

Ish haqi statistik xisobotlarda:

a) pul shaklida-barcha pul shaklida to‘langan (xisob-kitob qilingan), to‘lov hujjatlariga mos maoshlar «brutto», ya’ni soliqlar va barcha turdagi to‘lovlarni hisobga olgan holda;

b) natural shaklda esa barcha natural to‘lovlarni bozor bahosida xisobga olgan holda ko‘rsatiladi.

Pul shaklidagi ish haqiga:

I – Rassenkalar, tarif stavkalari, lavozim okladlari (xo‘jalik subyektlarida ishlatiladigan ish haqi shakli va tizimidan kelib chiqqan holda) maoshlar va barcha rag‘batlantirish uchun berilgan pullar summasi kiradi.

II – Nizomga asosan rag‘batlantiruvchi to‘lovlar, ya’ni:

a) bir marotaba to‘lanadigan mukofot, yil natijasi bo‘yicha berilgan taqdirlov;

b) rag‘batlantiruvchi tavsifga ega, birlamchi hujjatlarda ko‘rsatilgan mukofotlar;

v) ustozlar (murabbiylar), kasbiy mahorat uchun tarif stavkasi yoki lavozim okladiga ustamalar;

g) moddiy yordam sifatida xar yilgi ta’tilga qo‘shimchalar;

d) ko‘p yillar xizmatlari uchun beriladigan to‘lovlar (ijtimoiy fondlarga to‘lovlarni hisobga olgan holda) kiradi.

III – Bulardan tashqari ish rejimi va sharoitiga qarab o‘zini qoplovchi (kompensasiya) tavsifiga ega bo‘lgan, xamda ishlamagan kunlar uchun to‘lovlar ham ish haqi tarkibiga kiritiladi.

Natural shakldagi ish haqiga ishchilarga berilgan barcha tovar, maxsulot va boshqa qiymatga ega bo‘lgan narsalar va ular uchun bajarilgan ish yoki xizmatga to‘lovlar kiritiladi (kommunal xizmati uchun to‘lov, bepul ovqatlanish, kvartira to‘lovi, transport to‘lovi, o‘zida qoladigan maxsus kiyimlar qiymati, davolanish, dam olish yo‘llanmalari

qiymati, sug‘urta va h.k.)

Ishchi kuchini saqlash uchun ketgan xarajatlarga (uy-joyni joriy ta’minlash, berilgan mebellar qiymati) kapital qurilishlaridan tashqari; barcha ijtimoiy sug‘urtalar (ijtimoiy, nafaqa, medisina, bandlik va boshqa byudjetdan tashqari fondlar); maxsus to‘lovlar (mexnat bilan ta’minlashga, shtatlarning qisqarishi, nafaqaga chiqishda bir martalik qo‘shimchalar, bolalarga 2 yoshgacha qarash uchun, kasbiy kasallik va boshqa ish jarayonida sog‘liqni yo‘qotish bilan bog‘liq ziyonlar uchun to‘lovlar); kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash; madaniy oqartuv ishlar va boshqalar kiritiladi. Bular ish haqi tarkibiga kiritilmaydi.

Ish haqi va ishchi kuchini saqlash uchun tashkilot, korxona va boshqa xo‘jalik subyektlarining xarajatlari ishchi kuchiga ketgan xarajatlar qiymati deb hisoblanadi.

Yuqorida keltirilgan ish haqi fondi tarkibi bo‘yicha ish haqi fondi tashkilot, korxona va boshqa xo‘jalik subyektlarining ish haqi fondi hisob-kitob qilinadi va rejalashtiriladi. Ish haqi fondini tahlil qilishda keng iqtisodiy axborotlardan foydalanish zarur bo‘ladi. Ularning manbalari buxgalteriya balansi, moliyaviy va statistik xisobotlar, tezkor ma’mumotlar va boshqalar. Ushbu manbalardan tovar aylanishi, xodimlar soni, muomala xarajatlari, ish haqi fondi, daromadlar va foyda kabi ko‘rsatkichlar olinadi va foydalaniladi.

Ular qatoriga Davlat statistik hisobotlaridan «Tovarlar sotish va qoldiqlar to‘g‘risida» (3-savdo shakl); «Chakana tovar aylanmasi to‘g‘risida» (1-savdo shakl); «Savdo tashkiloti xarajatlari to‘g‘risida» (5-S (savdo) shakli); «Mexnat xisobi» (1-T shakl); «Mexnat, xodimlar soni va tarkibi to‘g‘risidagi xisobot» (1-T shakl); «Ishchi kuchini saqlash xarajatlari qiymati to‘g‘risida» (1-T shaklga ilova); «Xodimlar soni va tarkibi to‘g‘risida xisobot» (1-T(kadrlar) shakli); «Buxgalteriya balansi» (1-sonli shakl); «Moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi xisobot» (2-sonli shakl) va boshqalar.

Ish haqi fondini tahlil qilish quyidagi jarayonlar (bosqichlar)dan iborat bo‘ladi:

- ma’lumotlarni to‘plash (rejalar, haqiqatda va kutilayotgan);

- ma’lumotlarga ishlov berish, ya’ni tartibga solish, solishtirma yuzaga keltirish, jadvallarga joylashtirish;
- ish haqi fondiga tegishli ko‘rsatkichlarni hisoblash (mexnat unumdorligi, 1 xodimga to‘g‘ri keladigan ish haqi; ish haqi fondini tovar aylanishiga nisbati - %; ish haqi fondini muomala xarajatlariga nisbati - %; daromadlar yoki foydani ish haqi fondiga nisbati - % va boshqalar);
- tahlil qilish jarayoni;
- xulosa va takliflarni ishlab chiqish.

Ish haqi fondini tahlil qilishda o‘rtacha ish haqini aniqlash katta ahamiyat tutadi. Chunki ushbu ko‘rsatkich boshqa o‘rtacha ko‘rsatkichlar bilan solishtirilishi (masalan: mexnat unumdorligi) ular holatiga baho berish, prognoz qilish uchun asos bo‘lib hisoblanadi. Ishchilarning o‘rtacha ish haqi korxona bo‘yicha umuman ish haqi fondidan to‘langan (pul va natural shaklda) summani o‘rtacha ish haqi va boshqa o‘rtacha ko‘rsatkichlarni aniqlash uchun ishlatiladigan xodimlar soniga bo‘lish orqali aniqlanadi.

Tahlil jarayonida ish haqiga tegishli bo‘lgan ko‘rsatkichlar bo‘yicha rejaning bajarilishi, ularni bir necha yillarga dinamikasi o‘rganiladi va ish haqi fondiga ta’sir qiluvchi omillarning ta’sir qilish darajasi (miqdori) aniqlanadi.

Tahlilni «Ishchi kuchini saqlash uchun to‘lovlar va xarajatlar qiymati» ko‘rsatkichi tarkibini o‘rganishdan boshlashni tavsiya qilamiz.

Uning uchun quyidagi jadvaldan foydalanish maqsadga muvofiq bo‘ladi (11.3 - jadval).

Ish haqi fondini tahlil qilishda korxona, ho‘jalik subyektlari, tashkilotlar, korporasiyalar, birlashmalar ish haqi fondi rejasining (oy, kvartal, yil) bajarilishini o‘zluksiz o‘rganib borishi zarur, o‘z imkoniyatlaridan kelib chiqib kelgusi oy yoki kvartal rejalariga o‘zgartirishlar (korrektirovka) kiritish yoki ish haqi siyosatini takomillashtirish chora tadbirlarini amalga oshirib borishi lozim.

Bunday tahlil albatta ish haqi fondiga biz yuqorida keltirib o‘tgan omillarning ta’sir darajasini o‘rganishda statistikaning «Zanjirli bog‘lanish» va indeks usullardan keng foydalanish mumkin.

Masalan: Ish haqi fondiga ishbay ish haqi shaklini qo‘llanilganda

savdo shahobchasining chakana tovar aylanishi (ChTA) hajmi, sotuvchining mehnat unumdorligi (Mu), ularning soni (X) va o‘rtacha ish haqi (I_x) miqdori ta’sir qiladi.

11.2 – jadval

Ishchi kuchini saqlash uchun to‘lovlar va xarajatlar qiymatining tahlili

№	Ko‘rsatkichlar	O‘lchov birligi	O‘tgan yil	Xisobot yili		O‘zgarish surati; % va farqi (+;-)	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Tovar aylanishi[17]	m.s.					
2.	Ish haqi fondi:						
2.1.	so‘mda	m.s.					
2.2.	Tovar aylanishiga nisbati	%					
3.	Ish haqi:						
3.1.	Pul shaklidagi ish haqi						
3.1.1.	So‘mda	m.s.					
3.1.2.	% da ish haqiga nisbatan (3.1.1. · 100/2)	%					
3.2.	Natural shakldagi ish haqi:						
3.2.1.	So‘mda	m.s.					
3.2.2.	% da ish haqiga nisbatan(3.2.1.· 100/2)	%					
4.	Ish haqi yozishda inobatga olinmaydigan to‘lov va xarajatlar[18]	m.s.					
5.	Ishchi kuchini saqlash uchun ketgan to‘lov va	m.s.					

[17] Qaysi soha tahlil qilinsa o’sha sohaning tovar aylanishi olinadi (chakana tovar aylanishi, ulgurji tovar aylanishi, ommaviy ovqatlanish tovar aylanishi).

[18] Uning tarkibiga quyidagilar kiradi:

- xodimlarning uy joyi uchun korxonaning xarajatlari;
- ish haqi fondiga barcha ijtimoiy sug’urta turlari bo’yicha to’lovlar (ijtimoiy sug’urta, nafaqa ta’minoti, medisina sug’urtasi, bandlik va boshqa byudjetdan tashqari fondlarga);
- korxona xisobidan (fondlardan tashqari) maxsus to’lovlar (ijtimoiy nafaqalar);
- kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash uchun xarajatlar;
- madaniy-oqartuv ishlar, sog’liqni saqlash va boshqa tadbirlar uchun xarajatlar;
- ishchi kuchini ta’minlash uchun ishlatiladigan bashqa to’lovlar va xarajatlar;
- mexnat qiymati tarkibiga kiradigan soliqlar.
-

	xarajatlar (3 + 4)						
6.	Ishchi kuchini saqlash uchun ketgan to‘lov va xarajatlar tarkibi:						
6.1.	Ish haqi fondi (2 · 100/5)	%					
6.2.	Ish haqi yozishda inobatga olinmay-digan to‘lovlar va xarajatlar (4 · 100/5)	%					
7.	Ro‘yxatdagi xodimlarning yillik o‘rtacha soni kishi (o‘rtacha miqdorlarni hisoblash uchun qabul qilinadiganlar soni)	kishi					
8.	1 xodimga to‘g‘ri keladigan:						
8.1.	Ishchi kuchini saqlash uchun ketgan to‘lov va xarajatlar qiymati (5 / 7)	So‘m					
8.2.	Ish haqi (2 / 7) jumladan:	So‘m					
8.2.1.	Pul shaklida (3.1 / 7)	So‘m					
8.2.2.	Natural shaklda (3.2. / 7)	So‘m					
8.3.	Ish haqini yozishda inobatga olinmaydigan to‘lovlar va xarajatlar qiymati (4 / 7)	So‘m					

Umuman olganda ish haqi fondi (I_f) teng bo‘ladi (1) $I_x \cdot X$; bu yerda $X = \frac{ChTA}{M_u}$ tengligini hisobga olsak (2) $I_f = I_x \cdot \frac{ChTA}{M_u}$ kelib chiqadi. Ushbu uchta omilning ish haqi miqdoriga ta’sir darajasi «Zanjirli bog‘lanish» usuli orqali quyidagicha xisob kitob qilinadi.

Har xil variantlarda ish haqi fondi xisoblanadi va tegishli omilning ta’sir darajasi aniqlanadi. Bu hisob-kitoblarni quyidagi shartli ma’lumotlar asosida hisob-kitob qilish misolini ko‘rib chiqamiz (11.3 - jadval).

11.3 - jadval

Ishchilar soni, mehnat unumdorligi va ish haqi fondi

№	Ko‘rsatgichlar	O‘lchov birligi	Hisobot yili		O‘sish surati (%)	Farqi (+;-)
			Reja «0»	Haqiqatda «1»		
1	Chakana tovar aylanishi	Mln sum	45950	46841	101,3	+891
2	O‘rtacha ro‘yxat-dagi xodimlar soni	Kishi	1486	1335	89,8	-151
3	Mehnat unumdor-ligi	Ming so‘m	30922	34862	112,7	+3940
4	Ish haqi fondi (barcha xodim-larning)	Mln so‘m	1342	1269	94,6	-73
5	Xodimlarning o‘rtacha ish haqi (yillik)	Ming so‘m	903	951	105,3	+48

11.3-jadvalda keltirilgan ma’lumot bo‘yicha ish haqi fondi rejaga nisbatan 73 mln. so‘mga kamaygan.

Tahlil natijasi bo‘yicha ushbu kamayish chakana tovar aylanishining 891 ml.s ortishi natijasida 17 mln.so‘mga ko‘paygan, mehnat unimdorligining 3940 ming so‘mga ortishi natijasida 154 mln. so‘mga kamaygan, o‘rtacha ish haqini 48 ming so‘mga o‘sishi natijasida 64,0 mln. so‘mga ortgan. Shunday qilib uchala omil natijasida ish haqi fondi + 17 – 154 + 64 = +73 mln.so‘mga ortgan.

Agarda tahlil vazifasida ish haqi fondiga xodimlar sonining ta’sirini aniqlash masalasi qo‘yilgan bo‘lsa ish haqi fondini yuqorida keltirilgan birinchi formulasidan foydalanish mumkin. ($I_x \cdot X$). Bu holda xodimlar sonining ta’siri quyidagicha aniqlanadi.

$I_x^0 \cdot X^1 - I_x^0 \cdot X^0$ - bizni misolda $903 \cdot 1335 - 1342 = 1205 - 1342 = -137 \text{ мл.s.}$

Xodimlar sonini 151 kishiga kamayishi ish haqi fondini -137 mln.so‘mga kamaytirishga olib kelgan. Ushbu xol chakana tovar aylanishi va mehnat

unumdorligining o‘zgarishi ta’siri ostida vujudga kelgan.

11.4 - jadval

Ish haqiga ta’sir qilgan omillar ta’sirining xisob- kitobi

№	Ko‘rsatgichlar	Hisoblash formulasi	Hisob-kitoblar
1	**Chakana tovar aylanishi**	$\frac{ChTA^1 \cdot \bar{I}_x^0}{M_u^0} - \frac{ChTA^0 \cdot \bar{I}_x^0}{M_u^0}$	$\frac{46841 \cdot 903}{30922} - 1342 = 1359 - 1342 = 17 ml.s.$
2	**Mehnat unumdorligi**	$\frac{ChTA^1 \cdot \bar{I}_x^0}{M_u^1} - \frac{ChTA^1 \cdot \bar{I}_x^0}{M_u^0}$	$\frac{46841 \cdot 903}{34862} - 1359 = 1205 - 1359 = -154 ml.s.$
3	**Xodimlarning o‘rtacha ish haqi**	$\frac{ChTA^1 \cdot \bar{I}_x^1}{M_u^1} - \frac{ChTA^1 \cdot \bar{I}_x^0}{M_u^1}$	$1269 - 1205 = +64 ml.s.$

O‘rtacha ish haqini o‘zgarishi natijasida yuqoridagi 11.4 - jadval ma’lumotidan ish haqi fondi +64 mln.so‘mga ortgan. Umuman bu ikki omil natijasi ham + 73 mln.so‘mni tashkil qiladi.

Ish haqini tahlil qilishda uning summasini, darajasi va muomala (davr) xarajatlari tarkibining o‘zgarishini o‘rganish zarur. Bunday tahlil uchun quyidagi jadvaldan (11.5) foydalanish mumkin.

11.5 - jadval

Ish haqi summasi, darajasining va muomala xarajatlaridagi hissasining o‘zgarish sur’ati

№	Ko‘rsatgichlar	O‘lchov birligi	O‘tgan yillar	Hisobot yili	Rejaga nisbatan o‘zgarish surati, (%), farqi	Xisobot yili o‘tgan yillarga nisbatan, %, farqi (+,-)

			1	2	3	4	reja	Haqi-qatda	(+;-)	1	2	3	4
1	Tovar aylanishi	m.s											
2	Muomala harajatlari: 2.1. so‘mda 2.2. darajasi $(\frac{2\cdot1\cdot100}{1})$	 m.s %											
3	Ish haqi fondi. 3.1. so‘mda. 3.2. darajasi. $(\frac{3\cdot1\cdot100}{1})$ 3.3. Muomala (davr) harajatlardagi hissasi. $(\frac{2\cdot1\cdot100}{2\cdot1})$	 m.s % %											

Ish haqini o‘zgarish sur’atlarini mehnat unumdorligining o‘zgarish sur’atlari bilan bir necha yillarga taqqoslama tahlil qilish amaliy va nazariy ahamiyatga ega. Chunki jamiyatda jamg‘arishni ta’minlash uchun mehnat unumdorligi ish haqiga nisbatan tezroq suratlarda o‘sib borishi zarur. Bunday jarayonni alohida xo‘jalik subyektidan tortib, soha, tarmoq va jamiyat miqyosida ta’minlashga erishish lozim.

Ushbu tahlilni amalga oshirish uchun quyidagi jadvaldan (11.6) foydalanish mumkin.

11.6 - jadval

Ish haqi va mehnat unimdorligini o‘zgarish sur’atlari

№	Ko‘rsatgichlar	O‘lchov birligi	Yillar (x)					
			X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**
1	Tovar aylanishi: 1.1. summasi. 1.2. o‘zgarish surati 1.2.1. bazis yilga nisbatan.	 m.s %						

	1.2.2. o‘tgan yilga nisbatan.	%						
2	Ish haqi fondi 2.1. summasi 2.2. o‘zgarish surati: 2.1.2. bazis yilga nisbatan. 2.2.2. o‘tgan yilga nisbatan.	 m.s % %						
3	O‘rtacha ish haqi va boshqa o‘rtacha miqdorlarni hisobllash uchun qabul qilinadigan xodimlar soni.	Kishi						
4	O‘rtacha ish haqi: 4.1. summasi 4.2. o‘zgarish suratlari: 4.2.1. bazis yiliga nisbatan. 4.2.2. o‘tgan yilga nisbatan.	 so‘m % %						
5	Mehnat unimdorligi 5.1. summasi. 5.2. o‘zgarish surati 5.2.1. bazis yiliga nisbatan. 5.2.2. o‘tgan yilga nisbatan.	 m.s % %						

11.2.5. Ish haqi fondini rejalashtirish

Ish haqini rejalashtirish masalasi O‘zbekiston Respublikasi korxonalari, xo‘jalik subyektlarida qo‘llanilayotgan odatdagi ish haqi tizimidan kelib chiqqan xolda ko‘rib chiqamiz.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida xo‘jalik subyektlari ish haqini mustaqil tashkil qilish huquqiga ega bo‘lib, uning shakl va modellarini o‘zlari tanlashi mumkin. Lekin bu deganimiz ular absolyut erkin, o‘z xoxishi bilan ish haqini tashkil qilishning barcha jihatlarini hal qiladi degan gap emas. Ish haqining minimal miqdori, tarif setkasi ustamalar va ayrim qo‘shimchalar davlat tomonidan qonuniy hujjatlarda belgilab qo‘yiladi. Har qanday sharoitda ish haqi miqdori ish haqi normasiga, ya’ni ishchi kuchi qiymatining zaruriy qismi (ishchiga mulkdor yoki davlat tomonidan to‘landagan), mehnat bozorida unga talab va taklifdan kelib chiqadigan qiymatiga teng bo‘lishi kerak.

Norma – bu qonuniy tusga ega bo‘lgan, tan olingan tartib, tasdiqlangan me’yor va o‘rtacha ko‘rsatgichdir.

Ish haqi normasining xususiyati, shundaki, unda jamiyat, jamoa va shaxsning iqtisodiy manfaatlari kelishtirilgan holda iqtisodiy faoliyatni maqsadli topshiriqlari, shart-sharoitlari, vosita va usullari ko‘rsatgichlar orqali normalashtiriladi. Ushbu normalar albatta qonuniy hujjatlarda o‘z aksini topishi va uni bo‘zilganligi uchun huquqiy javobgarligi sanksiyalarda belgilab qo‘yilishi shart.

O‘zbekiston Respublikasi mehnat kodeksining 155 moddasida «Muayyan davr uchun belgilangan mehnat normasini va mehnat vazifalarni to‘liq bajargan xodimning ayrim mehnat haqi miqdoridan oz bo‘lishi mumkin emas» - deb ta’kidlagan.

Minimal ish haqi miqdori (MIXM) O‘zbekiston Respublikasida Prezident farmoni bilan tasdiqlanadi va uni bajarish barcha davlat va nodavlat tashkilotlar, xo‘jalik subyektlari uchun majburiy hisoblanadi.

MIXM tarkibiga ustamalar, qo‘shimchalar, moddiy rag‘batlantirish, norma va ish vaqtidan chetga chiqqan holda bajarilgan ishlar uchun oshirilgan miqdorda to‘langan haqlar, boshqa kompensasion to‘lovlar, shuningdek rayon koeffisiyentlari kirmaydi.

Chet amaliyoti va umuman nazariy nuqtai nazardan minimal ish haqi miqdori mehnatga layoqatli shaxsning minimal yashash darajasi yoki aholining minimal iste’mol savatchasi miqdoridan kam bo‘lmasligi kerak.

MIXM davlat tomonidan ish haqini indeksasiya qilish shakli sifatida ham ishlatiladi.

Xo‘jalik subyektlarida, jumladan savdo sohasi va umumiy ovqatlanish korxonalari va shahobchalarida ish haqi fondini rejalashtirishda normotiv, texnik-itisodiy hisob kitoblar, statistik-tajribaviy, indeks, koeffisiyentlar kabi usullardan foydalaniladi. Bunda albatta ishlatilayotgan ta’rf tizimi va ish haqi shakllari asos bo‘lib hisoblanadi.

Ish haqi fondini rejalashtirishda savdo sohasi korxonalari va shahobchalarida chakana tovar aylanishining umumiy hajmi va tovarlar assortimentlari bo‘yicha rejasi, rejalashtirilgan ishchi xodimlar soni

(ishchi xodimlar malakasi, bajariladigan ishlar turlari bo‘yicha guruhlari), savdo shahobchalari tiplari, ta’rif stavkasi, lavozim okladlari, ta’rif razryadi va koeffisiyentlari, korxonaning moliyaviy imkoniyatlari kabilar ishlatiladi.

Ish haqini fondiini tahlil qilganda va rejalashtirishda ish haqini asosiy va qo‘shimcha qismlarga bo‘linishini hisobga olish lozim. Ish haqining asosiy qismi maoshning ta’rif stavkalar (lavozim okladlari, rassenkalar) va mukofotlardan tashkil topadi. Uning qo‘shimcha qismiga har xil ustamalar va qo‘shimcha haqlar kiritiladi.

Ish haqini rejalashtirishda qo‘llanilayotgan ish haqi shakliga va tizimiga qarab ishchi va xodimlar alohida guruhlarga tabaqalashtirilishi lozim. Ish haqi har bir guruh uchun alohida hisoblanadi.

Ta’rif stavkalari (lavozim okladlari) oluvchi xodimlarni ish haqi fondi quyidagicha hisoblanadi.

$$I_{x.f.t.s.} = \sum_{i=1}^{n} X_{m.c.i.} \cdot D \cdot T_{c.i},$$

$I_{x.f.t.s.}$ - ta’rif stavkasi oladigan xodimlar asosiy ish haqi fondi;

$X_{m.c.i.}$ - bir xil ta’rif stavkasi oladigan xodimlar soni;

D - rejalashtirilgan davr uchun oylar soni;

$T_{c.i}$ - xodimning oylik ta’rif stavkasi;

n - ushbu guruhdagi xodimlar soni.

Ushbu holda ish haqi fondini ishchi xodimlarning kasalligi tufayli ishga chiqmagan kunlari uchun ish haqi miqdori kamaytirishni nazarda tutish zarur. Uning miqdori o‘tgan yillar tahlilini (kamida 3 yil) natijasiga qarab $I_{x.f.t.s.}$ - ga nisbatan foizda va keyin summasi aniqlanadi. Buning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz.

$$I_{x.к.} = \frac{D_{к.к.}}{D_y} \cdot I_{x.f.t.s.};$$

bu yerda;

$I_{x.к.}$ - ishchilarni kasallik kunlari uchun ish haqi miqdori, so‘mda;

$D_{к.к.}$ - ishchilarni kasal bo‘lgan kunlari;

D_y - yillik ish kunlari;

Tovar aylanish summasiga (1000,0 so‘m) nisbatan rassenka ishlatilayotgan savdo shahobchalarida sotuvchilarning ish haqi fondi quyidagicha aniqlanishi mumkin:

$$I_{x.f.t.r} = \sum_{i=1}^{n} \frac{ChTA_i \cdot T_{p.i}}{1000};$$

bu yerda;

$ChTA_i$ - i tovar gurux (assortimenti, turi) uchun rejalashtirilgan chakana tovar aylanish hajmi;

$T_{p.i}$ - i tovar gurux (assortiment turi) uchun belgilangan 1000 so‘miga rassenka.

Moddiy rag‘batlantirish summasi M_r harakatdagi rag‘bailantirish nizomi yoki jamoaviy shartnomada belgilangan ko‘rsatkichlar va ishchi xodimlarni lavozimlarga qarab, ta’rif stavkalari (lavozim okladlari)ga nisbatan aniqlanadi.

Ustamalar (U) va qo‘shimcha to‘lovlar (Q_t) ularni qo‘shimcha jamoaviy shartnomada korxonani ustavida yoki maxsus nizom (agar mavjud bo‘lsa) belgilangan miqdor asosida hisoblanadi.

Yillik mehnat ta’tili ($Y_{m.t}$) miqdorini quyidagicha aniqlashni tavsiya qilamiz.

$$Y_{m.t} = \sum_{i=1}^{n} (\frac{D_{m.i}}{D_y} \cdot I_{x.i});$$

bu yerda:

$D_{m.i}$ - i ishchining yillik ta’til kuni;

D_y - yillik ishchi kunlar;

$I_{x.i}$ - i ishchining rejalashtirilgan yilaga asosiy ish haqi summasi.

Korxona, tashkilot yoki boshqa xo‘jalik subyektlarining umumiy ish haqi fondi ($I_{x.u}$) quyidagicha aniqlanishi mumkin:

$$I_{x.u} = (I_{x.f.t.s} - I_{x.\kappa}) + I_{x.f.t.s} + \sum_{i=1}^{n}(M_{r.i}) + \sum_{i=1}^{n} U_i + \sum_{i=1}^{n} K_{m.i} + Y_{m.t}$$

Ish haqi fondini statistik-tajribaviy usulni qo‘llash orqali ham aniqlash mumkin. Bunda ish haqi fondini o‘tgan 3 yoki 5 yil davrga tahlil qilib, uni o‘zgarish tendensiyalarini aniqlab, rejalashtirilgan yilga ish haqiga ta’sir qiluvchi omillarning o‘zgarish tendensiyalarini (indekslar yoki elastiklik koeffisiyentlari orqali) hisobga olib aniqlash mumkin.

Ish haqi fondini o‘zgarish miqdorini mehnat unumdorligi tendensiyasi bilan solishtirib, ular o‘rtasidagi proporsionallikni ta’minlash zarar bo‘ladi.

Tayanch iboralar: Mehnat, mehnat resurslari, ishchi kuchi, ishchilar soni, ro‘yxatdagi ishchilar, mehnat salohiyati, mehnat haqi, ish haqi, ishchi kuchi qiymati, ta’rif tizimi, ta’rif stavkasi, lavozim okladi, ta’rif razriyadi, ta’rif koeffisiyenti, motiv, vaqtbay ish haqi, ishbay ish haqi, ta’rifsiz tizim.

Takrorlash uchun savollar

1. Mehnatning mohiyatini yoritib bering?
2. Mehnat resurslari deganda nimani tushunasiz?
3. Mehnat salohiyati nima va u mehnat resuslaridan qanday farqlanadi?
4. Ishchi kuchi nima?
5. Ishchi kuchi takror ishlab chiqarilishi qanday fazalardan iborat bo‘ladi?
6. Ro‘yxatdagi xodimlar soni qanday aniqlanadi?
7. Xodimlarni o‘rtacha soni qanday aniqlanadi?
8. Mehnat resuslarni tahlil qilishda qanday ko‘rsatkichlar aniqlanadi?
9. Savdoda sotuvchilar soni qanday rejalashtiriladi?
10. Rahbar hodimlar soni qanday aniqlanadi?
11. Ish haqining mazmunini yoriting?
12. Mehnat haqini ish haqidan farqini tushuntiring?

13. Ishchi kuchini saqlash uchun to‘lov va harajatlarga nimalar kiradi?
14. Mehnat haqi ijtimoiy paketiga nimalar kiradi?
15. Ish haqi tizimi mohiyati va ahamiyati.
16. Ish haqini tashkil qilish qoidalari.
17. Ish haqi shakllari.
18. Mehnat motivasiyasi deganda nimani tushunasiz va u qanday vositalar orqali amalga oshiriladi?
19. Ta’rifsiz tizimning avzalliklari qanday nomoyon bo‘ladi?

XII BOB. SAVDO KORXONALARINING DAROMADI

12.1. Savdo korxonalarining daromadlarining tabiati, mohiyati va turlari

Umuman olganda «Daromad» so‘zining mazmuni «Davlat, savdo sanoat muassasalari, korxonalar, kolxoz, sovxoz, ijtimoiy tashkilot yoki ayrim shaxs hisobiga tushadigan sof pul va boshqa mablag‘lar» deb o‘zbek tilining izohli lug‘atida (Moskva «Rus tili» nashriyoti 1981, 211 bet) ta’riflangan. Aslida so‘zning mazmunini korxona, xo‘jalik subyektlari yoki shaxsning qandaydir faoliyati natijasida uning tasarrufiga tushadigan sof pul yoki moddiy ne’matlarni anglatadi.

Sobiq ittifoq davridagi va hozir ham savdo sohasiga bag‘ishlangan iqtisodiy adabiyotlarda ularning daromadlarini mohiyatiga yuzaki ta’rif berib kelingan va shunday qarashlar hozir ham davom etmoqda. Shu sababli bizlar «daromad» kategoriyasi mohiyatini qisqacha bo‘lsa ham iqtisodiyot nazariyasi nuqtai nazaridan yoritib o‘tmoqchimiz.

Iqtisodiyotga oid adabiyotlarda savdo sohasi daromadiga berilgan ta’riflarni umumlashtirib quyidagilarga bo‘lish mumkin:

- savdo va umumiy ovqatlanish koxonalarining yalpi daromadi deganda barcha faoliyat turlaridan olingan daromadlarning majmuasi tushuniladi[19];

- daromadlar deganda iqtisodiy manfaatlarning o‘sishi natijasida kapitalning ortib borishi tushuniladi[20];

- yalpi daromad deganda, savdo korxonalariga savdo jarayonidan va boshqa faoliyatlardan tushadigan daromadlar summasi nazarda tutiladi[21];

- savdo korxonasining yalpi daromadi deganda savdo xizmatlarini sotishdan tushgan umumiy tushum summasi, ya’ni tovar aylanish va tovarlar sotib olish qiymati o‘rtasidagi farq hamda tovarlar sotish bilan bog‘liq bo‘lmagan faoliyatlardan olingan daromadlar tushuniladi[22];

- savdo korxonalari va tashkilotlarining yalpi daromadi deganda

[19] Ўрозов К.Б. «Савдода бухгалтерия хисоби ва солиққа тортиш», Тошкент: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2004, 184 бетда.
[20] «Экономика предприятия (Фирмы)», Учебник, Коллектив авторов, М.: ИНФРА-М, 2004, 211 страница.
[21] Сребник Б.В. «Экономика торговли», Учебник, М.: «Высшая школа», 1989. 172 страница.
[22] «Экономика торговли», Учебник, Коллектив авторов. М.: «Экономика», 1990. 192 страница.

muomala xarajatlarini qoplash va foydani shakllantirishga yo‘naltiriladigan tovarlar sotishdan va boshqa ishlar va xizmatlardan tushgan pul mablag‘lari summasi tushuniladi[23];

- savdoning yalpi daromadi – bu tovarlarni va xizmatlarni sotishdan tushgan tushum va tovarlar bilan ta’minlovchilarga tovarlar qiymatini to‘lash bilan bog‘liq xarajatlar farqidir[24].

Bunday ta’riflar sonini ko‘plab keltirish mumkin.

Ushbu ta’riflardan ko‘rinib turibdiki «daromad» kategoriyasiga hisob kitob nuqtai nazaridan qarash mavjud, uni tabiati va mohiyati iqtisodiy kategoriya sifatida yoritilmagan.

Savdo korxonalari (shahobchalari)ning hamda boshqa xo‘jalik subyektlari va alohida shaxslar daromadi ular faoliyati natijasida yaratilgan qiymat nuqtai nazaridan qaralishi nazariy jihatdan to‘g‘ri bo‘ldi. Savdoda daromad ular faoliyatining bahosi ya’ni ular faoliyatida sarflangan ijtimoiy zaruriy mehnatning (mehnat vositalari va ishchi kuchi xarajatlari) qiymati va qo‘shimcha qiymatning puldagi ifodasini anglatadi. Nazariy jihatdan u **«s+v+m»** - ga teng. Bu yerda «**s + v»** jonli va jonsiz mehnat sarflarini, ya’ni savdo xarajatlarini anglatsa, **«m» -** ularni sof foydasini miqdorini anglatadi.

Savdoda ishlab chiqarishdan farqli, barcha xarajatlari daromad (ularni ustamalari) hisobidan qoplanadi, ya’ni ular tovarlar qiymati tarkibida aks topadi, ishlab chiqarishda esa, xarajatlar tannarx tarkibiga kiradi va u mahsulot (ish, xizmat) ni sotishdan olingan sof tushum hisobidan qoplanadi. Umuman ishlab chiqarishda «daromad» kategoriyasi ishlatilmaydi, u yerda «daromad», «yalpi foyda» deb yuritiladi. Savdo faoliyati qiymati (**s+v+m**), ularning daromadida o‘z aksini topadi. Ushbular nuqtai nazaridan, bizlarning fikrimizcha savdo sohasidagi «daromad»ni, ular faoliyatida yaratilgan qiymatning puldagi ifodasi sifatida, ya’ni ular faoliyatining bahosi sifatida qaralish iqtisodiy nazariya nuqtai nazaridan haqiqatga yaqin bo‘ladi.

Shunday qilib, savdo korxonalari (shahobchalari)ning daromadi –

[23] «Экономика торговли», Учебник, Коллектив авторов. М.: «Экономика», 1980, 307 страница.
[24] «Торговая дело: экономика и организация», Учебник, Коллектив авторов, М.: ИНФРА-М, 1997, 122 страница.

bu ular faoliyati natijasida yaratilgan qiymatning puldagi ifodasidir va u savdo sohasi faoliyatining bahosi sifatida nomoyon bo‘ladi.

Daromad tovarlar bahosining bir elementi hisoblanadi.

Daromadning iqtisodiy yo‘naltirilish mohiyati bo‘yicha barcha xarajatlar, soliqlar, to‘lovlarni va foydani ta’minlashdir.

Ushbu sohada daromad ular tomonidan sotiladigan tovarlarni sotib olingan baholariga qo‘yiladigan ustamalar miqdorida o‘z aksini topadi.

Savdo sohasida daromadlarni asosiy qismi tegishli tovarlarni sotishdan shakllanadi. Bunda daromadni shakllantiruvchi ko‘rsatgich sifatida savdo korxona (shahobcha)larini, tovarlarni sotib olish bahosiga qo‘yiladigan ustamalar hisoblanadi. Ushbu korxona (shahobcha)lar tovarlar sotish bilan bog‘liq bo‘lmagan, bajargan boshqa ishlar va xizmatlardan ham daromadlar oladi.

Savdo korxonalari faoliyatlarini tijoratlanishi natijasida ular daromadini shakllanishi, mohiyati va turlari tubdan o‘zgarib ketdi.

Buxgalteriya va statistik xisobotlarda savdo korxona (shahobcha)larining daromadlari quyidagicha shakllanadi.

«Mahsulot (ish xizmat)larni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining tarkibi hamda moliyaviy natijalarini shakllantirish tatibi to‘g‘risida Nizom» da (5 fevral 1999 yil 54 – sonli O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarori) xo‘jalik subyektlari, jumladan savdo korxonalari daromadlarining turlari va aniqlash usullari keltirilgan.

Nazariy jihatdan savdo korxonalarini sotishdan olgan daromadi ularni muomala xarajatlarini qoplash va foyda olish manbai bo‘lib, u savdoning iste’mol tovarlari bahosidagi hissasining miqdorini anglatadi. Bundan kelib chiqib, savdoning sotishdan olgan daromadi savdo xizmatlarini sotishdan tushgan tushum, ya’ni savdo xizmatlari qiymatini puldagi ifodasidir. Ushbu ta’rif sotishdan olgan daromadni mohiyatini ochib beradi.

Savdoni tovarlarni ishlab chiqarishdan to iste’molchilarga yetkazish, uning bilan bog‘liq bo‘lgan savdo xizmatlarini to‘lash tovarlarni chakana bahosi hisobidan amalga oshiriladi va u savdo xizmatining qiymati bo‘lib, hisoblanadi.

Savdo harajatlarini to‘lash manbai bo‘lib, savdo ustamalari xizmat qiladi. U tovarlar chakana bahosi bilan tovarlarni sotib olish (ulgurji savdodan, ishlab chiqarishdan yoki boshqa vositachilardan) bahosi o‘rtasidagi farqi sifatida aniqlanadi.

Savdo korxonalarining daromadlari yuqorida keltirilgan Nizom bo‘yicha quyidagilardan tarkib topadi:

1. Sotishdan olingan daromad. Savdoning «Tovarlarni sotishdan olgan yalpi daromadi» sotishdan olinadigan sof tushumdan sotilgan tovarlarni harid qiymatini chegirib tashlash orqali aniqlanadi. Sotishdan olinadigan sof tushum tovar aylanishi summasidan tovarlarni sotib olish qiymatiga kiritiladigan, (ishlab chiqarish korxonalarini sotish (ulgurji) baholaridan tashqari) sotib olish bilan bog‘liq qo‘shimcha harajatlarni (bojxona to‘lovlari – aksiz solig‘i, QQS, bojxona boji va yig‘imlari; vositachilik yoki brokerlik harajatlari va boshqalarni) chegirib tashlash orqali aniqlanadi.
2. Asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar;
3. Asosiy bo‘lmagan faoliyatdan olingan daromadlar. Ular qatoriga moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar va favqulotdagi daromadlar kiradi.

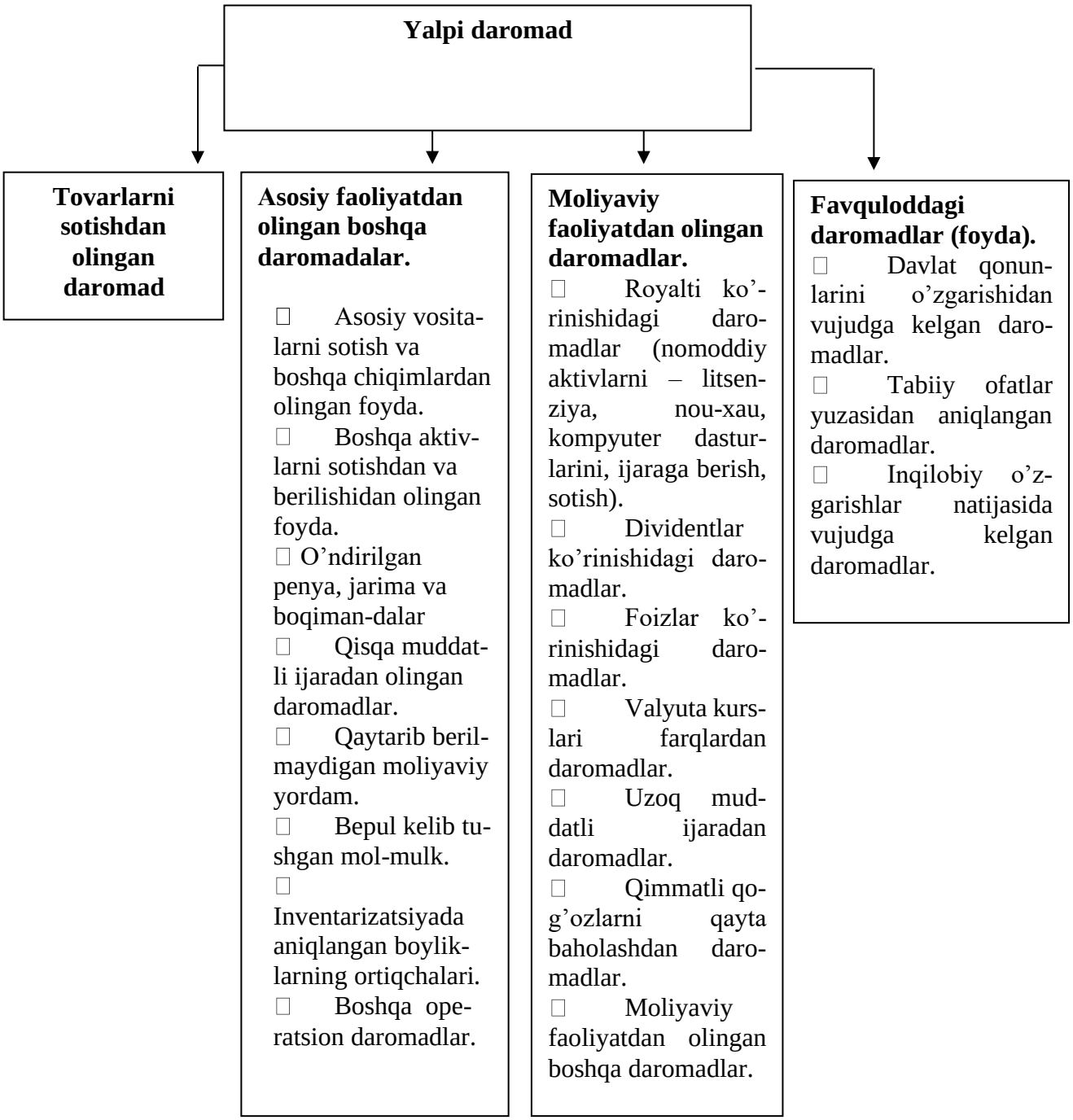
Savdo korxona(shahobcha)lari daromadining tarkibiy turlari 12.1-chizmada keltirilgan. Savdoda tovarlarni sotishdan olingan daromadiga kengroq to‘xtalib o‘tamiz. Chakana savdo korxona (shahobcha)lari tovarlari erkin chakana baholarda sotadi. Lekin bozorda baho siyosatiga iste’mol tovarlarini ishlab chiqaruvchilar yoki chet el ta’minotchilari xiyla darajada ta’sir qiladi. Ya’ni uni shakllanishiga asos soladi, bu holatga savdoning ta’siri katta emas. Shu sababli savdo korxona (shahobcha)lari tovar ishlab chiqaruvchilarini baho siyosatini hisobga olmay iloji yo‘q.

Shu bilan bir qatorda chakana savdo korxona (shahobcha)lari, boshqa savdo bilan shug‘ullanuvchi yuridik shaxslar, yakka tartibda savdo qiluvchilar talab va taklifga nisbatan shakllangan xududiy bozor kon’yunkturasidan tovar va xizmatlarni miqdori va sifatidan, ishlab chiqaruvchi va boshqa tovar ta’minotchilarining ulgurji baholaridan kelib chiqib, o‘z savdo ustamasini va tovarlarini chakana bahosini

belgilaydi.

12.1. – chizma

Savdo korxona (shahobcha)larining daromadlari turlari



Ushbu xolatdan ko‘rinib turibdiki chakana baholarni asosiy qismi ishlab chiqaruvchilar va boshqa tovar ta’minotchilarining ulgurji yoki tovarlarni sotish bahosidan iborat ekanligi.

Savdo ustamasini belgilashda, ular muomala xarajatlari miqdori

tovarlarni sotib olish bahosiga kiritiladigan ayrim qo‘shimcha xarajatlar (bojxona to‘lovlari va yig‘imlari Q.Q.S., aksiz solig‘i, bojxona boji, bojxona yig‘imi, tashib keltirish, brokerlik, vositachilik, sertifikasiyalash va boshqa xarajatlar)ni va rejalashtirilgan tovarlarni sotishdan olingan foydani hisobga oladi. Ayrim hollarda davlat yoki mahalliy hokimiyat tomonidan savdo ustamalari chegaralarini o‘rnatish, rentabillik chegarasini belgilash va boshqa choralar orqali tartibga solinishi mumkin.

Savdo korxona (shahobcha)lari faoliyati uchun, ularni moliyaviy barqarorligini ta’minlashda, samaradorligini oshirishda savdo ustamalarini ahamiyati juda katta. U savdo xizmati bahosini tavsiflaydi va ularni tovarlar sotishdan oladigan daromadi miqdorini belgilaydi.

Tovarlarni sotishdan olinadigan daromadni rejalashtirish savdo ustamalarini asoslash orqali amalga oshiriladi.

12.2. Savdo korxonalari daromadlarining tahlili

Savdoda daromadlarining tahlilining vazifasi yalpi daromad, uning tarkibiy turlari bo‘yicha rejaning bajarilishi, ularni dinamikasini (o‘zgarish) tendensiyalari, tarkibiy siljishlar hamda ularga ta’sir qilgan omillarni ta’sir darajasini aniqlash asosida korxonani moliyaviy-xo‘jalik faoliyati natijasiga baho berish bo‘lib hisoblanadi.

Daromadlarni tahlil qilishda buxgalteriya, moliyaviy, statistik xisobotlar va tanlab ko‘zatish, ekspert baholash natijalari kabi ma’lumotlar ishlatiladi.

Xisobotlarga quyidagilarni kiritish lozim:

- buxgalteriya balansi - 1-sonli shakl;
- moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi xisobot 2-sonli shakl;
- pul oqimlari to‘g‘risidagi xisobot;
- foyda va zararlar to‘g‘risidagi xisobot – 9-shakl;
- korxona xarajatlari to‘g‘risidagi xisobot – 5-S (savdo) shakli;
- ulgurji va chakana tovar aylanmasi to‘g‘risidagi xisobot – 1-savdo shakli;
- tovarlar sotish va qoldiq to‘g‘risidagi xisobot – 3-savdo shakli;

Bulardan tashqari buxgalteriyadagi tovar guruhlari bo‘yicha savdo

ustamalari to‘g‘risidagi ma’lumotlar ishlatiladi.

Daromadlar miqdori absolyut – so‘mda va nisbiy ko‘rsatkichlarda hisob-kitob qilinadi. Uning nisbiy ko‘rsatkichlariga quyidagilarni kiritishni tavsiya qilamiz:

- sotishdan olingan daromadlarni tovar aylanishiga nisbatan, foizda yoki koeffisiyentda;
- sotishdan olingan daromadlarga muomala xarajatlarini nisbati, foizda yoki koeffisiyentda;
- yalpi daromadlarini barcha aktivlarga nisbati, foizda yoki koeffisiyentda;
- yalpi daromadlarni asosiy fondlarga; aylanma mabalag‘larga, moliyaviy resurslarga nisbati, foizda yoki koeffisiyentda;
- moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlarni moliyaviy resurslarga nisbati, foizda yoki koeffisiyentda.

Bundan tashqari daromadlarni tarkibi har bir elemantini ularga tegishli, ularni shakllantiradigan ko‘rsaktkichlarga yoki manbasiga nisbatan tegishli ko‘rsatkichlar aniqlanishi ham maqsadga muvofiqdir.

Daromadlarni tahlil qilishda yalpi daromadga, uning tarkibiy qismi sotishdan olingan daromadlar, asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar, moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlarga savdoning iqtisodiy faoliyatidan kelib chiqadigan omillar ta’sirini o‘rganish katta ahamiyat tutadi.

Daromadlarning hajmiga, uning turlariga mos ravishda bir necha omillar ta’sir qiladi.

Tovarlarni sotishdan olingan daromadlarga quyidagi omillar ta’sir qiladi:

- tovar aylanishining xajmi, tarkibi va assortimenti;
- tovarlarni keltirish shartlari;
- tovarlarni siljitish. Bu jarayonda tovarlar fizik (real) miqdorda ishlab chiqarishdan chakana savdoga yetkaziladi. Tovarlarni siljitish bir necha bo‘g‘inlardan iborat bo‘ladi (ulgurji savdo bazalari, skladlari; har xil vositachilar). Ushbu bo‘g‘inlar qancha ko‘p bo‘lsa, savdo ustamasi ularning o‘rtasida taqsimlanadi va chakana savdoning hissasini

kamayishiga olib kelishi mumkin. Ularning soni tovar assortimentlarining murakkabligiga, tovarlarni ishlab chiqarishdan chakana savdoga yetkazish shart-sharoitlariga va boshqalarga bog‘liq.

- savdo ustamasining darajasi (sotib olish bahosiga nisbatan, %);
- tovarlarni sotishda aholiga ko‘rsatiladigan qo‘shimcha xizmatlarning soni, sifati va ularning tariflari.

Tovar aylanishining ortishi daromadlarni ortishiga olib keladi, chunki qancha tovar ko‘p sotilsa, shuncha savdo ustamasining summasi yuqori bo‘ladi.

Tovarlar assortimentiga qarab har xil ustamalar belgilanadi, bu esa agar yuqori ustama qo‘yilgan tovarlar ko‘proq sotilsa, ular uchun ustama summasi yuqori bo‘ladi yoki teskari xolat ro‘y berishi mumkin.

Tovarlarni keltirish shartlariga e’tibor qaratsak baholar o‘zgarmagan sharoitda tovarlarni siljitish bo‘g‘inlari qancha ko‘p bo‘lsa, chakana savdo bo‘g‘inlari shuncha kam daromad olishlari mumkin. Bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo korxonalari savdo ustamalarini mustaqil belgilaydi. Ayrim tovar guruhlari bo‘yicha savdo ustamalari davlat va mahalliy hokimiyatlar tomonidan chegaralanishi mumkin. Buni ular aholining kundalik ehtiyojiga ta’luqli tovarlarni bahosini chegaralash maqsadida ham amalga oshiradi. Bu jahon amaliyotida ham mavjud. Lekin bunday sharoitda bir tomondan daromadni kamaytirmaslik kerak, ikkinchi tomondan, iste’mol tovarlariga raqobatbardosh baholarni ushlab turish zarar bo‘ladi.

Daromadlarni boshqa turlariga ta’sir qiluvchi omillar ularning iqtisodiy tabiatidan va shakllanish sharoitidan kelib chiqqan holda aniqlanadi (masalan: har xil xizmatlar va ularning tariflari, qimmatbaho qog‘ozlar bahosi, har xil foizlar va h.k.)

Favqulotda daromadlarning vujudga kelishi, ularni iqtisodiy tabiatidan ma’lum, lekin bularni ham sabablarini aniqlash, tahlil qilish, hulosalar qilish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Tahlil jarayonida biz yuqorida keltirgan ko‘rsatkichlarni rejaga nisbatan o‘zgarish miqdori, bir necha yillarga dinamikasi hisob-kitob qilinishi kerak.

Daromadlarni tahlili foyda va rentabillik ko‘rsatkichlarining tahlili

bilan tig‘iz bog‘liq bo‘lganligi munosabati bilan ularning tahlili foyda va rentabillikni tahlili paragrafida kengroq yoritiladi (12.2 va 12.3 paragraflariga qaralsin).

12.3. Savdo korxonalarida daromadlarni rejalashtirish va prognozlash

Bozor iqtisodiyoti sharoiti savdo korxonalarini daromadlari ularni shakllanish manbalarini hisobga olgan holda rejalashtirish va prognozlashtirishni talab qiladi.

Savdo korxonalari daromadlari ularni shakllanish manbalariga qarab tovarlarni sotishdan olingan daromadlar, asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar (asosiy vositalar sotilishi va boshqa chiqimlardan olingan foyda, boshqa aktivlarni sotishdan va berilishidan olingan foyda, undirilgan jazo, jarima va boqimandalar, qisqa muddatli ijaradan olingan daromadlar va boshqalar), moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar (royalti ko‘rinishidagi nau-xou, lisenziya, kompyuter dasturlarini ijaraga berish va sotish), dividentlar, foizlar, valyuta kurslari farqlari va hokazolar.

Daromadlarni rejalashtirish va prognozlashtirish avvalambor o‘tgan yillar ma’lumotlarini tahlil natijalari va xulosalarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi.

Daromadlarni rejalashtirish ularning turlari va shakllantirish manbalaridan kelib chiqib, tegishli usullarni ishlatish asosida amalga oshiriladi.

Daromadlarni rejalashtirish va prognozlashtirishda to‘g‘ridan-to‘g‘ri texnik-iqtisodiy hisob-kitoblar usuli, korrelyasion usul, elastiklik koeffisiyenti orqali aniqlash, bezararlik nuqtasini aniqlash va boshqa usullardan foydalanish mumkin.

Masalan, tovarlarni sotishdan olingan daromad tovar aylanishi rejasini (sotib olish baholarida) tovarlar assortimenti bo‘yicha va tovalarga qo‘yilgan savdo ustamasi darajasiga (% xisobida sotib olish baholariga nisbatan) ko‘paytirish va 100 ga bo‘lish hamda barcha tovar guruhlari bo‘yicha summalashtirish orqali hisoblanadi.

Daromadlarni prognozlash yuqorida keltirilgan usullardan tashqari iqtisodiy matematik modellarni qo‘llash orqali ham amalga oshirilishi mumkin.

Daromadlarni rejalashtirish masalasi kengroq foydani rejalashtirish paragrafida yoritiladi.

Tayanch iboralar: tovar aylanishi, qiymat, baho, ustama, yalpi daromad, tovarlarni sotishdan olingan daromad, asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar, moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar, favqulotdagi daromadlar.

Takrorlash uchun savollar

1. Daromadlar tushunchasi mohiyatini yoritib bering.
2. Savdoning daromadini ta’rifini ayting.
3. Savdoning daromadiga qanday tariflar berilgan?
4. Nega savdoning daromadi uni faoliyatining bahosi deyiladi?
5. Savdoning daromadlari qanday yo‘nalishlarda ishlatiladi?
6. Daromadlarni qanday turlarini bilasiz va ular tarkibiga nimalar kiradi?
7. Daromadlarni tahlil qilishni vazifalarini ayting.
8. Daromadlarni tahlil qilishda qanday ma’lumotlardan foydalaniladi?
9. Daromadlarni tahlil qilishda qanday ko‘rsatkichlar aniqlanadi?
10. Daromadlarga qanday omillar ta’sir qiladi?
11. Daromadlar qanday rejalashtiriladi?

XIII BOB. MUOMALA XARAJATLARI

13.1. Xarajatlar tushunchasi va muomala xarajatlarining moxiyati, tabiati va ko‘rsatkichlari

Har bir jamiyatda ishlab chiqarish va iste’mol bir-biridan makon va zamonda farqlanadi. Bu ikki jarayonni bir-biri bilan bog‘lash, ya’ni bir tomondan ishlab chiqarish sohasining maxsulotini iste’molchiga yetkazish, ikkinchi tomondan iste’molchini tovar uchun to‘lovini ishlab chikaruvchiga yetkazish tegishli masofada va vaqtda, ushbu jarayon bilan shug‘ullanuvchi maxsus soha orqali amalga oshiriladi.

Ushbu jarayon, ya’ni iste’mol tovarlarini iste’molchiga yetkazish tegishli moddiy va nomoddiy xarajatlar bilan bog‘liqdir. Bu jarayonlarning bir qismi ishlab chiqarish korxonalari tomonidan koplanadi va ular korxonaning davr xarajatlari tarkibida o‘z aksini topadi. Masalan: tayyor maxsulotlarni korxona omborlarida saklash, ularni transport vositalariga yuklash, ayrim xollarda maxsulotlarni oldi-sotdi shartnomalariga asosan transport xarajatlari ishlab chiqarish korxonasi tomonidan koplanish ko‘zda tutilgan bulsa, (misol uchun dengiz, daryo transportida «franko-stansiya-naznacheniya» usuli kullanilsa) transport xarajatlari va reklama, agar ishlab chiqarish korxonalari reklama faoliyati bilan shug‘ullansa.

Iste’mol tovarlarini ishlab chiqarishdan iste’molchiga yetkazish uchun sarflangan xarajatlarning asosiy qismi tovar ayriboshlash sohasi bilan shug‘ullanuvchi savdo sohasi, umumiy ovqatlanish korxonalari va shahobchalari zimmasiga to‘g‘ri keladi. Bu xarajatlarning asosiy qismi savdo sohasining tannarxi sifatida muomala xarajatlariga kiritiladi, ayrim xarajatlar savdo korxonalari va shahobchalarining asosiy faoliyatidan olingan foydasi xisobidan koplanadi.

Shunday kilib savdo sohasi xarajatlarini iqtisodiy mazmuni buyicha nazariy jixatdan umumiy xarajatlar, muomala xarajatlari va muomala xarajatlari tarkibiga kirmaydigan xarajatlarga tasniflash to‘g‘ri buladi, deb xisoblaymiz.

Savdo sohasining umumiy xarajatlari kup kirrali bulib, u xar xil turdagi xarajatlardan tarkib topadi. Uning tarkibiga muomala

xarajatlaridan tashqari quyidagilarni kiritiladi.

1. Sotib olingan tovarlar kiymati, savdo korxonasi, shahobchasi ishlab chikarilgan tayyor maxsulotni sotib oladi va uni iste'molchilarga yetkazish uchun moddiy va nomoddiy xarajatlar xashlaydi. Sotib olingan tovarlar kiymati savdo korxonasi, shahobchasi uchun kurinishdan ularning xarajati bulsa xam, ular summasi daromaddan koplanmaydi va savdoning tannarxi yoki muomala xarajatlari tarkibiga kirmaydi. Ushbu xarajatlar tovarlar kiymatida aks etadi, ular avanslanadi, sotiladi va koplanadi. Bu xarajatlar aylanma mablaglar va banklarning joriy kreditlar xisobidan avanslanadi va xar bir tovar ayriboshlanish davrida o‘z-o‘zini koplaydi.

2. Asosiy fondlarga kapital kuyilmalar, bular bir marotaba asosiy fondlarni yangilash, modernizasiya qilish, kapital remont uchun qilinadigan xarajatlar bulib, muomala xarajatlari tarkibiga kirmaydi, xususiy mulk, banklarning o‘zok muddatli ssudalari va boshqa mablaglar xisobidan koplanadi.

3. Daromad xisobidan koplanadigan soliq.

4. Banklar va boshqa moliya-kredit tashkilotlari kreditlari buyicha foizlar (investisiya davrida kapital kuyilmalar tarkibiga kiruvchi investisiyalarga olingan bank va boshqa moliya-kredit tashkilotlari kreditlari buyicha foizlardan tashqari), shu jumladan, muddati utgan va o‘zaytirilgan ssudalar buyicha foizlar.

5. Mol-mulkni o‘zok muddatga ijaraga olish (lizing) buyicha foizlarni tulash va boshqa moliyaviy faoliyat buyicha xarajatlari.

6. Bojxona to‘lovlari, jumladan, aksiz solig‘i, bojxona bojlari va rasmiylashtirish yig‘imlari.

7. Tovarlarni sotib olish bilan bog‘liq bulgan brokerlik xizmatlari, bojxona omborlarining ijarasi uchun to‘lovlar, komission (vositachilik) xarajatlar, bojxona ishlari bilan bog‘liq ortish, tushirish, transport va boshqa xarajatlar.

8. Tara buyicha yukotishlar. Bu xarajatlar rejalashtirilmagan, norasional xo‘jalik yuritish yoki boshqa xollarda vujudga keladi.

9. Kartoshka va sabzavotlarni tayyorlash, saklash, kayta ishlash va sotish buyicha xarajatlar va boshqa byudjetdan koplanadigan xarajatlar

byudjet xisobidan koplanadi.

10. Favkulotda zararlar – bu xo‘jalik yurituvchi subyektlarning odatdagi faoliyatdan chetga chikuvchi xodisalar yoki operasiyalar natijasida vujudga keladigan va ruy berishi kutilmagan odatdan tashqari xarajatlar moddalaridir. Bunga favkulotda moddalar va muomala xarajatlari (Nizomda davr xarajatlari) tarkibida aks ettirilishi kerak bulgan davr (xarajatlari) moddalari kirmaydi.

Savdoning umumiy xarajatlarni tarkibini kuyida keltirilgan 12.1-chizmada ifodalash mumkin.

Muomala xarajatlari – bu iste’mol tovarlarini ishlab chiqarishdan to iste’molchiga siljitish jarayonida sarflangan jonli va jonsiz mexnat kiymatining (bu xolda xam kiymat zaruriy va qo‘shimcha qismlarga taksimlanadi) zaruriy qismini puldagi ifodasidir. Muomala xarajatlari iqtisodiy kategoriya bulib tarixiy tavsifga ega. Uni vujudga kelishi tovar-pul muomalasini paydo bulishi bilan tigiz bog‘liqdir.

Muomala xarajatlari savdoning asosiy ko‘rsatkichlaridan biri bulib xisoblanadi. Muomala xarajatlari pul-tovar munosabatlari vujudga kelish davri bilan bog‘liq bulib, u pul-tovar muomalasini mevasi, uning asosida vujudga kelgan va uning moxiyati tovar oldi-sotdi jarayoni, ya’ni tovar ayriboshlashni tabiatidan kelib chikadi. Ushbu xarajatlar nazariy jixatdan, nafakat savdoda mavjud, u takror ishlab chiqarish jarayonini boshlanishidan (ishlab chiqarish korxonalari xom ashyoni manbaasidan to ishlab chiqarish joyiga yetkazishda (ushbu jarayon xam tovar ayriboshlash jarayoniga nazariy jixatdan kiradi, bu ishlab chiqarish jarayoni emas, chunki xom ashyo sotib olingandan keyin tovar tusiga kiradi va ishlab chikaruvchi uchun xom ashyo sifatida, nazariy jixatdan tovar sifatida uni tayyor maxsulotga aylantiruvchilarga yetkaziladi) xamda uni oxirgi etapi, ya’ni tayyor maxsulotlarni (tovarlarni) ishlab chiqarishdan savdo sohasigaga yetkazish jarayonida namoyon buladi.

Nazariyada va amaliyotda tovar muomalasi bilan bog‘liq xarajatlarni takror ishlab chiqarishning boshlangich jarayoni bilan bog‘liq qismi maxsulotning tannarxiga kiritiladi, aslida u iqtisodiy tabiati buyicha va nazariy nuqtai nazardan tovar muomalasi xarajatlari xisoblansa xam. Ushbu masalaning moxiyatini yoritishda xozirgi davrda

muomala xarajatlarini nomlanishiga bulgan munosabat to‘g‘risida tuxtalib utmokchimiz. Chunki bulajak mutaxassislar (bakalavrlar, magistrlar) va ilmiy tadkikotchilar xodisalar, jarayonlar bilan bog‘liq bulgan iqtisodiy kategoriyalarni nazariy jixatdan to‘g‘ri talkin qilish bilimi va kunikmalariga ega bulishi lozim.

Bu bilan narsalar, xodisalar, jarayonlarni o‘rganishda, baxolashda to‘g‘ri, ilmiy asoslangan xulosalar yaratishga erishish mumkin deb xisoblaymiz.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 5 fevral 54-sonli qarori bilan tasdiklangan «Maxsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi xamda moliyaviy natijalarni shaklalntirish tartibi to‘g‘risida»gi Nizomda negadir galat xolda muomala xarajatlari «davr xarajatlari» deb nomlangan.

Umuman olganda, xar kanday moddiy, nomoddiy xarajatlar kandaydir zamon va makon doirasida vujudga keladi.

O‘zbek tilining izoxli lugatida (Moskva «Rus tili» nashriyoti, 1981. 204-betida) «Davr» so‘ziga quyidagicha izox berilgan.

«Davr 1. Jamiyat tarakkiyotida muxim vokea, xodisa yuz bergan, xukm so‘rgan yoki o‘ziga xos xususiyati bilan ajralib turadigan ma’lum vaqt oraligi. 2. Biror ish-xarakat, jarayon, vokea, xodisa sodir buladigan yoki bajariladigan muayyan vaqt. 3. Takrorlanuvchi prosessning xar bir takrorlanishida boshlanishidan to oxirigacha utiladigan vaqt».

Ushbu lugat (481 betda) «Muomala» so‘ziga quyidagicha ta’rif berilgan:

«Muomala. 1. Kishilar bilan munosabat, so‘zlashuv, shunday munosabat yusini. 2. Ish, xizmat bilan bog‘liq bulgan aloka. 3. Pul va savdo ishi bilan bog‘liq munosabat, aloka».

Hayotda tabiat narsalarini, jamiyatdagi xodisa va jarayonlarning nomlanishi, ularning siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, ma’naviy, ma’rifiy va boshqa uning kelib chikishiga oid tabiatidan kelib chikkan xolda aniqlangan va tegishli nom berilgan.

Bizga tushunarli emas, kanday kilib tovar muomalasi jarayoni bilan bog‘liq xarajatlar «Davr xarajatlari» deb nomlanib kolgan. Biz yuqorida aytganimizdek xar kanday xarajat biron-bir davrda vujudga keladi,

jumladan muomala xarajatlari, ishlab chiqarish xarajatlari va hakozalar. Agar so‘zni mazmun-moxiyatidan kelib chiksak «tannarxni» xam «davr xarajatlari» deb aytish kerak bulmaydi-mi? Yuqoridagilardan kelib chiqib, bizni fikrimizcha, «Davr xarajatlari» so‘zini, unga kiritilgan xarajatlarning asl mazmunidan kelib chiqib, «Muomala xarajatlari» deb yuritilishi lozim!

Muomala xarajatlarini savdo bajaradigan funksiyalaridan, savdoda sodir buladigan iqtisodiy, texnik-texnologik jarayonlar va xarajatlarning iqtisodiy tabiatidan kelib chiqib, ikki turga bulinadi. Bunda savdoning sof ijtimoiy-iqtisodiy funksiyasi, ya’ni oldi-sotdi jarayonini amalga oshirish va ishlab chiqarish jarayoniga mansub bulgan texnik-texnologik funksiyalarni bajarishdan kelib chiqib, muomala xarajatlari sof muomala xarajatlari va qo‘shimcha muomala xarajatlariga ajratiladi.

Sof muomala xarajatlari – bu xarajatlar tovar kiymatini ayirboshlash, ya’ni oldi-sotdi jarayoni (T-P; P-T) bilan bog‘liq (pul, kredit, moliyaviy munosabatlarga sarflar, xisob-kitob bilan bog‘liq reklamaga va boshqa to‘lovlar va xarajatlar) kiradi.

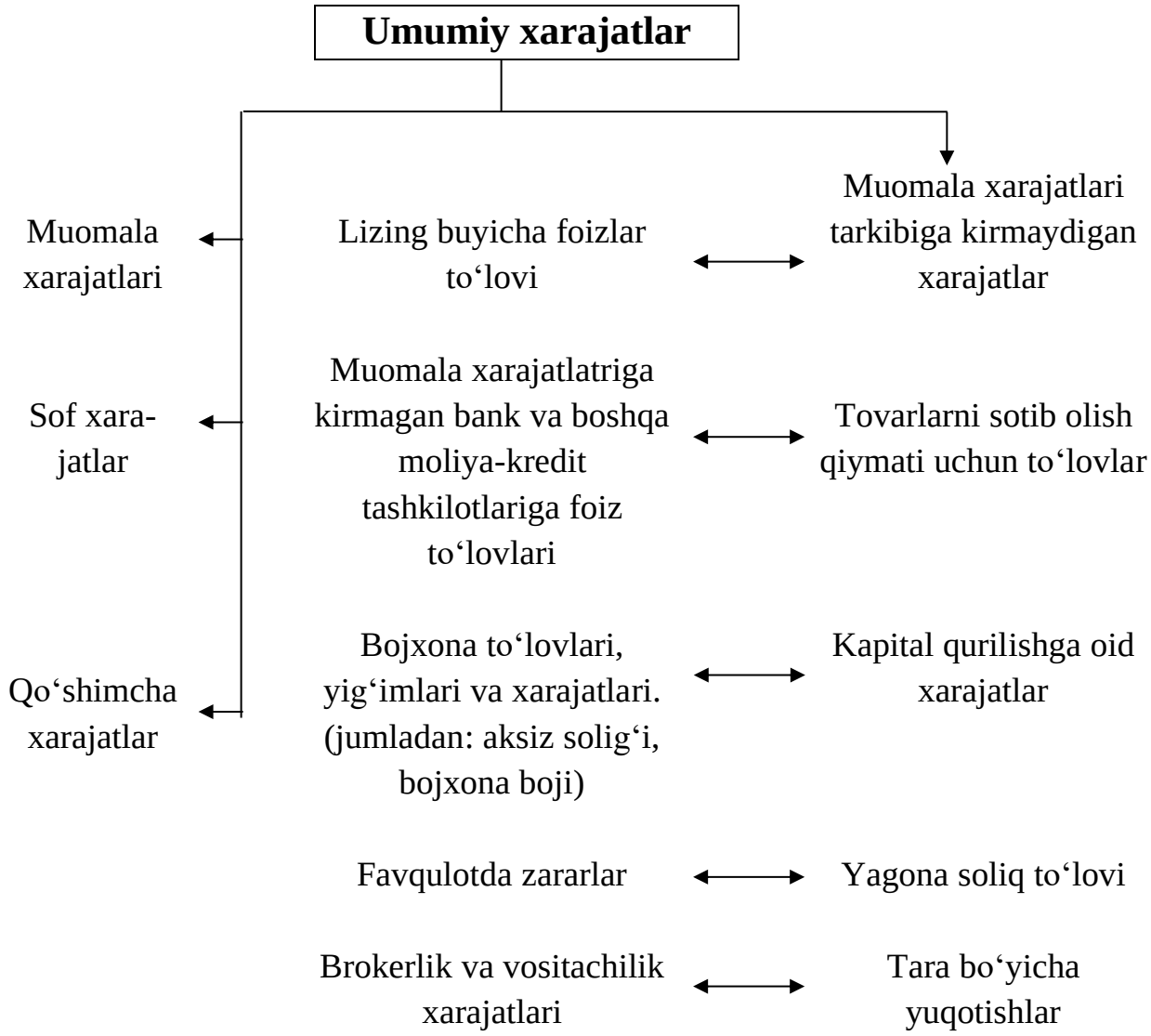
qushimcha xarajatlarga tovarlarni tashish, kadoklash, saklash, saralash, ishlov berish va boshqa ishlab chiqarish jarayoniga yakin xarajatlar kiradi.

Amaliyotda muomala xarajatlari sof va qo‘shimcha turlarda xisoboti yuritilmaydi. Ularni miqdorini maxsus tanlov tadkikotlari asosida taxminan xisob-kitob qilish mumkin.

Muomala xarajatlari tarkibini o‘rganish amaliyotda shundan darak beradiki, uning tarkibida sof muomala xarajatlarini hissasi ortib borish tendensiyasiga ega. Chunki xayotda bir tomondan, savdo faoliyatining servis faoliyatiga ega va madaniyat kundan-kunga talab ortib borishi konuniyatga aylanib bormokda. Ikkinchi tomondan ishlab chiqarish jarayonida texnik-texnologik jarayonlarni takomillashishi, ilmiy-texnik tarakkiyotni joriy kilinishi oldin savdo jarayonida bajariladigan ishlab chiqarishga taallukli texnik-texnologik funksiyalarni kiskarishiga va ularni ishlab chiqarish korxonalarida bajarilishiga olib kelmokda (tovarlarni saklash, ishlov berish, saralash va urash, ularni tashish, saklash va sotish davrida yukotilishi bilan bog‘liq va boshqa xarajatlar).

13.1-chizma

Savdo sohasida umumiy xarajatlar tarkibi



Bularning tarkibini keyingi paragrafda (13.2.) chuqurrok ko‘rib chiqamiz.

Muomala xarajatlari absolyut va nisbiy ko‘rsatkichlarda xisobga olinadi, taxlil qilinadi va rejalshtiriladi. Muomala xarajatlarining absalyut ko‘rsatkichi sumda, nisbiy ko‘rsatkichlari uning darajasi, ya’ni

tovar aylanishiga nisbatan foiz xisobida, tarkibi esa muomala xarajatlarining umumiy summasida uning aloxida moddalarining hissasi foizlarda kursatiladi. Bu ko‘rsatkich muomala xarajatlarining umumiy summasiga aloxida moddalarning summasini bulib yuzga kupaytirish orqali aniqlanadi.

Muomala xarajatlari fakat savdoda emas, (ulgurji va chakana) u ishlab chiqarishda, qishloq xujaligida va boshqa tarmoqlarda xam mavjud buladi, agarda ular iste’mol tovarlarining ulgurji va chakana savdosi bilan shug‘ullansa. Muomala xarajatlarining umumiy ovqatlanish sohasida, qishloq xujaligi maxsulotlarini oldi-sotdi jarayoni bilan shug‘ullanuvchi xo‘jalik subyektlarida xam aloxida xisoboti kiritiladi. Bulardan tashqari muomala xarajati xar bir turdagi savdo bilan shug‘ullanuvchi bozorlarda xam mavjud, lekin ularda uni xisoboti yuritilmaydi.

13.2. Muomala xarajatlarining tasnifi

Biz yuqorida aytganimizdek muomala xarajatlari iqtisodiy tabiati, yunaltirish maqsadlari, savdo va umumiy ovqatlanish sohalarining funksiyalaridan, savdoga kursatiladigan boshqa tarmoqlarning xizmati turlaridan, xisobot nuqtai nazaridan kelib chikkan xolda xajmi va tarkibi buyicha xar xildir.

Muomala xarajatlarini quyidagi belgilar buyicha tasniflash mumkin:

- tarmoqlar va sohalar buyicha;
- iste’mol tovarlari muomalasi sohalari buyicha;
- bajariladigan funksiyalar va vazifalar buyicha;
- yunaltirilish maqsadlari buyicha;
- muomala xarajatlarining ayrim omillardan bog‘liqligi buyicha;
- xarajatlarni turlari (nomenklaturasi) buyicha.

Muomala xarajatlarini tasniflanish belgilari buyicha tasniflab chiqamiz.

Tarmoqlar va sohalar buyicha

- ishlab chiqarish tarmoqlarida;
- qishloq xo‘jalik subyektlarida;

- chakana va ulgurji savdo bilan shug‘ullanuvchi boshqa tarmoqlarda;

- ishlab chiqarish vositalarini ayriboshlash sohasida;

- iste’mol tovarlarini ayriboshlash sohasida;

- tashki savdo sohasida.

Iste’mol tovarlari muomalasi sohalari buyicha

- savdo sohasida (chakana va ulgurji savdoda);

- umumiy ovqatlanish sohasida;

- maxsus qishloq xujaligi maxsulotlarini xarid qiluvchi va sotuvchi xo‘jalik subyektlarida;

- mikrofirmalar va kichik korxonalarda. Bular xarajatlar to‘g‘risida statistik xisobot topshirmaydilar;

- fermer va dexkon xo‘jaliklari. Bularda maxsulotlarni sotish bilan (ulgurji yoki chakana) bog‘liq xarajatlari mavjud.

Savdoning funksiyalari va vazifalaridan kelib chikkan xolda

- sof va qo‘shimcha;

- bevosita va bilvosita;

- operasion va ma’muriy boshqaruv.

Yunaltirish maqsadlari buyicha

- xodimlar ish xaki;

- boshqa tarmoqlar xizmati xaki;

- moddiy xarajatlar;

- moddiy yukotishlar;

- soliqlar, yig‘imlar, to‘lovlar va ijtimoiy sugurta;

- boshqa xarajatlar.

Muomala xarajatlarining ayrim omillardan bog‘liqligi buyicha. (Ushbu turdagi xarajatlar buyicha sof va qo‘shimcha xarajatlar kabi aloxida xisobot yuritilmaydi, bunday tasniflash muomala xarajatlarining turlaridan kelib chiqib, taxlil qilish va rejalashtirish jarayonida kullaniladi):

- shartli-o‘zgaruvchan;

- shartli-o‘zgarmas.

Bularning tasnifini 12.3-paragrafda batafsil ko‘rib chiqamiz. **Muomala xarajatlari turlari (nomenklaturasi) buyicha.** Bunday

tasniflashda muomala xarajatlari faoliyatga yunaltirilishiga karab moddalarga bulinadi. Statistika xisobotida (5-s(savdo shakli)[1] muomala xarajatlari quyidagi moddalarga ajratilgan:

Tashkilotlar tomonidan bajarilgan ishlar va xizmatlar:
ulardan temir yul, suv, xavo, avtomobil va ot-ulov transporti bilan yuklarni tashish;
ish xaki xarajatlari;
ijtimoiy sugurta xarajatlari;
savdo extiyojida foydalanish uchun, ijara xarajatlari va binolar, inshootlarni ta’mirlash, xonalar va jixozlarni saklash:
shu jumladan:
joriy ta’mirlash xarajatlari (ish xakidan tashqari);
ijara to‘lovi;
asosiy vositalar ammortizasiyasi;
yokilgi, gaz va elektr energiya xarajatlari;
tovarlarni saklash, ishlov berish, saralash va joylash (urash) xarajatlari;
savdo reklamasi xarajatlari;
tashish, saklash va sotish davrida tovarlar va maxsulotlarning yukotilishi;
tara xarajatlari;
inventarlar va xo‘jalik buyumlari kiymatini xisobdan chiqarish va boshqa xarajatlar (ta’mirlash, yuvish, to‘zatish va boshqa xarajatlar);
o‘z transporti xarajatlari (ish xakidan tashqari);
byudjetga majburiy to‘lovlar, soliqlar va yig‘imlar;
davlat maqsadli fondlariga ajratmalar (ijtimoiy sugurta ajratmalaridan tashqari);
boshqa harajatlar: bank kreditlari va boshqa moliya-kredit tashkilotlar foizlari; xizmat safari xarajatlari; ulardan: kunlik chikimlar; nomoddiy xizmatlar va bank xizmatlari to‘lovi; boshqa xarajatlar.

Yuqorida keltirilgan O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 1999 yil 5 fevral 54-sonli qarori bilan tasdiklangan Nizom buyicha davr xarajatlari tarkibidagi sotish xarajatlari – 22 moddaga, ma’muriy xarajatlar – 15 moddaga va boshqa operasiya xarajatlari – 21-moddaga ajratilgan.

[1] Ўзбекистон Республикаси Давлат статистикаси Қўмитасининг 2007 йил 9 ноябрдаги 18-сонли қарори билан тасдиқланган.

13.3. Muomala xarajatlariga ta’sir qiluvchi omillar

Muomala xarajatlarining summasi va nisbiy ko‘rsatkichlari tabiatdan o‘zgaruvchan xisoblanadi. Uning summasiga va darajasiga kup omillar bevosita va bilvosita ta’sir utkazadi.

Ushbu omillarning ayrimlari uning summasi va darajasining ortishiga olib kelsa, ayrimlarni ularning kiskarishiga olib keladi. Bu omillarning biri savdo korxonalari va shahobchalari faoliyatiga bevosita bog‘liq, boshqalari esa ular faoliyatidan kelib chikmaydi, ya’ni tashki omillardir.

Muomala xarajatlarining darajasi xududlar, savdo korxonalari, turlari uning shoxobchalarining tiplari buyicha bir-biridan farqlanadi, chunki transport kommunikasiyasi, turlari, yul sharoitlari, ishlab chiqarishning xududlararo joylashishi, uni rivojlanish darajasi, savdo korxonalarini va shahobchalarining joylashishi (dislokasiyasi); axolining xarid qilish qobiliyati, tovar ayriboshlash tezligi, tovar aylanishining xajmi va tarkibi, tovarlarning fizik-kimyoviy xususiyatlari xar xildir. Shuning uchun muomala xarajatlarining summa va darajasi zamonda va makonda barqaror xususiyatga ega emas.

Muomala xarajatlariga ta’sir qiluvchi, savdo faoliyatidan bog‘liq bulgan omillarga savdoni tashkil qilish darajasi, iqtisodiy va tijoriy (kommersiya) ishlarning xolati, savdo korxonasi yoki shahobchasi xususiy va karz mablaglarining miqdori, moddiy-texnik bazasini xolati, tovar aylanishi xajmi va tarkibi, tovar ayriboshlash tezligi, xodimlar soni, ularning mexnat unumdorligi, kullanilayotgan ish xaki va moddiy ragbatlantirish tizimi kabilar kiradi.

Savdo faoliyatidan kelib chikmaydigan omillarga baxo va ta’riflar, foydalanilayotgan transport turlari, yul sharoiti, xar xil soliqlar va to‘lovlar miqdori, bank foizlari miqdori, ijara miqdori, inflyasiya darajasi kabilarni kiritish mumkin.

Yuqorida keltirilgan omillarning barchasini umumlashtirgan xolda obyektiv va subyektiv omillarga ajratib o‘rganishni tavsiya qilamiz.

Obyektiv omillar tarkibiga, bizning fikrimizcha ularning ta’sir darajasini statistik nuqtai nazardan xisob-kitob qilish imkoniyati mavjud

ko‘rsatkichlarni kiritish zarur.

Subyektiv omillar – bular inson omili bilan bog‘liq, ya’ni savdo xodimlarining maxorati, bilimdonligi, kunikmalari, tadbirkorligi (ishbilarmonligi), javobgarlikni xis qila bilishi, tezkor xizmat qilishi va xozirjavobgarligi kabi xislatlariga bog‘liq faoliyat natijalari xisoblanadi. Amaliyotda muomala xarajatlariga ta’sir qiluvchi omillar bunday tasniflab xisob-kitob, taxlil kilinmaydi xam, rejalashtirilmaydi xam. Lekin ilmiy tadkikotlarda amaliyotda uni taxlil qilishda bunday tasniflab o‘rganish foydadan xoli emas.

Muomala xarajatlari summasi va darajasiga ta’sir qilish miqdorini xisoblash mumkin bulgan omillarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- tovar aylanishi xajmi (chakana tovar aylanishi, ulgurji tovar aylanishi, umumiy ovqatlanishda - maxsulot ishlab chiqarish xajmi va uning umumiy tovar aylanishi xajmi;

- tovar aylanishini tarkibi (assortimenti)ni o‘zgarishi (umumiy ovqatlanishda - maxsulot turlari, tovar aylanishi turlari (sotib olingan tovarlar xamda o‘z maxsulotini sotish bilan bog‘liq tovar aylanishi) xamda assortimenti;

- tovar ayriboshlash tezligi (kunlarda va marotaba);

- iste’mol tovarlariga baxoni o‘zgarishi;

- savdoga xizmat kursatuvchi sohalarni ta’riflarini o‘zgarishi (transport, kommunal xizmati, elektroenergiya, gaz, yokilgi, aloka, audit va boshqalar;

- moddiy resurslar baxosini (kogoz, inventarlar, tara materiallari, xo‘jalik buyumlari, maxsus kiyim-kechaklar, kadoklash (urash), binolarni ta’mirlash materiallari) o‘zgarishi;

- soliqlar, to‘lovlar, ijtimoiy sugurtalar miqdorini o‘zgarishi;

- bank va boshqa moliya-kredit tashkilotlarining o‘zok muddatli kreditlari buyicha foizlarini o‘zgarishi;

- to‘lov muddati utgan va o‘zaytirilgan ssudalar buyicha foizlarni o‘zgarishi;

- kiska muddatli kreditlar foizini o‘zgarishi;

- xodimlar sonini o‘zgarishi;

- minimal ish xaki va nafakalar miqdorini o‘zgarishi;

- savdo shahobchalarida savdo-texnologik jarayonlarini takomillashtirilishi;

- tovar ayriboshlash jarayonidagi ishtirokchilar sonini o‘zgarishi, ya’ni tovarlarni siljitish buginlari sonini o‘zgarishi va xokazolar.

13.4. Muomala xarajatlarini iqtisodiy taxlili

Muomala xarajatlari taxlili muntazam va o‘zluksizlik (oy, kvartal, yil) utkazilib borilishi lozim. Chunki uni summasi va darajasini o‘zgarilish miqdori savdo korxonalari va shaxobchalarini samaradorligiga bevosita ta’sir qiladi.

Muomala xarajatlarini taxlilining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat buladi:

- muomala xarajatlari buyicha to‘zilgan rejani umumiy xajmini, tarkibini (moddalar buyicha) bajarilishini o‘rganish (absolyut va nisbiy ko‘rsatkichlari buyicha);

- muomala xarajatlarini umumiy xajmini va tarkibini bir necha yillarga (3-5 yil) o‘zgarish sur’atlarini (absolyut va nisbiy ko‘rsatkichlar buyicha) ko‘zatish;

- muomala xarajatlarini summasi va darajasiga ta’sir qiluvchi omillarni ta’sir darajasini aniqlash;

- unumsiz xarajatlarni vujudga kelish sabablarini aniqlash va ularni bartaraf qilish chora-tadbirlarini ishlab chikish;

- taxlil natijasi buyicha xulosalar qilish va kelgusi davrga tuziladigan rejalar uchun takliflar tayyorlash.

Taxlil qilish uchun tegishli davrdagi axborotlar ishlatiladi. Ular katoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

- O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonlari va qarorlari;

- O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining tegishli qarori, tegishli vazirliklar, idoralar, konserinlar, korporasiyalar, uyushmalar, kompaniyalar va boshqalarning qarorlari va topshiriklari;

- operativ ma’lumotlar (savdo korxonalarining operativ xisobotlari, mutaxassislarni ko‘zatuvlari, buxgalteriya, marketing bulimlarini operativ xisobotlari, ro‘znoma va oynomalarda ushbu korxonaga yoki uning konkurentlari va alokador xo‘jalik subyektlari to‘g‘risidagi

ma’lumotlar kabilar);

- buxgalteriya xisoboti (buxgalteriya balansi 1-sonli shakl);
- moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi xisobot 2-sonli shakl;
- xarajatlar to‘g‘risidagi xisobot 8-sonli shakl;
- statistik xisobotlar – «Korxonalar xarajatlari to‘g‘risida 5-S (savdo shakli)», «Tovarlar sotish va koldiklar to‘g‘risida 3-savdo shakl», «Ulgurji va chakana tovar aylanmasi to‘g‘risida 1-savdo shakli», «Ovqatlanish korxonalari tovar aylanmasi to‘g‘risida 4-savdo shakli», «Korxonaning moliyaviy axvoli to‘g‘risida 5-F shakli» kabilar.

Muomala xarajatlarini taxlili xam boshqa ko‘rsatkichlar taxlili kabi aloxida ketma-ket bajarilishi lozim bulgan bosqichlardan iborat buladi. Ularni ketma-ket bajarilishi taxlil jarayonini mantikiy mazmunini ta’minlaydi.

Ularga quyidagilarni kiritish lozim buladi:

- axborotlar va ma’lumotlarni tuplash;
- axborotlar va ma’lumotlarga ishlov berish (ularni tegishli jadvallarga joylashtirish, solishtirma yuzaga keltirish va boshqalar);
- muomala xarajatlariga tegishli va alokadorlar ko‘rsatkichlar buyicha taxlil qilinayotgan davrga rejalarni bajarilishi;
- muomala xarajatlariga tegishli va alokador ko‘rsatkichlarni bir-necha yillar (oy, kvartal)ga o‘zgarish sur’atlarini o‘rganish;
- muomala xarajatlariga ta’sir qiluvchi omillarni uni summasi va darajasini o‘zgarishiga ta’sirining miqdorini xisob-kitob qilish;
- taxlil natijasi buyicha xulosalar va takliflar tayyorlash.

Muomala xarajatlarini taxlil qilishda xar xil statistik, iqtisodiy matematik va boshqa usullardan foydalaniladi. Ular katoriga quyidagilarni kiritish zarur: solishtirish, guruxlash, texnik-iqtisodiy xisoblar, indeks, korrelyasion va regression taxlil, ekspert baxolash, monografik tadkikot kabilar.

Muomala xarajatlarini taxlil qilishda quyidagi ko‘rsatkichlar ishlatiladi.

I. Muomala xarajatlarini absolyut summasini o‘zgarish miqdori

Muomala xarajatlarini rejadagi va haqiqiy summasini farqi (+;-) uning absolyut ortikcha xarajati yoki tejami (ΔMx) deb yuritiladi. Ushbu

ko‘rsatkich quyidagicha xisoblanadi:

$$\pm\Delta Mx = Mx^1 - Mx^R$$

Bu yerda: «1» va «r» - tegishlicha haqiqiy va rejadagi davrni bildiradi.

Shunga uxshash xolda muomala xarajatlari summasini utgan yillarga nisbatan o‘zgarish miqdorini xam aniqlash mumkin. Bunda «Mx^R» urniga «Mx^i» yoki «Mx^b» belgilarini ishlatish lozim buladi. Bu yerda «i» - utgan yillardan biri, «b» - bazis yili bilan solishtirilayotgan yil ma’lumoti ishlatiladi.

II. Muomala xarajatlari summasining nisbiy miqdori

Muomala xarajatlarini taxlil qilishda uning summasi o‘zgarishining nisbiy miqdorini aniqlash muomala xarajatlarini o‘zgarishiga real baxo berishni ta’minlaydi. Chunki muomala xarajatlarining rejadagi summasi rejada muljallangan tovar aylanishi xajmidan kelib chikkan xolda xisoblangan bulib, u haqiqiy tovar aylanish miqdorini xisobga olmaydi. Shu sababli rejadagi muomala xarajatlari summasi (Mx^R) haqiqiy tovar aylanishi summasidan kelib chiqib kayta xisoblanadi (Mx^R_{kx}). Ushbu summa quyidagicha aniqlanadi.

$$Mx^r_{кх} = \frac{U^r_{мх} \cdot TA^/}{100}$$; uning darajasi $$Uмм^{rкк} = \frac{MX^r_{кх}}{TA^r}$$;

Muomala xarajatlari summasini nisbiy miqdori teng buladi.

$\pm\Delta M^r_{kx} = MX^/ - MX^r_{kx}$ yoki $$\pm\Delta M^r_{кх} = \frac{\Delta U^r_{мх} \cdot TA^/}{100}$$;

Muomala xarajatlari dinamikasini o‘rganishda ushbu ko‘rsatkichlar taxlil qilinayotgan tegishli davrga olinadi («r», «i», «b»).

III. Muomala xarajatlarini nisbiy darajasi (Umx)ni o‘zgarish miqdori

Ushbu ko‘rsatkich quyidagicha aniqlanadi:

1. Hisobot yilida muomala xarajatini nisbiy ortikcha yoki o‘zgarish tejami darajasi

$$\pm\Delta U^r_{мх} = \frac{MX^/ \cdot TA^/}{100} - \frac{MX^r_{кх} \cdot TA^/}{100} = U^/_{мх} - U^{rкк}_{мх};$$

2. Muomala xarajati darajasini utgan yillarga nisbatan o‘zgarishi

$$\pm \Delta U^{i}_{мх} = U^{/}_{мх} - U^{i}_{мх} \qquad \text{yoki} \qquad \pm \Delta U_{мх} = \frac{MX^{/} \cdot 100}{TA^{/}} - \frac{MX^{i} \cdot 100}{TA^{i}};$$

3. Bazis yili bilan solishtirilmasi

$$\pm \Delta U^{b}_{мх} = U^{/}_{мх} - U^{b}_{мх} \qquad \text{yoki} \qquad \pm \Delta U_{мх} = \frac{MX^{/} \cdot 100}{TA^{/}} - \frac{MX^{b} \cdot 100}{TA^{b}};$$

IV. Muomala xarajati darajasini o‘zgarish sur’ati (tempasi)

Ushbu ko‘rsatkich xisobot yilidagi muomala xarajatlari darajasini rejadagi, utgan yillardagi yoki bazis yildagi miqdorlarga nisbatan foiz xisobida (Umx^{us}) yoki indekslarda (J_u) xisob-kitob kilinishi mumkin. Bu ko‘rsatkich quyidagicha aniqlanadi.

1. Rejadagi darajasiga nisbatan

$$U^{us.r}_{мх} = \frac{(U_{мх}{}^{1} - U_{кх}{}^{r}) \cdot 100}{U^{rкк}_{мх}} \qquad \text{yoki} \qquad Jy = \frac{U_{мх}{}^{1} - U^{rкк}_{мх}}{U^{rкк}_{мх}}$$

2. O‘tgan yillarga nisbatan

$$U^{us.i}_{мх} = \frac{(U_{мх}{}^{1} - U^{i}_{мх}) \cdot 100}{Y^{i}_{мх}} \qquad \text{yoki} \qquad Jy = \frac{U^{1}_{мх} - U^{i}_{мх}}{U^{i}_{мх}}$$

3. Bazis yilga nisbatan

$$U^{us.b}_{мх} = \frac{(U^{1}_{мх} - U^{b}_{мх}) \cdot 100}{U^{b}_{мх}} \qquad \text{yoki} \qquad Jy = \frac{U^{1}_{мх} - U^{b}_{мх}}{U^{b}_{мх}}$$

Ushbu ko‘rsatkichlar muomala xarajatlarini o‘zgarishida ruy brayotgan intensiv xolatni bildiradi.

V. Muomala xarajatlari xajmida uning moddalari hissasi

Ushbu ko‘rsatkich muomala xarajatlari moddalari summasini 100,0 kupaytirib uning umumiy summasiga bulish orqali aniqlanadi. Bu ko‘rsatkich muomala xarajatlarining tarkibi deb yuritiladi.

Yuqorida keltirilgan (I-V) ko‘rsatkichlar muomala xarajatlarining moddalari buyicha xam xisoblanadi. Muomala xarajatlari umumiy xajmi va darajasining taxlilini shartli misolida ko‘rib chiqamiz (13.1-jadval).

13.1-jadval

Savdo korxonasi muomala xarajatlarini taxlili

T/r	Ko‘rsatkichlar	o‘lchov birligi	o‘tgan yil	hisobot yili				o‘zgarish sur’ati	
				reja	haqiqatda	rejadan	utgan yildan	rejaga nisbatan	utgan yilga nisbatan
A	B	1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Chakana tovar aylanishi	mln. sum	9028,0	9528,0	9976,0	+448,0	+948,0	104,7	110,5
2.	Muomala xarajatlari: 2.1. summasi 2.2. darajasi	mln. sum %	835,09 9,250	874,29 9,176	899,84 9,020	+25,55 -0,156	+64,75 -0,230	102,9 98,3	107,8 97,5
3.	Muomala xarajatlaridan 3.1. shartli o‘zgaruvchan 3.2. shartli o‘zgarmas	mln. sum mln. sum	501,05 334,04	524,57 340,72	559,12 340,72	+34,55 -	+58,07 +66,8	106,6 100,0	111,6 102,0
4.	Muomala xarajatlarining o‘zgartirish kiritilgan summasi, reja buyicha 4.1. Uning darajasi $\left(\frac{9{,}176 \cdot 9976}{100} = 9{,}607\right)$	mln. sum %	835,09 9,250	915,39 9,607	899,84 9,020	-15,55 -0,587	+64,75 -0,587	98,3 93,9	107,8 97,5
5.	Muomala xarajatlari summasi o‘zgarishining	mln. sum %	- -	- -	- -	-15,55 -0,587	- -	- -	- -

	nisbiy miqdori 5.1. uning darajasi								
6.	Muomala xarajatlarini shartli-o‘zgarmas qismini darajasi	%	3,700	3,576	3,415	-0,161	-0,285	95,5	92,3
7.	Chakana tovar aylanishi summasini 448,0 mln. sumga ortishi muomala xarajatlari darajasini kamaytirish miqdori	%	-	-	-	-0,161	-	-	-
8.	Baxolar indeksi	Jr	-	-	1.068[1]	-	-	-	-
9.	Chakana tovar aylanishi solishtirma baxolarda	mln. sum	-	-	9340.8	-	-	-	-
10	Muomala xarajatlarini shartli o‘zgaruvchan qismini solishtirma baxodagi chakana tovar aylanmasiga nisbatan darajasi	%	-	-	5.986	-	-	-	-
11	Baxoni o‘zgarishi natijasida muomala xarajatlari darajasini o‘zgarish miqdori	%	-	-	-	-0,381	-	-	-

13.1-jadval ma’lumotlaridan kurinib turibdiki, taxlil qilingan

davrda chakana tovar aylanishi va muomala xarajatlarining summasi ortib borish tendensiyasiga ega. Bu xol rejaga nisbatan xam tegishlicha 104,7 % va 102,9 %, utgan yilga nisbatan xam tegishlicha 110,5 % va 107,8 % ni tashkil qilgan.

Muomala xarajatlarini darajasi esa kiskarish tendensiyasiga ega, bu ko‘rsatkich (o‘zgarish sur’ati) rejaga nisbatan

$\left(\frac{9,020-9,607}{9,607}x100=\frac{-0,587}{9,607}x100\right)$-6,131%≈6,1 %.

O‘tgan yilga nisbatan

$\left(\frac{9,020-9,250}{9,250}x100=\frac{-0,230}{9,250}x100\right)$-2,486 %≈ 2,5 % tashkil qilgan.

Jadvaldagi ma’lumotning 2,2-bandiga e’tibor bersangiz, rejaga nisbatan muomala xarajatlarining o‘zgarish sur’ati 98,3 %ni tashkil qilganligini, ya’ni kamayish sur’ati – 1,7 % tashkil qilganini kuramiz. Ushbu xolda tovar aylanishining o‘zgarish miqdori xisobga olinmagan. Lekin muomala xarajatlarining summasi (shartli o‘zgaruvchan qismi xisobidan) tovar aylanishining ortishi bilan, proporsional bulmasa xam, tegishli miqdorda ortib boradi. Shu sababli yuqoridagi ko‘rsatkichni aniqlashda muomala xarajatlarining rejadagi darajasiga o‘zgartirishlar kiritiladi.

$$*\left(\frac{559,12\cdot 100}{9976,0}-5,986=5,605-5,986=-0,381\%\right)$$

Muomala xarajatlarini yuqorida aytganimizdek rejaga nisbatan xam, utgan yilga nisbatan xam absolyut summasi aytgan. Uning absolyut miqdori rejaga nisbatan +25,55 mln. sumga, utgan yilga nisbatan esa +64,75 mln. sumga ortgan.

Hisobot yili uchun muomala xarajatlari summasini (tovar aylanishi o‘zgarishiga karab) nisbiy miqdorini aniqlasak, tovar aylanishini (rejada – 9528,0 mln. sum) xisobga olgan xolda rejadagi summasi 874,29 mln. sumni tashkil qilish kerak bulgan. Hakikatda tovar aylanishi summasi 9976,0 mln. sumni tashkil qilgan. Muomala xarajatlarini rejadagi darajasi va haqiqiy tovar aylanish summasidan kelib chiqib muomala xarajatlarini rejadagi summasini aniqlasak, U $\left(\frac{9,176\cdot 9976,0}{100}\right)$915,39 mln.

sumini tashkil topishi kerak bulgan.

Bu holda muomala xarajatlarining summasini nisbiy o‘zgarish (tejash) miqdori - (899,84-915,39) – 15,55 ming so‘mni tashkil qilganining guvohi bo‘lamiz. Bunday hisob kitoblar natijasida muomala xarajatlari darajasining nisbiy o‘zgarish miqdori (9,020-9,607) – 0,587 % ni tashkil qiladi, ya’ni uni tejalish darajasi jadvalning 2.2 bandidagi – 0,230 % emas, - 0,587 % ekan.

Muomala xarajatlarini taxlil qilishda xamda rejalashtirishda unga ta’sir qiluvchi omillarning ta’sirini son me’yorini xisob-kitob qilish zarur. Biz 12.3 paragrafda muomala xarajatlariga ta’sir qiluvchi omillarni mazmunini yoritganmiz. Ularni ayrimlarini muomala xarajatlari summasi va darajasiga ta’sir qilish miqdorini xisob-kitob qilish usullarini ko‘rib chiqamiz.

Tovar aylanishining umumiy xajmi va uning tarkibi (assortimenti)

Tovar aylanishining umumiy xajmi ortishi bilan odatda muomala xarajatlari darajasining kamayishi ko‘zatiladi, chunki tovar aylanishi proporsional sur’atda bulmasa xam, tegishli miqdorda muomala xarajatlaridan tezrok sur’atlarda ortib boradi. Bunda muomala xarajatlarini moddalari tovar aylanishga nisbatan xar xil darajada o‘zgarib boradi. Ushbu nuqtai nazardan muomala xarajatlari «Shartli o‘zgaruvchan» va «Shartli-o‘zgarmas» guruxlariga ajratiladi.

Tovar aylanishi ortib borishi bilan «Shartli-o‘zgaruvchan» (transport xarajatlari:ish xaki; bankning kiska muddatli kreditlari foizi kabi) xarajatlar kandaydir (korrelyasion bog‘liqlikda) miqdorda ortib boradi. Xuddi shunday sharoitda «Shartli-o‘zgarmas» (ijara, joriy ta’mirlash, binolar, inshoatlar, xonalar va jixozlarni saklash, amortizasiya, ma’muriy boshqaruv kabi) xarajatlar summasi odatda o‘zgarmaydi va ularni darajasi tabiiy kiskarib borish tendensiyasiga ega buladi.

Lekin, amalda tovar aylanishini o‘zgarishi «shartli-o‘zgaruvchan» xarajatlarning doimo ortib borishiga, «shartli o‘zgarmas» xarajatlarni xar doim bir xil miqdorda turishiga olib kelmasligi mumkin. Ayrim xollarda boshqa tendensiyalar ko‘zatilishi xam mumkin, shuning uchun xam

xarajatlarning taksimlanishi «shartli» deb yuritiladi. Ushbu xarajatlarni ayrim moddalari va elementlari tovar aylanishiga bog‘liq bulmagan xolda, boshqa omillar ta’siri ostida u yoki bu tomonga o‘zgarishi mumkin. Shu sababli taxlil qilish jarayonida unday xolatlar ruy bergan bulsa, ular e’tibordan chetda kolmasligi zarur.

Tovar aylanishini muomala xarajatlari darajasiga ta’sir qilish miqdorini xisoblash usuli 13.1-jadvalda keltirilgan. Bizning misolda xisobot yili davrida chakana tovar aylanishini +448,0 mln. sumga ijobiy o‘zgarishi, muomala xarajatlarini (shartli o‘zgaruvchan xarajatlar darajasini kiskartirish orqali) umumiy darajasini – 0,161% kamayishiga olib kelgan deb xisoblash mumkin.

Har xil tovarlarni ishlab chiqarishdan iste’molchilarga siljitish jarayoni xar xil sharoitda amalga oshiriladi va tegishlicha ularga sarflangan jonli va jonsiz mexnat miqdorini puldagi ifodasi xar xar xil miqdorda shakllanadi. Bunga tovarlar assortimentini fizik-kimyoviy xususiyatlari, ularni tashish, saklash, ishlov berish, saralash, joylash xarajatlari, ushbu jarayonlarda ularni yukotilishi, tara xarajatlari, ish xaki uchun ishlatiladigan rassenkalar (tovar assortimentlari buyicha) va boshqalar ta’sir qiladi.

Ushbu omilni ta’sir qilish miqdorini xisob-kitob qilish uchun tovar guruxlari buyicha muomala xarajatlarini miqdori (darajasi) ma’lum bulishi kerak. Bunday ko‘rsatkichlar nazariy jixatdan mumkin bulsa xam amaliyotda xisob-kitob qilish alakancha mushkul. Bunday taxlil ekspert baxolash, monografik tadkikotlarda aloxida tovar guruxlari savdosiga ixtisoslashgan, maxsus savdo shahobchalari ma’lumotlarini ishlatish asosida utkazilishi mumkin.

Ushbu taxlilni utkazish uchun quyidagi 13.2-jadvaldan foydalanish mumkin.

13.2-jadval

Tovar aylanish tarkibini muomala xarajatlari darajasiga ta’sir qilish miqdorini xisob-kitobi

(summasi mln. sum)

T/r	Tovar guruxlari nomi	Tovar aylanishi summasi yoki tarkibi		Tovar guruxlari buyicha muomala xarajatlari darajasi, %	Muomala xarajatlari summasi yoki foiz soni	
		utgan yil	xisobot yili		utgan yil	xisobot yili
A	B	1	2	3	4	5
1.	Ozik-ovqat tovarlari					
	Tovar guruxlari keltiriladi					
2.	Noozok-ovqatlar: Tovar guruxlari keltiriladi					
3.	Jami tovarlar buyicha	9028,0	9976,0	X	835,09	914,21

Izox: Ma’lumotlar 13.1-jadvaldan olingan.

Masalan, aytaylik xisob-kitoblar natijasida xisobot yilining muomala xarajatlari tovar aylanishining haqiqiy tarkibini inobatga olganda 914,21 mln. sumni tashkil qilish kerak bulgan. Uning darajasi $\frac{914,21 \cdot 100}{9976,0} = 9,164\%$. Tovar aylanish tarkibini o‘zgarishi natijasida boshqa sharoitlar bir xil deb xisoblanganda muomala xarajatlarini darajasi (9,164-9,250) – 0,086 punktga kamayishga olib kelishi mumkin bulgan. Ushbu omil natijasida muomala xarajatlari darajasini o‘zgarish sur’ati $\left(\frac{9,164 - 9,250}{9,250} x100\right)$ 9,297 %ni tashkil qiladi.

Tovar aylanishining umumiy xajmi bir tomondan, sotilgan tovarlar

miqdoridan (sonidan), ikkinchi tomondan iste'mol tovarlari baxosidan bog‘liq buladi. Baxo ortsa tovar aylanishi xajmi ortadi, baxo kamaysa teskari xoll yuz beradi. Shu sababli baxo muomala xarajatlarining darajasiga bevosita emas, bilvosita, tovar aylanishi orqali ta'sir qiladi.

Muomala xarajatlariga baxoni ta'sirini o‘rganishda muomala xarajatlari moddalarini baxodan bog‘liq bulmaganlar va bog‘liq bulganlarga ajratish zarur buladi. Muomala xarajatlarini baxodan bog‘liq bulmagan turlariga tovar aylanishi xajmiga kam bog‘liq bulgan, ya'ni barcha «shartli o‘zgarmas» xarajatlar va ular katoriga transport, tovarlarni saklash, ishlov berish, saralash va joylash (urash), tara xarajatlari kiritilishi lozim. Chunki ushbu xarajatlar summasi baxo o‘zgarishi bilan o‘zgarmay koladi, lekin ularni darajasi kiskaradi. qolgan xarajatlar darajasi baxo o‘zgarishiga nisbatan tegishli darajada o‘zgaradi. Shunday kilib muomala xarajatlari summasini baxodan bog‘liq bulmagan qismi baxoni o‘zgarishi bilan o‘zgarmay koladi va bunday xarajatlarning darajasi baxoni o‘zgarishdan bog‘liq buladi, ya'ni baxo ortsa bu xarajatlar darajasi kamayadi, agar baxolar kamaysa muomala xarajatlarining ushbu qismining darajasi ortadi. Bu xarajatlarni summasi baxoga bog‘liq bulmasa xam, ularning darajasi bog‘liq xisoblanadi.

Ushbulardan kelib chiqib, 13.1-jadval ma'lumotlari asosida baxoni muomala xarajatlari darajasiga ta'sir qilish miqdorini xisob-kitobini ko‘rib chiqamiz. Bu xolda bizlar muomala xarajatlarining baxodan bog‘liq bulmagan moddalari summasini jadvalda keltirilgan «shartli-o‘zgaruvchan» xarajatlar summasiga shartli darajada teng deb oldik.

Baxolar indeksi 1,068 bulgan xolda tovar aylanishini xisobot yildagi haqiqiy summasi solishtirma baxolarda, ya'ni baxo o‘zgarmadi deb xisoblagan xolda 9976,0:1,068=9340,8 mln. sum. Muomala xarajatlarini baxodan bog‘liq bulmagan moddalarining summasi xakikatda 559,12 mln. sum deb olindi. Uning haqiqiy darajasi $\frac{559,12 \cdot 100}{9976,0} = 5,605\%$. Ushbu ko‘rsatkich solishtirma baxolarda $\frac{559,12 \cdot 100}{9340,8} = 5,986\%$ yoki 5,605·1,068=5,986%. Ushbu

ma’lumotlardan quyidagicha xulosa qilish mumkin. Agarda xisobot yilida iste’mol tovarlariga baxolar 6,8 % ortmaganda muomala xarajatlarini baxodan bog‘liq bulgan moddalarini darajasi 5,605% emas, balki 5,986%ni tashkil qilgan bular edi. Shunday kilib baxoni 6,8 % ortishi natijasida muomala xarajatlarining darajasi – 0,381 punktga (5,605-5,986) kamaygan, uni o‘zgarish sur’ati $\frac{-0{,}381 \cdot 100}{5{,}605} = -6{,}797\%$. Bu demak baxoni xar 1,0 % miqdorga ortishi, boshqa sharoitlarni xisobga olmagan xolda muomala xarajatlari darajasi $\frac{-6{,}797 \cdot 100}{6{,}800} = -0{,}999 \approx -1{,}0\%$ kamayishiga olib kelishi mumkinligini bildiradi. Bunday ko‘rsatkichlardan muomala xarajatlarini kiska va o‘zok muddatlarga prognoz qilishda foydalanish mumkin.

Muomala xarajatlariga savdoga xizmat kursatuvchi boshqa tarmoqlar va sohalarining maxsuloti (ishi, xizmati)ga baxolar va ta’riflarni o‘zgarish bevosita, uning tegishli moddalarini summasi va darajasiga ta’sir qiladi. Ularning baxolari va ta’riflarini o‘zgarishi xarajatlarni summasi proporsional ravishda, darajasini tegishli miqdorda o‘zgarishiga olib keladi. Bunday tarmoqlar va sohalarga transport, aloka, kommunal xizmatlari, elektr, gaz, yokilgi tarmoqlarini kiritish mumkin. Ularni ta’sir qilish miqdorini texnik-iqtisodiy xisob-kitoblar yoki indekslar orqali aniqlash mumkin. Masalan, xisobot yilidagi xarajatlar summasini (tegishli modda yoki uning elementlari buyicha) rejalashtirilayotgan baxo yoki ta’rifning indeksiga kupaytirish.

Muomala xarajatlariga tovar ayriboshlash tezligi ko‘rsatkichini o‘zgarishi xam ta’sir qiladi. Tovar ayriboshlash tezligi muomala xarajatlarining «bank kreditlari buyicha foizlar», «tovarlarni saklash, ishlov berish, saralash va joylash (urash)», «tashish, saklash va sotish davrida tovarlar va maxsulotlarning yukotilishi» kabi moddalari summasini u yoki bu tomonga o‘zgarishiga bevosita ta’sir qiladi xamda tovar aylanish xajmining orttirish xamda kamaytirish sabablaridan biri sifatida bilvosita muomala xarajatlarini darajasiga ta’sir qiladi.

Masalan, tovar ayriboshlash tezligi 80 kunga rejalashtirilgan bulsa,

xakikatda u 76 kunga teng buldi desak, muomala xarajatlarini bank kreditlari buyicha foiz xarajatlarining darajasi 0,676 % miqdorda belgilangan bulsa, ushbu xarajatlar darajasi tovar ayriboshlash tezligi 76 kunni tashkil qilgan xolda $\frac{0,676 \cdot 76}{80} = 0,642\%$ teng buladi, ya'ni tovar ayriboshlash tezligi 4 kunga kiskarishi natijasida muomala xarajatlari 0,642-0,676=-0,034 punktga kamaygan buladi. Agar haqiqiy tovar ayriboshlash summasi 9976,0 mln. sumga teng desak, unda muomala xarajatlarini summasi $\frac{9976 \cdot (-0,034)}{100} = -3,392 \approx 3,4$ mln. sumga kamaygan buladi.

Ushbu xisoblarni tovar ayriboshlashni tezligini ortish natijasida bank kreditlariga bulgan extiyojini kiskargan miqdorini aniqlash va bank foizlari orqali xam utkazish mumkin. Masalan, bizning misolda bir kunlik tovar aylanish 9976,0:360=27,711 mon. sum. Tovar zaxiralari tovar ayriboshlashni 4 kunga tezlashishi natijasida 27,711x4=110,844 mln. sumga kiskaradi. Tovarlar kiymatini tulashda savdo shahobchasini (korxonasini) o‘z mablaglarini katnashishini 30,0 % deb olsak, unda bank kreditlarini summasi $\frac{110,844 \cdot 70}{100} = 77,591$ mln. sumga kamayadi. Bank kreditlarini foizi o‘rtacha 4,4 % bulsa, bank kreditlari foizi buyicha to‘lov $\left(\frac{-77,591 \cdot 4,4}{100}\right) = -3,414 \approx -3,4$ mln. sumga kamayadi.

Yuqorida keltirilgan xisoblar kabi muomala xarajatlariga ta'sir qilish darajasini xisoblash imkoniyati bor. 13.3 paragrafda keltirilgan omillar ta'siri miqdorini tegishli usullar orqali xisob-kitob qilish lozim buladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo korxonalari, shaxobchalari o‘z rakobatchilari faoliyatini, jumladan muomala xarajatlarini xolatini o‘rganib borishi, ularni tajribalaridan (M.: xarajatlarni tejamli ishlatish borasida) foydalanish maqsadida o‘z ko‘rsatkichlarni rakobatchilar ko‘rsatkichlari bilan solishtirgan xolda taxlil qilishi maqsadga muvofiq buladi.

Muomala xarajatlari umumiy xajmi va darajasini taxlili davrida aniqlangan tendensiyalar, kamchiliklarga aniqlik kiritish maqsadida

muomala xarajatlari moddalari va ularni elementlarini chukur taxlil qilish zarur buladi. Bunday taxlil muomala xarajatlarini moddalari va ularni elementlari buyicha xarajatlarni rasionallashtirish, ularni tejamli xashlash yullarini aniqlash va chora-tadbirlar ishlab chikishga imkoniyat yaratadi.

Muomala xarajatlari moddalarini va ularni elementlarini taxlil qilishda biz yuqorida keltirgan (muomala xarajatlarini umumiy summasi va darajasini taxlilida) usullardan tegishlicha foydalanish mumkin. Bunday taxlil jarayonida muomala xarajatlarini xar bir moddasiga tegishli omillar ta’sirini aloxida xisob-kitob qilish maqsadga muvofiqdir.

13.5. Muomala xarajatlarini rejalashtirish

Bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiyotning xar bir xo‘jalik subyekti, mulk shaklidan, tashkiliy-xukukiy turidan kat’iy nazar, jumladan, savdo korxonalari va shahobchalari xam o‘z xo‘jalik faoilyati ko‘rsatkichlarini o‘zok muddatga prognozlash va joriy rejalashtirilishi zarur. Aks xolda ularni inkirozga uchrashi extimoldan o‘zok bulmaydi.

Muomala xarajatlarini rejalashtirishni asosiy maqsadi savdo korxonalari va shahobchalarining maqsadiga («X» - miqdorda daromad yoki foyda olish va «U» - darajadagi talabni kondirish) erishishni ta’minlash, savdo xizmatini madaniyati yuqorilashtirish va tejamkorlik asosida uni miqdorini iqtisodiy asoslagan xolda xisob-kitob qilishdan iboratdir.

Muomala xarajatlarini rejalashtirish jarayonini tashkillashtirish asosida mantikiy fikr yuritishni analiz va sentiz usullardan, ya’ni «Umumiylikdan xususiylikka» yoki «xususiylikdan umumiylikka» karab ish yuritish maqsadga muvofiqdir.

Muomala xarajatlarini rejalashtirishda ushbu usullar, muomala xarajatlarini oldin umumiy summasi va darajasini aniqlash, keyin moddalarini xisob-kitobiga utish yoki bu xolni teskarisi, oldin muomala xarajatlarini moddalari buyicha rejani ishlab chikish, keyingi bosqichda, ularni summalashtirish yuli bilan, muomala xarajatlarini umumiy miqdoriy ko‘rsatkichlarini aniqlashni anglatadi.

Muomala xarajatlarini umumiy summasini va moddalarini

rejalashtirishda tajribaviy statistik, texnik-iqtisodiy, indeks, ekspert baxolash, iqtisodiy-matematik (korrelyasiya, regressiya) bezararlik nuqtasini aniqlash, usullardan elastiklik koeffisiyentidan, norma va normotivlardan foydalaniladi.

Muomala xarajatlarini rejalashtirish umumiy xajmi va darajasini aniqlashdan boshlansa, bu xolda uni utgan yillar uchun taxlili natijalari, unga ta’sir qiluvchi omillarni rejalashtiriladigan davrlarga o‘zgarishini ekspert baxolash, ayrim ko‘rsatkichlarni indekslari, elastiklik koeffisiyentlari kabilardan foydalangan tarzda xisob-kitob qilinadi. Ikkinchi bosqichda uni moddalari miqdori aniqlanadi.

Muomala xarajatlarini umumiy xajmini rejalashtirishda, faraz qilaylik uni utgan yillarda tovar aylanishi ta’siri ostida «shartli-o‘zgaruvchan» moddalarni o‘zgarishi nisbatini xisobga olgan xolda xisob-kitob kilmokchimiz.

Agarda «shartli-o‘zgaruvchan» xarajatlar (MXsh.x) tovar aylanishiga nisbatan aniq miqdorda o‘zgarish tendensiyasiga ega bulsa, ushbu xarajatlar summasini quyidagi formula orqali xisob-kitob qilish mumkin.

$$MX^{r}_{sh.x} = MX^{x}_{sh.x} \cdot \left[1 + \left(\Delta TA^{r}_{u.s} \cdot \frac{\Delta \overline{MX}^{n}_{u.s}}{\Delta \overline{TA}^{n}_{u.s}} \right) \right]$$

Bu yerda:

$MX^{x}_{sh.x}$ - muomala xarajatlarini «shartli-o‘zgaruvchan» qismini xisobot yilidagi miqdori, so‘mda;

$\Delta TA^{r}_{u.s}$ - rejalashtirilayotgan yilga tovar aylanishini qo‘shimcha o‘sish sur’ati, %;

$\Delta \overline{MX}^{n}_{u.s}$ - o‘tgan yillarda «shartli-o‘zgaruvchan» muomala xarajatlarini o‘rtacha qo‘shimcha o‘zgarish sur’ati, %;

$\Delta \overline{TA}^{n}_{u.s}$ - o‘tgan yillarda tovar aylanishini qo‘shimcha o‘zgarish sur’ati, %.

Muomala xarajatlarini «shartli-o‘zgarmas» (MXsh.u) qismini summasi quyidagicha aniqlanishi mumkin.

$$MX^{r}_{sh.u} = MX^{x}_{sh.x} \cdot \left(1 + \Delta\overline{MX}^{n}_{sh.u}\right)$$

Bu yerda:

$MX^{r}_{sh.u}; MX^{x}_{sh.u}$ - tegishli «shartli-o‘zgarmas» xarajatlarni rejalashtirilgan va xisobot yillariga summasi;

$\Delta\overline{MX}^{n}_{sh.u}$ - «shartli-o‘zgaruvchan» xarajatlarni utgan yillar davrida qo‘shimcha usish sur’ati.

Muomala xarajatlarini umumiy summasi teng buladi

$$MX^{r} = MX^{r}_{sh.x} + MX^{r}_{sh.u};$$

Uning darajasi $U_{мх} = \dfrac{MX^{r} \cdot 100}{TA^{r}}$

Xuddi shunday muomala xarajatlari darajasini baxolar o‘zgarishiga nisbatan yoki boshqa omillarni ta’sirini e’tiborga olgan xolda xisob-kitob kilib, umumiy optimal variantni aniqlash mumkin. Bunday xisobotlarni o‘tkazish uchun korrelyasion analiz, ekstropolyasiya, elastiklik koeffisiyentlardan foydalanish maqsadga muvofiq buladi.

Muomala xarajatlarini rejalashtirishda dastlab uning moddalari miqdorini aniqlash va keyin umumiy xajmini xisoblash orqali real, xakikatga yakin natijaga erishish mumkin.

Muomala xarajatlarini ayrim moddalarini rejalashtirish usullarini ko‘rib chiqamiz.

Tashkilotlar tomonidan bajarilgan ishlar va xizmatlar buyicha xarajatlar tarkibida asosiy urinni «temir yul, suv, xavo, avtomobil va ot-ulov transporti bilan yuklarni tashish xarajatlari egallaydi. Ushbu xarajatlar aloxida transport turlari buyicha xisob-kitob qilinadi. Bu masalani xal qilishda transport turlari buyicha tashiladigan yuklar miqdorini aniqlashdan boshlash kerak.

Chakana savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari va shaxobchalari odatda avtomobil va ot-ulov transportlari xarajatlarini

koplaydi. Ulgurji savdo bazalariga asosan temir yul, suv, xavo transportlari xarajatlari va qisman avtomobil transporti xarajatlari to‘g‘ri keladi.

Tovarlarni avtomobil transporti bilan tashishda savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari bazalari, aloxida magazinlar, ovqatxonalar o‘z transportidan va chetdan jalb qilingan transport korxonalari xizmatidan foydalanishi mumkin.

Muomala xarajatlari moddalari tarkibida «O‘z transport xarajatlari» (ish xaki xarajatlaridan tashqari, chunki bu xarajatlar ish xaki fondida o‘z aksini topadi) moddasi aloxida kursatiladi. Shu sababli transport xarajatlarini yuqorida keltirilgan moddasi buyicha chetdan jalb qilingan transport korxonalarini xizmati xarajatlar aks ettiriladi.

Ushbu xarajatlarni xisob-kitob qilish uchun dastlab transportni fizik yuk aylanishi (q_f) va transport yuk aylanishi (q_t) aniqlanadi.

Fizik yuk aylanishi tovarlarni netto va brutto xajmi buyicha xisoblanadi.

Netto yuk xajmi ($q_{n.i}$) tovar guruxlari buyicha rejalashtirilgan tovar aylanish (TA^r_i) summasini ushbu tovarni 1 tonnasini o‘rtacha kiymatiga, sumda ($\overline{T}^{p}_{\kappa.i}$) bulish bilan aniqlanadi.

Brutto yuk xajmi (q_{bi}) netto yuk xajmiga (q_{ni}) tarani (odatda tovar ogirligiga nisbatan foiz xisobidan olinadi) ogirligi kushiladi.

Brutto yuk xajmi fizik yuk aylanishiga teng buladi.

Transport yuk aylanishi fizik yuk xajmini (q_f) yuklarni qayta tashish koeffisiyentiga (Kk) (ushbu ko‘rsatkich utgan yillar ma’lumotlari asosida aniqlanadi) kupaytirish yuli bilan xisoblanadi. Ya’ni u quyidagi formula orqali xisoblanishi mumkin.

$$\mathbf{q_{ti} = q_{fi} \cdot K_k}$$

Barcha tovar guruxlari buyicha bu ko‘rsatkich buladi:

$$\sum_{i=1}^{n} q_{mi} = \left(\sum_{i=1}^{n} q_{fi} \right) \cdot K_{\kappa}$$

Transport yuk aylanishi aniqlangandan sung, uni o‘z transporti va chetdan jalb qilingan transport tashkilotlari orqali tashish hissasi aniqlanadi. Ularning hissasi foizga utgan yillar ma’lumotlari,

rejalashtirilgan yilga to‘zilgan shartnomalarni xisobga olgan xolda aniqlanadi va ushbu ko‘rsatkichni transport yuk aylanishiga kupaytirib, yuzga bulish orqali ularning miqdori (tonnada) xisob-kitob qilinadi va yuklar klasslarga ajratiladi.

Keyingi bosqichda tovar ishlab chikaruvchilardan (agar ular savdo va umumiy ovqatlanish korxonasi yoki shahobchasiga tovarlarni vositachilarsiz, o‘zlari to‘g‘ridan-to‘g‘ri yuborishsa) yoki ulgurji savdo baza va omborlaridan chakana savdo va umumiy ovqatlanish korxonasi yoki shahobchalarigacha bulgan masofa (Skm)ni o‘rtacha miqdori (utgan yillar ma’lumotlari va shartnomalar asosida) xisoblanadi.

Transport yuk aylanishi ($q_{t.km.i}$) quyidagi formula orqali xisoblanadi.

$$\mathbf{q_{t.km.i} = q_{t.i} \cdot S_{km}}$$

Yuk aylanishni umumiy miqdori (t.km) teng buladi:

$$\sum_{i=1}^{П} q_{t.км.i} = \left(\sum_{i=1}^{П} q_{ti} \right) \cdot S_{км}$$

Ushbu yuk aylanishi yuklarni klasslariga taksimlanadi va ularni transport tariflariga kupaytirish orqali yuk tashish xarajatlari summasi aniqlanadi.

Yuklarni yuklash va tushurish xarajatlari ushbu modda tarkibiga kiradi, agarda bu ishni shtatdan tashqari xodimlar bajarsa. Xarajatlar summasi yukni transport yuk aylanishi $\sum_{i=1}^{П} q_{ti}$ va belgilangan rassenkalar orqali xisoblanadi.

Yuqorida keltirilgan usul orqali aloxida savdo shahobchalari buyicha transport xarajatlarini rejalashtirish kup mexnat qilishni, vaqtni talab qiladi. Bundan tashqari bu jarayon iqtisodiy-texnik xisoblar nuqtai nazardan allakancha mushkul ish. Shu sababli oddiyrok tajribaviy-statistik usuldan foydalanish xam mumkin.

Masalan: utgan yillar (kamida 3 yil) ma’lumotlari asosida tovarlarni tashishda xar bir ularni keltirilishi necha sumga (R) tushushini aniqlab, 1 tonna yukni tashish kiymati va rejalashtirilgan yilga muljallangan tovarlarni keltirish xajmidan kelib chikkan xolda transport

yuk aylanishi (q_i) miqdorini aniqlash kerak buladi.

Transport yuk aylanishi, ishlatiladigan avtotransportni yuk kutara olish imkoniyati miqdori (q_{iat}) va yuk kutara olish imkoniyatini ishlatish koeffisiyentidan (Kq_{iat}) kelib chiqib, avtotransport orqali tovarlarni necha marotaba keltirilishi miqdorini (Z) xisoblab olish mumkin. Bunday xisobot quyidagicha amalga oshirilishi mumkin

$$\mathbf{Z = q_t : q_{iat} : Kq_{iat}}$$

Ushbu ko‘rsatkichni bir marotaba yuk tashish uchun ketgan transport xarajatlari summasiga kupaytirish orqali chetdan jalb qilingan avtotransport uchun to‘lov xarajatlarini xisoblab olish kup kiyinchilik tugdirmokda. Bu xarajatlar summasi (I_{xat}) quyidagicha aniqlanadi.

$$\mathbf{I_{xat} = Z \cdot R}$$

Ushbu summaga yuklash va tushurish xarajatlarini (agar bu ishni yollanma ishchilar bajarsa) kushish kerak buladi.

«Tashkilotlar tomonidan bajarilgan ishlar va xizmatlar» moddasida boshqa tashkilot xizmati uchun to‘lovlar xam kursatiladi. Ularga aloka, axborot-xisoblash xizmati, tashki idora kuriklash xizmati, auditor tashkilotlar, reklama agentliklari, natural va yuridik muassasalar va boshqa xizmatlar xam kiradi.

Ushbu xarajatlar summasi utgan yillar ma’lumotlarini taxlili natijasidan kelib chikkan xolda aniqlangan ularni xajmini rejalashtirilgan yilga belgilangan tarif to‘lovlari miqdoriga (yoki tariflarni o‘zgarish indekslaridan foydalangan xolda) kupaytirish yuli bilan aniqlanadi.

Muomala xarajatlarida eng katta hissaga ega bulgan modda – bu «Ish xaki xarajatlari»dir. Ushbu moddani rejalashtirish masalasi 11.5-paragrafda batafsil yoritilgan.

«Ijtimoiy sugurta xarajatlari» belgilangan normalardan kelib chikkan xolda aniqlanadi.

«Savdo extiyojida foydalanish uchun, ijara xarajatlari va binolar, inshoatlarni ta’mirlash, xonalar va jixozlarni saklash» xarajatlari ijaraga olingan binolar va boshqa ishlab chiqarish vositalarini soni, turi va boshqa jixatlaridan kelib chikkan ijara aki miqdoridan (shartnomalar asosida) kelib chikkan xolda xisoblanadi. qolgan xarajatlar inshoatlarni ta’mirlash ishlar smetasidan, xonalar va jixozlarni saklash normalaridan

kelib chikkan xolda aniqlanadi.

«Asosiy vositalar amortizasiyasi». Ushbu xarajatlar xususiy asosiy fondlarning boshlangich kiymati (balans kiymati) va ularning turlari buyicha belgilangan amortizasiya normalari asosida xisob-kitob qilinadi.

«Yokilgi, gaz va elektroenergiya xarajatlari» ushbu xarajatlarni summasi yokilgi, gaz va elektroenergiya iste'mol qiladigan asosiy vositalarni tegishli ulchov birliklari (Masalan, binoni kubaturasi, transport vositalarini xar 100 km yokilgi ishlatish normasi va boshqalar) buyicha soni, xajmi, ular uchun belgilangan xarajatlar normalaridan va tariflardan kelib chikkan xolda aniqlanadi.

«Tovarlarni saklash, ishlov berish, saralash va joylash (urash) xarajatlari» utgan yillar taxlili natijalari, rejalashtirilgan yilga ushbu xarajatlarni talab qiladigan tovar guruxlari buyicha tovar aylanmasi xajmi va tegishli norma va normotivlar asosida xisob-kitob qilinadi.

«Savdo reklamasi xarajatlari» marketing bulimini ish rejalaridan va reklama uchun xarajatlar smetasidan kelib chikkan xolda va utgan yillardagi ushbu xarajatlarni o‘zgarish tendensiyalarini xisobga olgan xolda aniqlanadi.

«Tashish, saklash va sotish davrida tovarlar va maxsulotlarning yukotilishi» buyicha xarajatlar tegishli tovar guruxlari buyicha tovar aylanishi rejasi (sotib olish baxolarida) va beligalngan normalar asosida xisoblanadi.

Muomala xarajatlarini kolagn moddalari xam tegishlicha norma va normotivlarni kullagan xolda texnik-iqtisodiy xisob-kitoblar asosida aniqlanadi.

Tayanch iboralar: tovar aylanishi, xarajatlar, muomala xarajatlari, davr xarajatlari, muomala xarajatlari darajasi, muomala xarajatlari tarkibi, ish xaki, amortizasiya, ijtimoiy sugurta, «shartli-o‘zgaruvchan», «shartli-o‘zgarmas», norma, normotiv, omillar.

Takrorlash uchun savollar

1. Xarajatlar tushunchasini yoritib bering.
2. Muomala xarajatlari tushunchasini ayting.

3. Umumiy xarajatlar muomala xarajatlaridan nima bilan farqlanadi?

4. Muomala xarajatlari darajsi kanday aniqlanadi?

5. Muomala xarajatlari darajasi mazmunini tushuntiring.

6. Muomala xarajatlari tarkibi deganda kanday ko‘rsatkichlarni tushunasiz?

7. Muomala xarajatlariga kanday omillar ta’sir qiladi?

8. Muomala xarajatlariga tovar aylanishini ta’sirini kanday aniqlaymiz?

9. Muomala xarajatlariga baxo va xar xil tariflar ta’sir qilish moxiyatini yoritib bering.

10. Muomala xarajatlari taxlilini vazifalari nimalardan iborat?

11. Muomala xarajatlari taxlilini utkazishda kanday ko‘rsatkichlar ishlatiladi?

12. Muomala xarajatlari umumiy xajmi va darajasi kanday taxlil qilinadi? qanday usullardan foydalaniladi?

13. Muomala xarajatlarini rejalashtirish maqsadi va vazifalarini ayting.

14. Muomala xarajatlarini rejalashtirish usullarini ayting.

15. Muomala xarajatlarini umumiy xajmi kanday rejalashtiriladi? qanday usullardan foydalaniladi?

16. Muomala xarajatlarini moddalari kanday rejalashtiriladi?

XIV BOB. SAVDO KORXONALARI FOYDASI VA RENTABELLIGI

14.1. Foyda va rentabellikni moxiyati va axamiyati

Foyda iqtisodiy tabiatidan ishlab chiqarish munosabatlari bilan bog‘liq murakkab iqtisodiy va tarixiy kategoriyadir. U kelib chikishi, yunaltirilishi, xo‘jalik subyektlarini xususiyatlaridan va boshqa me’yorlarga karab tasniflanishi va tavsiflanishi zarur.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida maksimal foyda olish, extiyojlarni kondirish, xo‘jalik subyektlarini samaradorligini oshirishda tijoriy faoliyatni axamiyati ortib boradi. Foyda va rentabellik, boshqa ko‘rsatkichlar bilan bir katorda, tijoriy faoliyatni, unda katnashayotgan resurslarni samaradorligini kursatuvchi ko‘rsatkichdir. Foyda xo‘jalik faoliyatining natijaviy ko‘rsatkichi sifatida namoyon buladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida foyda muxim axamiyat topdi. Uning miqdori korxonalarni rivojlanishiga jamgarish manbai sifatida asos soladi; mulkdorni mulkini kupayishini ta’minlaydi; aksiyadorlarni daromadini (dividendlarni ortishi orqali) oshiradi; korxonani moliyaviy barqarorligining va to‘lov qobiliyatini saklashga imkoniyat yaratadi va nixoyat u savdoni ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirishga imkoniyat yaratadi.

Foydaning moxiyati uni iqtisodiy tabiatidan kelib chikkan xolda yoritiladigan bulsa, u qo‘shimcha kiymatning puldagi ifodasidir. Iqtisodiyotda foyda tovar kiymatining (S+V+M) asosiy elementlaridan biri, ya’ni «m»-ni anglatadi. Ushbu nazariy asosdan kelib chiqib, savdo foydasini savdo faoliyatida yaratilgan qo‘shimcha kiymatning puldagi ifodasi sifatida ta’riflash to‘g‘ri buladi.

Shunday kilib, foyda savdo faoliyati kiymatining bir elementi, ushbu kiymatning puldagi ifodasi bulib, tovar baxosining elementidir. Bu yerda xam yuqorida keltirilgan kiymatning klassik formulasidan (S+V+m) kelib chiksak foyda - «m»da ifodalanadi.

Savdoda foyda summada va darajasi deb ataladigan, rentabellik ko‘rsatkichlarida ishlatiladi. Foydaning summasi doimo xam solishtirish imkoniyatini bermaydi, shu sababli uni ijobiy ko‘rsatkichi foyda darajasi

yoki rentabelligi ishlatiladi. Ushbu ko‘rsatkichni xisoblash usullarini keyingi 14.2-paragrafda batafsil izoxlaymiz.

Rentabellik xar kanday xo‘jalik subyektining, jumladan savdoning juda muxim ko‘rsatkichlaridan xisoblanadi. Ushbu ko‘rsatkichda savdo korxona (shaxobcha)larini daromadi, xarajatlarini, tovar ayriboshlash, mexnat unumdorligi kabi ko‘rsatkichlar xolati o‘z aksini topadi.

Rentabellik miqdoriga karab savdo faoliyatiga, unda resurslardan foydalanish samarasi, faoliyat tejamlimi yoki yukmi kabi xolatlarga baxo beriladi.

Savdoda foyda asosan tovarlarni sotishdan keladi va u tovarlarni sotishdan olingan yalpi daromadlarga byudjetdan koplanadigan ayrim xarajatlarni kushish va ular summasidan muomala xarajatlarini ayrish yuli bilan aniqlandi.

«Korxona xarajatlari to‘g‘risida»gi statistik xisobotda (5-S (savdo) shakli) «tovarlarni sotishdan kelgan foyda»ni «sotishning yalpi foydasi»ga «Kartoshka va sabzavotlarni tayyorlash, saklash, kayta ishlash va sotish buyicha xarajatlarni koplash, boshqa koplashlar»ni kushish va muomala xarajatlarini olish natijasida aniqlash kursatilgan.

Unda «Sotishning yalpi foydasi» «Sotishdan sof tushum»dan «Sotilgan tovarlarni xarid kiymati tannarxi»ni ayirish orqali aniqlangan.

Bu yerda xam «yalpi foyda» «yalpi daromad» deb yuritilsa maqsadga muvofiq bular edi. Ushbu xisobotda «Tovarlarni sotishdan kelgan foyda»ni aniqlashga nazariy va amaliy nuqtai nazardan to‘g‘ri yondoshilgan deb xisoblaymiz.

Yuqorida keltirilgan O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 1999 yil 5 fevral 54-sonli qarori bilan tasdiklangan Nizomga muvofiq korxonalarning, jumladan savdoning xam foydasi xisob-kitob qilish usullari tavsiya qilingan.

Ushbu nizomdagi moliyaviy natijalarni (foyda va zararni) aniqlash usullarini xamda savdo, korxona (shahobcha)larini xususiyatidlan kelib chikkan xolda ushbu ko‘rsatkichlarni, bizlarni fikrimiz yuzasidan kelib chikkan xolda, xisob-kitob qilish usullarini quyidagi 14.1-chizmada keltiramiz.

14.1-chizma

Xo‘jalik yurituvchi subyektlari faoliyatining moliyaviy natijalari (foyda)ning ko‘rsatkichlarini aniqlash usullari

Nizomda		Savdoda	
Ko‘rsatkichni nomi	**Aniqlash usuli va ko‘rsatkichlarni belgisi**	**Ko‘rsatkichni nomi**	**Aniqlash usuli va ko‘rsatkichlarni belgisi**
I. Maxsulotni sotishdan olingan yalpi foyda (**YaF**)	**YaF=SST-IT** SST-sotishdan olingan sof tushum; IT-sotilgan maxsulotning ishlab chiqarish tannarxi	I.Tovarlarni sotishadan olingan yalpi daromad (**YaD**)	**I. YaD=SST-STXq** STXq-sotilgan tovarlarni xarid kiymati
II. Asosiy faoliyatdan ko‘rilgan foyda (**AFF**)	**AFF=YaF--DX+BD-BZ;** DX-davr xarajatlari; BD,BZ-tegishlicha asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar va zararlar	II. Tovarlarni sotishdan olingan yalpi foyda (**TSYaF**)	**TSYaF=YaD+Bq-MX;** Mx-muomala xarajatlari; Bq-byudjetdan koplanmalar
-	-	III. Asosiy faoliyatdan ko‘rilgan foyda (**AFF**)	**AFF=TSYaF+BD--BZ;**
III.Xo‘jalik faoliyatidan olingan foyda (**UF**)	**UF=AFF+MD--MX;** MD,MX-tegishlicha moliyaviy faoliyatdan daromadlar va xarajatlar	IV.Xo‘jalik faoliyatidan olingan foyda (**UF**)	**UF=AFF+MD--MX**
IV. Soliq to‘langungacha olingan foyda (**STF**)	**STF=UF+FP++FZ;** FP,FZ-tegishlicha favkulotda foyda va zarar	V. Soliq to‘langungacha olingan foyda (**STF**)	**STF=UF+FF--FZ;**
V. Sof foyda (**SF**)	**SF=STF-DS--BS;** DS-daromad (foyda)dan to‘lanadigan soliq; BS-boshqa soliqlar va to‘lovlar	VI. Sof foyda (**SF**)	**SF=STF-YaST-MMS;** YaST-yalpi soliq to‘lovi; MMS-mol-mulk solig‘i

14.2. Rentabellik ko‘rsatkichlari va ularga ta’sir qiluvchi omillar

Foyda xo‘jalik faoliyatining samarasi xisoblanganligi sababli uni nisbiy samaradorligi ko‘rsatkichi sifatida rentabellik ko‘rsatkichi ishlatiladi.

Rentabellik foydani xo‘jalik faoliyatiga alokador tovar aylanishi, xarajatlar, daromad xamda resurslarga nisbatan foizda yoki koeffisiyentda aniqlanadigan nisbiy ko‘rsatkichdir.

Amaliyotda asosan faoliyatni samarasini baxolashda, uni taxlil qilishda va rejalashtirishda tovarlarni sotish rentabelligi ko‘rsatkichi ishlatiladi. Ushbu ko‘rsatkich amalda sof foydani 100,0 ga kupaytirib tovar aylanish summasiga (TA) bulish orqali aniqlanadi.

Bizning fikrimizcha, foydani shakllanishini yangi tartibidan kelib chikkan xolda, «Tovarlarni sotish rentabelligi» yoki «Tovar aylanish rentabelligi» (Rta) (bu ikkala ma’noni sinonim sifatida ishlatmokdamiz) quyidagicha aniqlash maqsadga muvofiqdir.

$$R_{ta} = \frac{[(SST - IT) - Mx] \cdot 100,0}{TA}$$

Rentabellikni boshqa ko‘rsatkichlarini pastda izoxlaymiz.

Rentabellikni taxlili jarayonida ko‘rsatkichlar tizimidan foydalanish lozim. Ular qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

- tovar aylanishi xajmi (TA) va tarkibi ($TA_{i\text{-}n}$), sumda;
- sotishdan olingan yalpi daromad (YaD), sumda;
- tovarlarni sotishdan olingan yalpi foyda (TSYaF), sumda;
- asosiy faoliyatdan ko‘rilgan foyda (AFF), sumda;
- umumxo‘jalik faoliyatdan olingan foyda (UF), sumda;
- soliq to‘languncha olingan foyda (STF), sumda;
- sof foyda (SF), sumda;
- muomala xarajatlari (Mx), sumda;
- muomala xarajatlarini darajasi (Umx), %;
- asosiy fondlarni ishlatilishi rentabelligi ($AF_{i\cdot r}$) va daromadliligi ($AF_{i\cdot d}$), %. Bu ko‘rsatkichlar quyidagicha aniqlanishini tavsiya qilamiz.

$$AF_{i\cdot r} = \frac{UF \cdot 100}{A}; \qquad AF_{i\cdot d} = \frac{YaD \cdot 100}{A}$$

Bu yerda: A – asosiy fondlar ammortizasiyasi summasi.

- aylanma mablaglarni rentabelligi (Ray.m) va ularni daromadlikligi (Ray.d), %. Bu ko‘rsatkichlar quyidagicha aniqlanishi mumkin:

$$R_{ay.m} = \frac{TSYaF \cdot 100}{AyM(yoki\overline{Z})}; \qquad R_{ay.m} = \frac{YaD \cdot 100}{AyM(yoki\overline{Z})}$$

Bu yerda: **Ay.M** - o‘rtacha aylanma mablaglar summasi;

$\overline{Z}$ - o‘rtacha tovar zaxiralari summasi.

- ishchi-xodimlarni rentabelligi (Ri.x) va daromadliligi (Ri.d), koeffisiyentlarda. Ushbu ko‘rsatkichlarni quyidagicha aniqlash tavsiya qilinadi:

$$R_{i.x} = \frac{UF}{\overline{X}}; \qquad R_{i.d} = \frac{YaD}{\overline{X}}$$

Bu yerda: $\overline{X}$ - xodimlarni yillik o‘rtacha soni, kishi.

- muomala xarajatlarini rentabelliligi (Mx.r):

$$M_{x.r} = \frac{TSYaF \cdot 100}{Mx};$$

Bu yerda: **Mx**- muomala xarajatlari summasi.

- ish xaki fondini rentabelliligi (Ix.f.r.) koeffisiyentda yoki %. Bular tegishlicha quyidagicha xisoblanadi:

$$I_{x.f.r} = \frac{UF}{I_{x.f}}; \qquad I_{x.f.r} = \frac{UF \cdot 100}{I_{x.f}}$$

Foyda korxonaning natijaviy ko‘rsatkichi bulganligi sababli unga ko‘p sonli tashqi (savdoga bog‘liq bulmagan) va ichki omillar ta’sir qiladi.

Tashqi omillarga quyidagilarni kiritish mumkin

- siyosiy barqarorlik;
- iqtisodiyotning xolati;
- demografik holat;

- bozor kon’yukturasi, jumladan iste’mol tovarlari bozori;
- inflyasiya darajasi;
- kredit buyicha bank foizlar;
- baxoni miqdori;
- tariflar, to‘lovlar va badallar miqdorlari.

Ichki omillarga quyidagilar kiradi

- savdo ustamalar miqdori (sotishdan olingan daromad);
- muomala xarajatlari miqdori;
- tovarlarni siljitish kanallari;
- mexnat unumdorligi;
- tovar ayriboshlash tezligi (kunlar va marotabalarda);
- o‘z mablaglarining miqdori;
- asosiy fondlardan va aylanma mablaglardan samarali foydalanish va boshqalar.

14.3. Foyda va rentabellikning tahlili

Foyda va rentabellik har qanday xo‘jalik subyektining, jumladan savdo faoliyatining moliyaviy natijasi ekanligidan kelib chiksak, ularni taxlilini asosiy maqsadi savdo korxona (shahobcha)larining xisobot yilidagi xo‘jalik faoliyatining moliyaviy natijasini baxolashdan iboratdir. Har kanday tashkiliy-xuquqiy shakldagi xo‘jalik subyektlari foydani maksimallashtirishga intiladi. Chunki foyda orqali faoliyatni investisiyalashtirish, o‘z-o‘zini moliyalashtirish, mulkdorlarni mulkini oshirilishi, korxonani to‘lov qobiliyatini mustaxkamlash va boshqa masalalar xal qilinadi.

Tahlil jarayonida ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalarni bajarish zarur buladi:

- xisobot yilida rejaga nisbatan foyda va rentabellik ko‘rsatkichlarida kanday o‘zgarishlar ruy berganligini aniqlash;
- xisobot yili ko‘rsatkichlarini utgan yillar, boshqa rakobatdosh korxonalar, xudud, respublikaning ko‘rsatkichlari bilan solishtirgan xolda ularni o‘zgarish tendensiyalarini baxolash;

- foyda va rentabellikka ta’sir qilgan omillarni o‘rganish va baxolash;
- foydani tarkibini o‘zgarishiga baxo berish, uni turlari buyicha o‘zgarish tendensiyalarini baxolash;
- foyda va rentabellikni oshirish yullarini aniqlash, chora-tadbirlar ishlab chiqish;
- foydani taksimlanishini o‘rganish, shu bilan bir katorda jamlangan foydani o‘zgarish tendensiyalarini baxolash, rezerv kapitalni xolatini baxolash, aksiyadorlarni dvidendlari kanday xolatda o‘zgarishi kabi jarayonlarni baxolash. Chunki bu jarayonlar korxonaning kelajak faoliyati samarasiga sezilarli darajada bilvosita ta’sir qiladi.

Foyda va rentabellikni taxlil qilish jarayonida yuqoridagilardan tashqari daromadlar va xarajatlarni o‘zgarish tendensiyalari kompleks o‘rganilib, ularga xam baxo beriladi. Bunday taxlilda korxona resurslarini ishlatilishi samaradorligiga xam baxo berish zarur buladi.

Foyda va rentabellikni taxlili biz 14.1 va 14.2-paragraflarda keltirgan ko‘rsatkichlarni aniqlash, foyda va rentabellikka ta’sir qiluvchi omillar, shart-sharoitlar to‘g‘risidagi ma’lumotlarni tuplash xamda ularga ishlov berishdan boshlanadi. Moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi xisobot (2-sonli shakl)da keltirilgan ko‘rsatkichlar buyicha rejaning bajarilishini aniqlash va utgan yillarga (kamida uch yil) nisbatan o‘zgarish sur’atlarini taxlil qilish uchun quyidagi jadvalni (14.1) tavsiya qilamiz. Ushbu jadval ma’lumotlarini xisob-kitob qilgandan keyin biz yuqorida keltirgan rentabellik ko‘rsatkichlarini aloxida jadvalda xisoblash, ko‘rsatkichlarga baxo berish, ularga ta’sir qilgan omillar ta’sir miqdorini xisob-kitob qilish, xulosa va takliflar ishlab chikish lozim.

Foydani taxlil qilishda uni taksimlanishiga xam aloxida e’tibor karatish, uni ko‘rsatkichlarini jadvalga solib, rejaga nisbatan, utgan yillarga nisbatan o‘zgarish miqdorini, sur’atlarini xisoblash, baxolash zarur buladi. Hisobot yilidagi sof foyda taksimlanishi yoki taksimlanmay kolishi mumkin. Bunday taksimotni amalga oshirish korxonaning mulkiy va tashkiliy shakliga bevosita bog‘liq buladi. Masalan, aksiyador jamiyatlarda, xususiy korxonalarda, kushma korxonalarda foydani taksimlanishi ustavi va ta’sis shartnomalari talablaridan kelib chiqqan

xolda, ta’sischilar yigilishining qaroriga asosan amalga oshiriladi.

14.1-jadval

Moliyaviy natijalarni _____ yillarga taxlili

T/r	Ko‘rsatkichlar	O‘tgan yillar			Hisobot yili		Hakikiy si rejaga nisbatan		O‘tgan yillarga nisbatan o‘zgarishi					
									sumda			%		
		x_1	x_2	x_3	reja	Xaqi qiy	Farqi (+;-)	%	x_3	x_2	x_1	x_3	x_2	x_3
1.	Maxsulot (tovar, ish va xizmat) larni sotishdan sof tushum (tovar aylanishi)													
2.	Sotilgan max-sulot (tovar, ish va xizmat) larning tannarxi (sotilgan tovar-larni sotib olish baxosida)													
3.	Maxsulot (tovar, ish va xizmat) larning sotish-ning yalpi daromadi (zarari) summasi (1-2)s.													
	Tovar aylani-shiga nisbatan, %													
4.	Davr xarajatlari, jami: summasi (4,1+4,2+4,3+4, 4)													
	Tovar aylani-shiga nisbatan, %													
	Shu jumladan:													

	4.1.Sotish xarajatlari													
	4.2.Ma’muriy xarajatlar													
	4.3.Boshqa operasion xarajatlar													
	4.4. Kelgusida soliqga tortiladigan bazadan chikariladigan xisobot davri xarajatlari													
5.	Tovarlarni sotishdan olingan foyda: summasi (3-4).													
	Tovar aylanishiga nisbatan, %													
6.	6.1.Asosiy faoliyatning boshqa daromadlari 6.2. Asosiy faoliyatning boshqa xarajatlari													
7.	Asosiy faoliyatning foydasi (3-4+5)													
8.	Moliyaviy faoliyatning daromadlari, jami (8,1+8,2+8,3+8, 4+8,5), shu jumladan													
	8.1.Dividendlar shaklidagi daromadlar													
	8.2.Foizlar shaklidagi daromadlar													
	8.3.O‘zoq muddatli ijara (lizing)dan daromadlar													

	8.4.Valyuta kursi farqidan daromadlar													
	8.5.Moliyaviy faoliyatning boshqa daro-madlari													
9.	Moliyaviy faoliyat buyicha xarajatlar (9,1+9,2+9,3+9, 4) shu jumladan:													
	9.1.Foizlash shaklidagi xarajatlar													
	9.2.O‘zok muddatli ijara (lizing) buyicha foizlar shaklidagi xarajatlar													
	9.3.Valyuta kursi farqidan zararlar													
	9.4.Moliyaviy faoliyat buyicha boshqa xarajatlar													
10.	Umumxo‘jalik faoliyatning foydasi (zarari) (7+8-9)													
11	Favkulotdagi foyda va zararlar													
12.	Daromad (foyda) solig‘ini tulagunga kadar foyda (zarar) (10±11)													
13.	Daromad (foyda) solig‘i (yalpi daromad solig‘i)													
14.	Foydadan boshqa soliqlar va yig‘imlar													
15.	Hisobot davrining sof													

	foydasi (zarari): summasi (12-13-14).													
	Tovar aylanishiga nisbatan, %													
16.	Baxolar indeksi[1]													

14.4. Foyda va rentabellikni rejalashtirish va prognozlash

Foyda xar kanday xo‘jalik yuritish shaklidan kat’iy nazar, jumladan bozor iqtisodiyoti sharoitida muxim axamiyatga ega. U xo‘jalik faoliyatini samaradorligini ko‘rsatkichi bulishi bilan bir katorda korxonalarni, jamiyatni iqtisodiy tarakkiyotiga asos soladi va innovasiya jarayonini moliyalashtirishni xam ta’minlaydi.

Foyda xo‘jalik faoliyatini natijasi bulish bilan birga uni rivojlantirishga shart-sharoit yaratadi. Chunki foyda barcha xo‘jalik faoliyati tarakkiyotini ta’minlovchi yangiliklar, ixtirolarni joriy qilishga imkoniyat yaratadigan manbadir.

Jamiyatni barcha xo‘jalik subyektlari kabi savdo xam o‘z mulklarini tuldirish, asosiy fondlarga kapital mablaglarini moliyalashtirish, doimo yangiliklar, ixtirolarni joriy qilish masalasini kiska muddatda xal qila olmaydi. Mablaglarni jamgarish uchun vaqt kerak, iqtisodiy va moliyaviy shart-sharoit yaratilishi zarur.

Ushbu xolat korxonalarni, barcha turdagi xo‘jalik subyektlarini, kolaversa xududni va jamiyatni moliyaviy imkoniyatlarini joriy va strategik rejalashtirlishini talab qiladi. Savdo korxona (shahobcha)lari uchun xam yuqorida keltirilagn xolatlardan kelib chiqib, foydasini kiska muddatlarga rejalashtirishi va kelajakka prognozlashtirishi obyektiv zaruriyatdir.

Foyda to‘g‘risidagi ma’lumotlar korxonalar uchun xo‘jalik faoilyati kelajagini belgilash uchun muxim manba bulib xisoblanadi.

Foydani rejalashtirish va prognozlashtirishda quyidagi ma’lumotlar asos bulib xisoblanadi:

Birinchidan, korxonani daromadini, muomala xarajatlarini

[1] Statistik muassasalar, markaziy bank ma’lumoti yoki ekspert kuzatish natijalari bo’yicha

umumiy xajmi va moddalari buyicha; foydasini va tegishli bulgan boshqa ko‘rsatkichlarini utgan davrga taxlili natijalari.

Ikkinchidan, daromadlarni barcha turlarini, muomala xarajatini xajmi va moddalarini, retabellikni barcha ko‘rsatkichlarini o‘zgarish sur’atlari (tendensiyalari)ni o‘rganish natijalari.

Uchinchidan, tovar aylanishi xajmi va assortimenti, tovar ta’minoti tovar guruxlari va manbalari buyicha rejalar va prognoz ma’lumotlari.

Turtinchidan, savdo ustamalari to‘g‘risidagi ma’lumotlar.

Beshinchidan, muljallangan davrga baxolar, soliqlar, xar xil to‘lov to‘g‘risidagi ma’lumotlar.

Oltinchidan, muomala xarajatlarini prognozi.

Yettinchidan, kelajakda korxonani o‘z aylanma mablaglari miqdori, asosiy fondlarni yangilash, rekonstruksiya qilish to‘g‘risidagi prognoz ma’lumotlari va boshqalar.

Foydani uning tarkibiy turlari, ya’ni tovarlarni sotishdan olingan yalpi foyda, asosiy fapoliyatdan ko‘rilgan foyda, umumxo‘jalik faoliyatidan ko‘rilgan foyda, soliq to‘langungacha olingan foyda va yilning sof foydasi buyicha aloxida xisob-kitoblar kilinib, aloxida rejalashtirilishi va prognoz kilinishi lozim.

Yuqoridagilar foydani rejalashtirib kanday muxim axamiyatga ega ekanligini tasdiklab turibdi.

Foydani rejalashtirishda kanday maqsad nazarda tutiladi?

Asosiy maqsad korxonani kelajakda rivojlanishini ta’minlaydigan miqdordagi foydaga erishish. Ushbu maqsad kanday ta’minlanadi degan savol tabiiy tugiladi.

Unga erishish uchun korxona axoli talabiga javob beradigan, yuqori sifatli tovarlarni sotilishi va iste’mol kilinishi uchun yuqori darajadagi xizmatni tashkil qilishidan bog‘liqdir. Shunday kilib foydani rejalashtirish maqsadini ikkinchi tomoni namoyon buladi.

Ushbu maqsadlarga erishish uchun foydani rejalashtirishda quyidagi vazifalar kuyilishi shart.

Ularga quyidagilarni kiritish mumkin.

- asosiy maqsadga erishishni ta’minlaydigan tijorat goyalarini

aniqlash;

- foydaga ta’sir qiluvchi barcha omillarni utgan yillarga kompleks taxlil qilish va kelajakka bashorat qilish;

- foydaga bevosita ta’sir qiluvchi omillardan kelib chiqib, korxonani bezararlik nuqtasini aniqlash;

- bozor iqtisodiyoti sharoitida barcha resurslardan okilona, rasional foydalanish, xarajatlarni tejamligini, natijalarini optimalligini ta’minlash;

- rejani bozor kon’yukturasi o‘zgarish extimollariga muljallangan alternativ variantlarini tayyorlapsh;

- ishlab chikarilgan xolda kabul qilingan rejani bajarilishini ta’minlaydigan chora-tadbirlarni belgilash va nazorat qilish.

Foyda va rentabellikni rejalashtirishda bir kancha usullardan foydalanish tavsiya qilinadi. Ular katoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

- daromadlar va xarajatlar balansi;
- texnik-iqtisodiy xisob-kitob usuli;
- tajribaviy-statistik usuli;
- bezararlik nuqtasini aniqlash usullari;
- elastiklik koeffisiyentlarini kullash usuli;
- iqtisodiy-matematik usullar (korrelyasiya va regressiya usullari).

Balans usuli amaliyotda eng keng kullaniladigan usullardan biri bulib, unda balansning chap qismida savdo korxonasining barcha daromadlari miqdori keltiriladi, ung qismida xarajatlarning barcha turlari miqdori va korxonaning foydasi kursatiladi. Balans tarkibini quyidagi shaklda tuzishni tavsiya qilamiz.

14.1-chizma.

Savdo korxonasining daromadlar, xarajatlar va foydasi balansi

(ming sum)

Daromadlar	**Sum-ma**	**Xarajatlar va foyda**	**Sum-ma**
1. Sotishdan olingan daromadlar 2. Asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar 3. Moliyaviy faoliyatdan olingan		1. Sotib olish baxosiga kiritilgan xarajatlar 2. Davr xarajatlari 2.1. Sotish xarajatlari	

daromadlar 4. Favkulotda daromadlar		2.2. Ma’muriy xarajatlar 2.3. Boshqa operasiya xarajatlari 3. Kelgusi davr xarajatlari 4. Muddati o‘zaytirilgan xarajatlar 5. Asosiy bulmagan faoliyatga doir xarajatlar 6. Moliyaviy faoliyatga doir xarajatlar 6. Favkulotdagi xarajatlar	
Yalpi daromad (balans)		Jami xarajatlar	
		Soliq to‘languncha foyda	
		Xarajatlar va foyda summasi (balans)	

Texnik-iqtisodiy xisob-kitob usulidan balansdagi ko‘rsatkichlarni aniqlashda keng foydalanish mumkin va foydani aloxida turlarini aniqlashda ishlatiladi.

Foydani aloxida turlarini aniqlash usullari:

1. Tovarlarni sotishdan olingan yalpi foyda (TSYaF)

TSYaF=YaD+Bk-Mx

Bunda: **Bk** - byudjetdan koplanmalar;

Mx – muomala xarajatalri.

2. Asosiy faoliyatdan ko‘rilgan foyda (AFF)

TSYaF + BD - BZ;

Bunda: **DX**-davr xarajatlari;

BD,BZ-tegishlicha asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar va zararlar

3. Xo‘jalik faoliyatidan olingan foyda (UF)

UF=AFF+MD-MX;

Bunda: **MD,MX**-tegishlicha moliyaviy faoliyatdan daromadlar va xarajatlar

4. Soliq to‘langungacha olingan foyda (STF)

STF=UF+FP+FZ;

Bunda: **FP,FZ**-tegishlicha favqulotda foyda va zarar

5. Sof foyda (SF)

SF=STF-YaST-MMS;

Bunda: **YaST** – yalpi soliq to‘lovi;

MMS – mol-mulk solig‘i.

Bezararlik nuqtasini aniqlash orqali foydaga ta’sir qiluvchi omillar xisobidan qancha miqdorida sof foydaga erishish mumkinligi aniqlanadi. Uning uchun quyidagi formulalardan foydalanish mumkin.

1. $BN = \frac{DX}{1 - \frac{UX}{ChTA}}$;

Bunda: **DX**– doimiy xarajatlar (muomala xarajatlarini o‘zgarmas qismi;

UX – savdo korxonalarning o‘zgaruvchan xarajatlari

ChTA – chakana tovar aylanishi.

2. $BN = \frac{DX \cdot 100}{\frac{D \cdot 100}{ChTA}}$;

Bunda: **D** – daromadlar.

3. $BN = \frac{ChTA \times DX}{ChTA - Ux}$;

Elastiklik koeffisiyenti foydaga ta’sir qiluvchi omillarning 1 % o‘zgarishi foydani kancha foizga o‘zgarishiga olib kelishini kursatadi. Ushbu ko‘rsatkich utgan yillar ma’lumotlarini taxlil qilish orqali xisob-kitob qilinadi va rejalashtirligan yilga ta’sir qiluvchi omilni o‘zgarish miqdoriga koeffisentni kupaytirish orqali foydani o‘zgarish darajasi aniqlanadi.

Elastiklik koeffisiyentini umumiy kurinishi quyidagi formulada namoyon buladi.

$$Ke = \frac{\Delta U \cdot 100}{U} : \frac{\Delta X \cdot 100}{X} = \frac{\Delta U}{\Delta X} \cdot \frac{X}{U};;$$

Bunda: **U** – foydaning miqdori;

X – ta’sir qiluvchi omilning miqdori.

Foydaning o‘zgarish miqdori «ΔU» unga ta’sir qiluvchi omilning «ΔX» o‘zgarish miqdoriga nisbatan kanday darajada o‘zgarishini kursatadi. Uni xisoblash uchun korrelyasion teglamadan foydalanish mumkin. Agar bog‘liqlik to‘g‘ri chiziqli bulsa **u=a+vx**, unda $Ke = v \cdot \frac{X}{U};\cdot$

»**v**» - regressiya koeffisiyenti uni yuqorida keltirilgan tenglama orqali aniqlash mumkin buladi.

Foydani rejalashtirishda iqtisodiy matematik usullardan xam keng foydalanish mumkin buladi, agar uning uchun yetarli ma’lumotlar mavjud bulsa, masalan kup faktorli regression modellardan foydalanish mumkin.

Foyda va rentabellikni rejalashtirish uning muddatiga qarab uzoq muddatlarga (5 yildan yuqori), urta muddatga (1 yildan 5 yilga) va qisqa muddatga (1 yilgacha) ishlab chiqiladi. Foydani miqdori aniqlangandan keyin rentabellik ko‘rsatkichlari aniqlanadi.

Tayanch iboralar: Foyda, rentabellik, reja, rejalashtirish, prognoz, bezararlik nuqtasi, elastiklik koeffisiyenti, balans, xarajatlar, daromadlar, samaradorlik.

Takrorlash uchun savollar

1. Foydani rejalashtirish va prognozlashni axamiyatini yoritib bering.
2. Foyda va rentabellikni rejalashtirishda qanday ma’lumotlardan foydalaniladi.
3. Foyda va rentabellikni rejalashtirishni maqsadi nimalardan iborat?
4. Foyda va rentabellikni rejalashtirishda qanday vazifalar xal qilinadi?
5. Foydani rejalashtirishda qanday usullardan foydalaniladi?
6. Foydani rejalashtirishda tuziladigan balans mazmunini yoritib bering.
7. Bezararlik nuqtasi qanday aniqlanadi?
8. Elastiklik koeffisiyentini moxiyatini yoriting.

XV BOB. SAVDONING SAMARADORLIGI VA UNI OSHIRISH YO‘NALIShLARI

15.1. Savdo korxonalarining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligining mohiyati va uning ahamiyati

Iqtisodiy samaradorlikni butun iqtisodiyotdagi, uning tarmoqlari va sohalaridagi muammolarining dolzarbligi bir qator ilmiy-nazariy va amaliy masalalarni hal qilishni talab qiladi. Ushbu masalalar qatoriga, bizning fikrimizcha, quyidagilarni kiritish mumkin:

- samaradorlikning mohiyati va tushunchasi;
- samaradorlik turlarining (ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ekologik, texnik-texnologik, jamiyat, hudud, korxona miqyosidagi kabilar) o‘zaro bog‘liqligi, farqlari, bir-biriga ta’sir qilish miqdorlarini aniqlash;
- samaradorlik mezonlarining mohiyati, tushunchasi, belgilarini asoslab berish;
- samaradorlik ko‘rsatkichlarini aniqlash, bir tizimli holatga keltirish;
- samaradorlik ko‘rsatkichlarini tanlangan obyekt doirasida tadqiqot qilish, ularning o‘zgarish tendensiyalarini aniqlash;
- samaradorlikni oshirishning yo‘llarini aniqlash va bashorat qilish kabilar.

Yuqorida keltirilgan masalalar bo‘yicha iqtisodiy adabiyotlarda ko‘plab qarashlar mavjud bo‘lib, ular asosan muqobil harakterga ega. Ularning umumiy tomoni samaradorlik nisbiy ko‘rsatkich hisoblanib, uni «xarajat» va «natijani» solishtirish orqali aniqlashni tavsiya qilishadi.

Bizning fikrimizcha, samaradorlikka bunday bir tomonlama yondashish muammoli masala bo‘lib, samaradorlikning mohiyati, tushunchasi, mezoni va ko‘rsatkichlarini ilmiy-nazariy va amaliy tadqiqot qilishda sistemali, keng ma’noda, har tomonlama qarash zarur.

«Effekt» lotincha «yettectus» so‘zidan olinib «Slovar inostrannых slov»da ta’riflanishicha «… 1) deystviye, rezultat chego-l. (napr. E.Lecheniya);
2 vpechetleniye, proizvodimoye na kogo-l. kem, chem-l.; 3) sredstvo, priyem dlya sozdaniya opredelennogo vpechetleniya (napr., svetovoye,

shomoviye effektы v teatre). Shu lug‘atda «Effektivnыy» (lot. yettectus) – dayuщiy opredelennыy effekt, deystvennыy (napr., e-nыye mera). «Effektnыy» - proizvodyaщiy vpechatleniye, effekt, privlikayuщiy vnimaniye, brosayuщiysya v glaza» deb ta’rif berilgan[25].

S.I.Ojogov «Slovar russkogo yazыka»da yuqoridagi ta’riflarni aynan qaytaradi[26].

O‘zbek tilining izohli lug‘atida «samara», «samarador», «samaradorlik», «samarali», «samaralilik» so‘zlari keltirilib, ularga izoh berilgan. Unda yozilishicha «samara» - natija, oqibat. «Samarador» - kutilganicha yoki undan ham ortiq samara beradigan; samarali, sermahsul. «Samaradorlik» - iqtisodiy samaradorlik. Mehnat samaradorligini oshirmoq. «Samarali» - samarali ish. Samarali mehnat. Samarali ta’sir ko‘rsatmoq. Ishlab chiqarish vositalaridan samarali foydalanmoq deb ta’kidlangan[27].

Ishlatilayotgan so‘z, atama (termin)ning asl mazmunidan kelib chiqadigan bo‘lsak, samaradorlik, u qaysi turda bo‘lishidan qat’iy nazar, inson faoliyatining «natijasini» anglatadi.

Samaradorlik to‘g‘risida fikr yuritilganda shuni ta’kidlash kerakki, har qanday chora-tadbirlar bir tomondan ham iqtisodiy, ham ijtimoiy samara bersa, ikkinchi tomondan iqtisodiy samara berib, har doim, har sohada ijobiy, ijtimoiy natija bermasligi mumkin.

Natija ijobiy yoki salbiy harakterga ega bo‘lishi ham mumkin. Masalan, davlatlararo urushlar natijasi bir tomon uchun yutuq bo‘lsa, ikkinchi tomon uchun yutqazish hisoblanadi.

Uran qazib olish, uni qayta ishlash bir tomondan ushbu davlat uchun iqtisodiy va siyosiy samara bersa, boshqa davlatlar uchun bu xavf-xatar tug‘diruvchi omil bo‘lib, salbiy oqibatlarga olib keladi.

Ishlab chiqarishni takomillashtirish, uni modernizasiya va diversifikasiya qilish natijasida aholining moddiy faravonligini yuksaltirishga, ya’ni ijtimoiy samarani oshirishga, davlat tomonidan olib borilayotgan ijtimoiy siyosati – minimal ish haqini oshirish, ijtimoiy

[25] Словарь иностранных слов. – М.: изд. «Русский язык», 1979. – С 609.
[26] Ожогов С.И. Словарь русского языка. «Советская энциклопедия». М.: 1973. – с. 837.
[27] Ўзбек тилининг изоҳли луғати. М.: «Рус тили» нашриёти. 1981. – 17-бет.

fondlardan imtiyozlar berish, o‘sib kelayotgan yoshlarni tarbiyalash, kadrlar tayyorlash, sog‘liqni saqlash, ekologiyani yaxshilash, jismoniy tarbiyaga yo‘naltirilgan xarajatlar oxir natijada mehnat unumdorligini oshirishga, YaIMni ko‘payishiga, ya’ni iqtisodiy samarani oshirishga olib keladi.

Ayrim tadbirlar natijasida esa teskari holatlarni kuzatish mumkin. Masalan, davlat miqyosida uzoq muddatga milliy daromadni jamg‘arma va iste’mol fondlariga taqsimlashda jamg‘arma fondi hissasi doimo oshirib borilsa, oxir natijada aholining moddiy faravonlik darajasi pasayish holatiga olib kelishi muqarrar. Bu esa salbiy ijtimoiy holatlarni vujudga keltiradi. Yana bir misol, agar davlat byudjetini daromad qismini oshirish niyatida kommunal xizmatlarga, elektroenergiyaga, gazga va neft mahsulotlariga ta’riflar asossiz oshirilsa, bu aholini real daromadlarini kamayishiga va ijtimoiy va siyosiy talofatlarga olib kelishi mumkin. Ushbu holatga 2010 yil 7-10 aprellarda ro‘y bergan Qirg‘iziston Respublikasidagi xalqning ko‘tarilishi va revolyusion to‘ntarish hamda 2011 yildan xozirgi davrgacha Yaqin Sharq davlatlarida ro‘y berayotgan hodisalar real misol bo‘la oladi.

Bunday misollarni davlatlararo, davlat ichida, tarmoqlar, sohalar, korxonalararo va ularni ichki faoliyatidan ko‘plab keltirish mumkin. Shu sababli samaradorlikni tadqiqot qilish, uning natijasiga kompleks qarashlar orqali va natijalarni bir-biri bilan bog‘liqligini e’tiborga olgan holda amalga oshirilishi zarur. Ya’ni samaradorlikni barcha turlarining (ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ekologik va boshqa bir-birining natijasidan bog‘liq bo‘lgan) o‘zaro bog‘liqligini hisobga olgan holda o‘rganish ilmiy-nazariy va amaliy jihatdan asosli bo‘ladi. Xuddi shunday qarashlar samaradorlik mezonlari va ko‘rsatkichlarini tanlashda ham amal qilinishi zarur.

Bizning ushbu fikrimizni asoslashga yangi vujudga kelgan «Institusional iqtisodiyot» fanining usullari, qarashlari dalil bo‘lishi mumkin[28].

[28] А.Н.Олейник. «Институциональная экономика». Учебное пособие, М.: «ИНФРА-М», 2005; А.Б.Тарушкин. «Институциональная экономика». Учебное пособие, Киев-Харьков-Минск: Издательство «Питер», 2004; «Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория». Учебник, коллектив авторов, 2006.

Ilmiy-nazariy nuqtai nazardan samaradorlikni uchta yirik guruhga ajratib o‘rganish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz: birinchidan, jamiyat miqyosida; ikkinchidan, hududlar miqyosida; uchinchidan, xo‘jalik tuzilmalari, subyektlari miqyosida (konsern; xolding; assosiasiyalar; har xil boshqa birlashmalar; korxonalar; muassasalar va h.k.).

Ushbu umumiy yo‘nalishlar ichida samaradorlikni turlarga ajratib tadqiqot qilish zarur. Samaradorlik turlarini umumiy va funksional nuqtai nazardan tasniflash mumkin.

Umumiy samaradorlikka: «ijtimoiy-iqtisodiy»; «iqtisodiy»; «ijtimoiy»; «siyosiy»; «texnik-texnologik»; «ekologik» kabilarni kiritish mumkin.

Funksional samaradorlikka: «ijtimoiy ishlab chiqarish»; «transport»; «aloqa»; «savdo»; «umumiy ovqatlanish»; «maishiy xizmat»; «turizm» va boshqa iqtisodiyot tarmoqlari va sohalari. Ushbu guruhga iqtisodiyotni harakatga keltirayotgan omillarning samaradorligi, ya’ni yer, kapital, mehnat samaradorligi kiradi. Ushbu omillar ichida ishlatilayotgan resurslar turlari bo‘yicha ham samaradorlik tasniflanishi mumkin.

Biz yuqorida keltirganimizdek, iqtisodiy adabiyotlarda samaradorlikning mohiyati, tushunchasiga ko‘plab har xil qarashlar mavjudligi kabi, uning har xil mezonlari va ko‘rsatkichlari tasnif qilinadi. Ko‘pchilik mualliflar samaradorlik nisbiy ko‘rsatkich deb ta’kidlab, u olingan (erishilgan) natija bilan xarajatlar nisbati orqali aniqlanishini tavsiya qilishadi.

Bizning fikrimizcha «samara», «natija» o‘z tabiatiga binoan son va sifat ko‘rsatkichlarida ifodalanadi. Son ko‘rsatkichlar sifatida absolyut miqdorlar – qiymat, natural va shartli o‘lchov birliklarida ifodalansa, sifat ko‘rsatkichlari sifatida har xil solishtirma, ya’ni nisbiy ko‘rsatkichlar ishlatilishi mumkin.

Yuqoridagi fikrlarini asoslash uchun ayrim amaliy misollar keltiramiz.

- ishlab chiqarishni modernizasiyalash, yangi progressiv texnika va texnologiyalarni har qanday tarmoq, soha va korxonalarga joriy

qilinishi ular faoliyatining hajmini, mehnat unumdorligini, ish haqini oshirishga olib keladi va boshqa ko‘rsatkichlarning ijobiy o‘zgarishlarini ta’minlaydi. Ushbu ko‘rsatkichlarning absolyut miqdorini ortishi xo‘jalik faoliyatining samarasini ifodalaydi;

- transport vositalarining modernizasiyalanishi, ularning tezligini yuqorilanishi, komfort sharoitlarni yaratilishi natijasida transport xo‘jaliklarining miqdor ko‘rsatkichlarini ortishiga (pasajirlar sonini ortishi, yuk tashish hajmini ortishiga, daromadni ko‘payishi, xarajatlarni kamayishi) va sifat ko‘rsatkichlarini yaxshilanishiga (rentabelligini ortishi, yo‘l bosishdan foydalanish koeffisiyenti, yuk ko‘tarish koeffisiyenti, yo‘l yurishning o‘rtacha tezligi) olib keladi. Bular tabiati bo‘yicha transport vositalarining samaradorligi natijasini ifoda qiladi;
- savdo, umumiy ovqatlanish va boshqa xizmat sohasi korxonalarida xizmatni progressiv shakllarini joriy etilishi ularning iqtisodiy, ijtimoiy samaradorligini va boshqa ko‘rsatkichlaridan foydalanishning samarasini ko‘rsatadi.

Umuman olganda, iqtisodiyotning har qanday tarmog‘i va sohasini misolga olmang, ilmiy-texnik progress natijasida faoliyat natijasi miqdorini ortishi, daromadini ko‘payishi, xarajatlarni qisqarishi va boshqa ijobiy ijtimoiy hodisalarni ro‘y berishini kuzatish mumkin.

Yuqorida keltirilgan misollar samaradorlik kategoriyasini, uning mezonlarini va ko‘rsatkichlarini keng ma’noda tadqiqot etish zarur ekanligiga ishonchimizni oshiradi.

Shu sababli bizning fikrimizcha, har qanday samaradorlik, har qanday tarmoq, soha faoliyati, korxona faoliyati samaradorligi bo‘lishidan qat’iy nazar absolyut miqdorlarda (qiymat, natural, shartli birliklarida) va nisbiy (koeffisiyentlar, indekslar, foizlar) ko‘rsatkichlar orqali aniqlanishi lozim.

Savdo faoliyatining samaradorligi mezonlari va ko‘rsatkichlari bo‘yicha har xil fikrlar mavjud.

Ayrim mualliflar savdoning iqtisodiyotdagi samarasi milliy daromadni yaratilishidagi hissasida namoyon bo‘ladi deb hisoblashadi. Boshqalari bu fikrni inkor etib, savdoning samaradorligi ko‘rsatkichi sifatida tovar aylanish hajmini tavsiya qiladi. Uchinchi guruh olimlar

daromadni, ayrimlar foyda, rentabellikni tavsiya qilishadi. Alohida iqtisodchilar tovar aylanish hajmi, daromad va sof foydani tavsiya qilishadi.

Bir qator olimlar savdoning iqtisodiy samaradorligi bilan bir qatorda ijtimoiy samaradorligiga e'tibor qaratishadi. Ushbu masalada ham yagona konsepsiya mavjud emas. Ayrim iqtisodchilar savdoning ijtimoiy samaradorligini iste'molchilarga xizmat qilish madaniyati bilan belgilashni tavsiya qilishadi. Ushbu masala bo'yicha ular xizmat madaniyatini miqdor ko'rsatkichlar orqali aniqlanishi ehtimoliy ekanligini unutib qo'yishganga o'xshaydi. Bir guruh iqtisodchilar tovar sotib olishga sarflangan vaqtni tejash ko'rsatkichi, yana boshqa guruh omillar sifatli xizmat ko'rsatish orqali iste'molchilar talabini qondirilish darajasi savdoning ijtimoiy samaradorligi belgilanadi deb hisoblashadi[29].

Jahon amaliyotida savdoning iqtisodiy samaradorligi ko'rsatkichlari orqali chakana savdo birlashmalari, korporasiyalari, assosiasiyalarining reytingini aniqlash amaliyoti qo'llaniladi. Chet el amaliyoti to'g'risida so'z yuritganda shuni aytish joizki, ular chakana savdo o'zining iqtisodiy ahamiyati bo'yicha allaqachon mayda va oilaviy darajadan chiqib, yirik kompaniyalarga, xalqaro ahamiyatli gigant korporasiyalarga aylanib ketgan va davlatning yalpi ichki mahsulotini yaratishga katta hissa qo'shib kelmoqda. Hozirgi kunda Buyuk Britaniyada uning YaIM dagi 10,5 % ni[30], G'arbiy Yevropa davlatlarida – 18,0%[31], Rossiyada – 22,0%[32], O'zbekistonda esa – 9,5 % ni, jumladan Samarqand viloyatida - 6,4 %ni[33] tashkil qiladi.

Shu sababli chet elda chakana savdo bilan shug'ullanuvchi eng

[29] Кулягина Г.Д. Статистика товарного обращения (методология и анализ). М.: «Финансы и статистика». 1989.; «Торговое дело: экономика и онганизация» коллектив авторов, Учебник. М.: «ИНФРА-М», 1997.; Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества». Учебник, М.: «Дашков и К^0», 2007.; «Экономика торгового предприятия», коллектив авторов, Учебник. М.: «Экономика», 1997.; Раицкий К.А. «Экономика предприятия», Учебник, М.: «Маркетинг», 2003.; Давыдянц Д.Е. «Показатели и оценка эффективности экономики в условиях рыночных отношений (Макро и микроуровни)», Ставрополь «Кавказский край», 1998.; Сребник Б.В. «Экономика торговли» Учебник, М.: «Высшая школа», 1989.; Джоунз Г. «Торговый бизнес: как организовать и управлять» Пер. с англ. – М.: «ИНФРА-М», 1996.; Ферни Д., Ферни С., Мур К. «Принципы розничной торговли» Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008.

[30] Ферни Д., Ферни С., Мур К. «Принципы розничной торговли» Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. С. 3.

[31] О.В.Чкалова «Торговое дело» М.: ООО Издательство «Эксмо», 2008. С. 11.

[32] Ўша жойда.

[33] Торговля в Узбекистане 2009, Госкомстат Узбекистана, 2009 С. 12.

yirik kompaniyalar reytingi sotish hajmi; sof foydasi summasi; aktivlar summasi; umumiy aktivlar rentabelligi, foizda (sof foydani aktivlarga nisbati); xizmatchilar soni; bitta xizmatchiga to‘g‘ri kelgan sotish hajmi va foyda summasi ko‘rsatkichlari orqali aniqlanadi. Masalan, jurnal «Fortune» har yili AQShdagi 500 ta eng yirik chakana savdo kompaniyalari; jurnal «AsiaWyeyek» Osiyo davlatlaridagi 1000 ta yirik chakana savdo kompaniyalari reytingini aniqlaydi va chop etishadi. «FinancialTimes» gazetasi va jurnal «Fortune» hamkorlikda dunyoning 50 ta eng ilg‘or va yirik savdo kompaniyalarining reytingini aniqlaydi va chop etishadi. Chet el olimlarining fikricha «sotish hajmi (tovar aylanishi)», «Sof foyda summasi», «aktivlar summasi», «mehnat unumdorligi» va «Tovar aylanishga nisbatan foyda normasi» yoki uning boshqa modifikasiyasi AQSh, Buyuk Britaniya, «Germaniya, Fransiya, Yaponiya va boshqa rivojlangan davlatlarning firma va kompaniyalari tomonidan savdoning samaradorligi ko‘rsatkichi sifatida ishlatiladi. Masalan, «Pepsi-Cofa», «Ford», «Samsung», «DupondeNemur», «Monsato», «Panasonic», «Tyechnics» va boshqa yirik kompaniyalar yuqoridagi ko‘rsatkichlarni o‘z faoliyatining samaradorligining ko‘rsatkichi sifatida ishlatishadi[34].

15.2. Savdoda samaradorlik, uning mezoni va ko‘rsatkichlari

Yuqoridagi ilmiy-uslubiy mulohazalar va chet el tajribalaridan kelib chiqqan holda savdo sohasi samaradorligining mezonlari (me’yorlari) va ko‘rsatkichlari to‘g‘risida o‘z qarashlarimizni izhor qilamiz.

«Kriteriya» so‘zi grekcha «Kriterzin» so‘zidan olingan bo‘lib, uning asosida nimagadir baho berish alomati, nimadir aniqlanishi yoki tasnifi, o‘lchovi degan ma’noni bildiradi[35]. «Kriteriya» atamasining o‘zbekcha ma’nosi «mezon» so‘zini anglatadi.

Mezonni hodisalar, jarayonlar, holat va boshqalarni sifat mazmunini o‘lchovi, ular to‘g‘risidagi fikrning alomati deb tushunish

[34] Зубков В. «Как измеряется производительность труда в США». – М.: Финансы и статистика. – 1990. – 140 с.; «Как работают японские предприятия». – М.: «Экономика», 1989. – 262 с.; Изюмов А. «США: норма прибыли и экономика». – М.: Наука, 1988. – 170 с.; Матвеева А. Организация статистики в Японии. Журнал «Востник статистики». – 1990. - № 4. – С. 44-48.

[35] Словарь иностранных слов. М.: Русский язык. 1985. С. 262.

lozim. Uning son o‘lchovlari ko‘rsatkichlarda o‘z aksini topadi.

Savdo sohasi, korxonalarining samaradorligi mezoni to‘g‘risida fikr yuritganda tizimli tahlil, tizimli munosabatni ishlatish lozim. Samaradorlik mezoni hodisalar, jarayonlar va holatni sifat belgisi sifatida tizimni, tarmoqni yoki korxonani faoliyat yuritishining maqsadini aks ettirishi zarur.

Savdo sohasining maqsadi ikki tomonlama harakterga ega bo‘lib, bir tomondan, aholining iste’mol tovarlariga bo‘lgan talabini to‘laroq qondirish bo‘lsa, ikkinchi tomondan optimal miqdorda foyda olish yoki optimal rentabellikka erishishdir.

Ushbu ko‘rsatkichlarni maksimallashtirish savdo sohasi, korxonasi samaradorligining mezoni bo‘lib hisoblanadi.

Xorijiy davlatlar tajribasidan shunday xulosa qilish mumkin: bosh maqsad eng yuqori iqtisodiy natijaga erishish, ya’ni maksimal foyda olish. Ushbu maqsadga erishish vositasi sifatida aholini iste’mol tovarlarga talabini to‘laroq qondirish hisoblanadi. Ushbu maqsad va unga erishish vositasi o‘rtasida sabab va oqibat aloqalari yotadi. Sabab o‘zaro ta’sir bo‘lsa, oqibat – bu o‘zaro ta’sir natijasidir. Bunday holatdan kelib chiqsak sabab aholining iste’mol tovarlariga bo‘lgan talabini qondirish bo‘lsa, natija maksimal (yoki optimal) foyda olish bo‘lib hisoblanadi.

Shunday qilib, **yuqori foyda olishni ta’minlovchi sabab sifatida aholining iste’mol tovarlariga bo‘lgan talabini qondirish hisoblanadi**.

Yuqorida keltirilgan nazariy xulosalardan kelib chiqsak, savdo sohasi, korxonasi samaradorligining o‘lchov birligi sifatida ko‘rsatkichlar tizimidan foydalanish zarur ekanligini asoslamoqda.

Savdoning samaradorligini o‘lchash va baholashni quyidagi alomatlar bo‘yicha guruhlash zarur:

birinchidan, umuman milliy iqtisodiyot manfaati nuqtai nazaridan;

ikkinchidan, iste’molchi (aholi) manfaati nuqtai nazaridan;

uchinchidan, savdo korxonasi (mulkdor, boshqaruv xodimlari hamda ishchilar) manfaati nuqtai nazaridan.

Milliy iqtisodiyot manfaati nuqtai nazaridan savdoning

samaradorligi ko‘rsatkichi sifatida «Savdoning mamlakat yalpi ichki mahsulotini yaratishdagi hissasi» yoki «milliy daromadni yaratishdagi hissasi» qo‘llanishini tavsiya qilamiz.

Iste’molchilar manfaati nuqtai nazaridan aholining minimal iste’mol savatchasini qondirish (qiymat ko‘rsatkichlarda): aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan tovar aylanmasi (tovar guruhlari bo‘yicha) iste’mol tovarlarining fiziologik va rasional normalari bilan solishtirma ko‘rsatkichi; aholi harid fondini chakana tovar aylanishi bilan qamrab olishi ko‘rsatkichlarini ishlatish mumkin.

Savdo sohasi yoki korxonalari manfaati nuqtai nazaridan: - chakana tovar aylanishining (haqiqiy va solishtirma baholarda) hajmi va uning o‘sish sur’atlari; foydani tovar aylanishiga (haqiqiy va solishtirma baholarda), kapitalga, ish haqi fondiga nisbatan (rentabellik ko‘rsatkichlari); mehnat unumdorligi (tovar aylanishini ishchilar soniga nisbati) miqdorini ortishi va o‘sish sur’atlari (haqiqiy va solishtirma baholarda); tovar ayirboshlash tezligi (o‘rtacha tovar zaxiralarini bir kunlik tovar aylanishiga nisbati – kunlar hisobida, tovar aylanishni o‘rtacha tovar zaxiralariga nisbati – marotaba hisobida) ko‘rsatkichlaridan foydalanish mumkin.

Yuqoridagilardan tashqari savdo korxonalari samaradorligini tadqiqot etishda ular foydalanadigan resurslarning samaradorligini ham o‘rganish maqsadga muvofiq. Buning uchun savdo korxonasining resurslari – asosiy fondlar aylanma mablag‘lari, moliyaviy resurslar va mehnat resurslari hamda kapital qo‘yilmalar yoki investisiyalarning samaradorligini alohida-alohida ko‘rsatkichlar tizimi orqali o‘lchash va baholash zarur bo‘ladi.

Iqtisodiy adabiyotlarda va amaliyotda uchta asosiy fondlar samaradorligi ko‘rsatkichlari tavsiya qilinadi va ishlatiladi. Ular quyidagilar:

I. $AF_q = \frac{TA}{AF}$ (AF_q) asosiy fondning qaytimi

II. $AF_s = \frac{AF}{TA}$ (AF_s) asosiy fondlar sig‘imi

III. $AF_r = \frac{F \times 100}{AF}$ (AF_r) asosiy fondlar rentabelligi, % hisobida

Bu yerda:

TA – tovar aylanishi summasi;

F – foyda summasi;

AF - asosiy fondlar summasi.

Asosiy fondlar rentabelligi ko‘rsatkichi bilan bir qatorda «Asosiy fondlar daromadligi» ko‘rsatkichi ham aniqlanishi mumkin. Bu holda «Foyda» o‘rniga «Daromad» summasi ishlatiladi.

Yuqorida keltirilgan ko‘rsatkichlar adabiyotlarda va amaliyotda korxonaning barcha mavjud asosiy fondlarining samarasini anglatadi deb hisoblanadi. Aslida esa fondlarning bir qismi ishlatiladi.

Biz yuqorida keltirilgan «Samaradorlik» tushunchasidan, ya’ni sarflangan (ishlatilgan), iste’mol qilingan asosiy fondlarni samarasidan kelib chiqsak, asosiy fondlarning barcha summasini emas, uning sarflangan (ishlatilgan) iste’mol qilingan qismini ishlatilsa, haqiqatga yaqinroq ko‘rsatkich aniqlangan bo‘ladi.

Asosiy fondlarning sarflangan qismi uning «amortizasiyasi»da o‘z aksini topadi va shu sababli «Asosiy fondlar» o‘rniga «amortizasiya» (A) summasini ishlatish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Iste’mol qilingan asosiy fondlarni qaytimi ($AF_{i.q}$) quyidagicha aniqlanadi:

$$AF_{i.q} = \frac{TA}{A}$$

Asosiy fondlar sig‘imi esa ($AF_{i.s}$) quyidagicha aniqlanadi:

$$AF_{i.s} = \frac{A}{AT}$$

Asosiy fondlar rentabelliligi ($AF_{i.r}$):

$$AF_{i.r} = \frac{F \times 100}{A}$$

Asosiy fondlar samaradorligini tahlil qilishda yuqorida keltirilgan ko‘rsatkichlar bilan birga quyidagilarni ham ishlatishni tavsiya qilamiz.

Chakana savdoda chakana savdo shoxobchalari savdo maydonining ishlatilish koeffisiyenti (K_s)

$$K_s = \frac{ChTA}{S_s}$$

Ushbu ko‘rsatkich 1 kv.m savdo maydoniga qancha chakana tovar aylanishi to‘g‘ri kelishini anglatadi.

Ulgurji savdoda omborlar maydoni va ulgurji ombor tovar aylanishi ishlatiladi.

Xuddi shunday chakana tovar aylanishi (ulgurji ombor tovar aylanishi) ko‘rsatkichlar o‘rniga foyda «F» ishlatilsa, maydonlarni rentabelligi aniqlanadi.

Aylanma mablag‘lardan foydalanish samaradorligini aniqlash uchun quyidagi ko‘rsatkichlar tizimidan foydalanish tavsiya qilamiz.

1. Aylanma mablag‘larni (yoki o‘rtacha tovar zaxiralarini) aylanish koeffisiyenti (**Kay**. yoki **Kz.a**) marotaba hisobida.

$$Kay. = \frac{TA}{\overline{AyM}} \; ; \quad Kz.a. = \frac{TA}{\bar{Z}}$$

Bu yerda:

TA- chakana tovar aylanishi summasi (kvartalga yoki yilga);

$\overline{AyM}$ - o‘rtacha aylanma mablag‘lar summasi;

$\bar{Z}$ - o‘rtacha tovar zaxiralari summasi.

2. O‘z aylanma mablag‘larini aylanish tezligi koeffisiyenti (**Ko‘.ay.**)

$$Ko‘.ay. = \frac{TA}{\overline{AyMu}}$$

Birinchi va ikkinchi banddagi ko‘rsatkichlar aylanma mablag‘larni bir tomondan biror-bir davrda ishlatilish holatini ko‘rsatadi, ikkinchi tomondan dinamik qatorda tahlil qilinsa ulardan foydalanish samarasini ham ifoda qiladi.

3. Aylanma mablag‘larni (yoki tovar zaxiralarini) rentabelligi (yoki

daromadliligi) (Day.m) quyidagicha aniqlanadi.

$$Ray.m = \frac{F \times 100}{AyM\,(yokiZ)} \qquad Day.m = \frac{D \times 100}{AyM\,(yokiZ)}$$

Iqtisodchi olimlar fikricha savdo korxonalari moliyaviy resurslarining barqarorligini baholash uchun quyidagi ko‘rsatkichlar taklif qilingan va amaliyotda ishlatiladi. Bizning fikrimizcha, bu ko‘rsatkichlar savdo korxonalari moliyaviy resurslarining barqarorligi jumladan, samaradorligini ham baholash imkonini beradi.

1. Joriy likvidlik koeffisiyenti (K_{jl}) quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$K_{j.l} = \frac{\sum AyM}{\sum QMM}$$

Bu yerda: **AyM** – aylanma mablag‘lar;

QMM – qisqa muddatli (joriy) majburiyatlar.

2.Moliyaviy qaramlik koeffisiyenti yoki qarzdorlik, mablag‘ bilan ta’minlanish koeffisiyenti ($K_{m.q.}$) quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$K_{m.q} = \frac{\sum QK}{\sum XK}$$

Bu yerda: **QK** - qarzga olingan kapital;

XK - xususiy kapital.

3. Moliyaviy barqarorlik koeffisiyenti ($K_{m.bar}$) quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$K_{m.bar} = \frac{\sum XK + \sum UMQ}{\sum \overline{AK}}$$

Bu yerda: **XK** - xususiy kapital;

UMQ - uzoq muddatli qarzlar;

AK - aktivlarning o‘rtacha yillik qiymati.

4. Mulk mustaqilligi koeffisiyenti ($K_{m.m.}$) quyidagi formula

bo‘yicha aniqlanadi:

$$K_{m.m} = \frac{\sum XK}{\sum AK}$$

Bu yerda: **XK** - xususiy kapital;

AK - aktivlarning o‘rtacha yillik qiymati.

5. **Kapitalni manerv (harakatchanlik) koeffisiyenti ($K_{k.m.}$)** quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$K_{k.m} = \frac{\sum IK}{\sum XK}$$

Bu yerda: **IK** - harakatdagi (oborotdagi) kapital;

XK - xususiy kapital.

6. **To‘lov qobiliyati koeffisiyenti ($K_{t.q.}$)** quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$K_{t.q} = \frac{\sum O‘M}{\sum UM}$$

Bu yerda: **O‘M** – o‘z mablag‘i;

UM – umumiy majburiyatlar.

7. **Tovar zaxiralarini xususiy kapital bilan qoplanish koeffisiyenti** ($K_{tz.xk.}$) quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$K_{tz.xk} = \frac{\sum XK}{\sum \overline{TZ}}$$

Bu yerda: **XK** - xususiy kapital;

TZ - yillik o‘rtcha tovar zaxiralari.

8. **Tovar zaxiralarini qarzga olingan kapital bilan qoplanish koeffisiyenti** ($K_{tz.QK.}$) quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$K_{tz.qk} = \frac{\sum QK}{\sum \overline{TZ}}$$

Bu yerda:

QK - qarzga olingan kapital;

TZ - yillik o‘rtacha tovar zaxiralari.

Mehnat resurslarining samaradorligi ko‘rsatkichlari sifatida quyidagilarni tavsiya qilamiz:

1. Ishchi xodimlarni rentabelligi yoki daromadligi (Ri.x). Agarda yaratilgan qiymatni «**s+v+m»** deb hisoblasak, rentabellik quyidagicha ifodalanadi:

$$R_{i.x} = \frac{m}{V}$$

s – doimiy kapital ishlab chiqarish vositalari;

v – o‘zgaruvchan kapital, ish haqi;

m – olingan foyda.

2. Mehnatkashlarning bo‘sh vaqti (dam olish, o‘qish, malaka oshirish jamoat ishlari, bolalar tarbiyasi, jismoniy tarbiya va sport, madaniy dam olish, ma’naviy ehtiyojlarni qondirish);

3. Xodimlarni qo‘nimsizlik koeffisiyenti (ishdan ketgan va haydalganlar: o‘rtacha ro‘yxatdagi soniga);

4. Xodimlarni qabul qilish koeffisiyenti;

5. Mehnat unumdorligi;

6. Mehnat unumdorligi va o‘rtacha ish haqini solishtirma ko‘rsatkichi.

Barcha sohada, shu jumladan, savdoda ham investisiya faoliyati alohida tarkibiy qismlardan iborat bo‘lib, investisiya strategiyasini aniqlash, strategik rejalashtirish, investisiyaviy loyihalashtirish, loyihalarni tahlil qilish hamda uning samarasini aniqlash kabi jarayonlardan iborat bo‘ladi.

Savdoda ham investisiya strategiyasini aniqlash deganda kelajakda korxonalarning asosiy faoliyatini rivojlantirish yo‘llarini, xususan, o‘z mablag‘lari yoki boshqa investorlar hisobidan xarajatlarning qoplanish miqdorini aniqlash tushiniladi. Bunda korxona aktivlarining hajmini va rentabelligini prognoz qilish, strategik rejada aktivlarga bo‘lgan ehtiyojni va uni ta’minlash uchun tegishli resurslarnii uzoq muddatga

aniqlash jarayoni sodir bo‘ladi.

Investision loyiha bu investisiyani texnik-iqtisodiy jihatdan asoslash bo‘lib, u investision faoliyat ishtirokchilarini (mulkdor, tadbirkor, bankir, davlat va xalqaro tashkilotlar kabilar) iqtisodiy axborotlar bilan ta’minlaydi, ularni o‘zaro aloqalarini bog‘laydi hamda tushintiradi. Qisqa qilib aytganda, investisiya loyihasi investisiyadan foydalanish rejasini anglatadi.

Savdodo sohasida investisiya loyihasining samaradorligini hisoblash deganda qo‘yilgan investisiyadan keladigan samara miqdorini aniqlash tushuniladi. Investisiya loyihasining asosi sifatida kapital qo‘yilmalarga bo‘lgan ehtiyojning miqdori bo‘lib hisoblanadi. Shuning uchun investisiya loyihasi samaradorligi kapital qo‘yilmalar samaradorligi orqali aniqlanadi.

Buni bir qancha bo‘g‘inlarda aniqlash mumkin. Jamiyat miqyosida kapital qo‘yilmalar samaradorligi samaradorlik koeffisiyentida o‘z aksini topadi. Bu koeffisiyent (K_s) yalpi ichki mahsulotning o‘sish sur’atini (ΔYaIM) kapital qo‘yilmalar summasiga (K_k) bo‘lish yo‘li bilan aniqlanadi. Ya’ni:

$$Ks = \frac{\Delta YaIM}{K_k}$$

Korxona miqyosida, shu jumladan, savdo sohasida ham investisiya (kapital qo‘yilma) samaradorligi, ya’ni uning koeffisiyenti ($K_{k.s}$) quyidagicha hisoblanadi.

$$Kk.s = \frac{F}{Kk}$$

Bu yerda: ***F*** - yillik foydaning miqdori.

Savdo sohasi amaliyotida ko‘p variantli kapital qo‘yilmalar loyihasi samaradorligini aniqlash lozim bo‘ladi. Buning uchun har bir variantdagi xarajatlarni minimumga keltirish yo‘li bilan aniqlanadi. Ya’ni:

$$Ti + Ye_n \cdot K \rightarrow min$$

Bu yerda: Ti - i varinatdagi xarajatlar;

Ye_n - kapital qo‘yilmalar samaradorligi koeffisiyenti;

K - kapital qo‘yilmalar summasi.

Solishtirilayotgan variantlar har xil davrga mo‘ljallangan bo‘lsa, bunday sharoitda variantlar (V) keltirilgan koeffisiyentlar bo‘yicha aniqlanadi. Ya’ni:

$$V = \frac{1}{(1+Ye_{n\cdot v})} \cdot t$$

Bu yerda: $Ye_{n\cdot v}$ - har xil davrdagi xarajatlarni keltirish normativi;

t - mablag‘larni ishga tushirishdan samara olgungacha bo‘lgan vaqt.

Investisiya samaradorligini aniqlashda uning o‘zini qoplash muddati, xavf darajasi, inflyasiyaning o‘sish sur’ati, kelajakda soliqlar miqdorini o‘zigarishi kabilar hisobga olinishi lozim. Chunki investisiyani qulay va samarali sohaga qo‘yish investorlar uchun muhim ahamiyatga ega. Jahon amaliyotidan shu ma’lumki, pulni banklarda saqlash eng qulay hisoblanadi, chunki omonatchi undan tegishli davrda tegishli miqdorda foiz oladi.

Pulni investisiya qilish (ishlab chiqarishga, xizmat ko‘rsatishga yoki savdoga qo‘yish yoki qimmatbaho qog‘ozlar sotib olish) investorga boshqa faoliyatlarga nisbatan ko‘proq foyda keltirsagina nafli bo‘ladi. Bu holat investorlar uchun birinchi qoida bo‘lib hisoblanadi.

Investorlarning ikkinchi qoidasi - investisiya rentabelligi inflyasiya darajasidan yuqori bo‘lishi kerak.

Shunday qilib, investisiya samaradorligini hisoblaganda yuqorida keltirilgan qoidalarga asoslanadi. Buning uchun investisiya faoliyatini tegishli ko‘rsatkichlar orqali solishtirish va qiyosiy tahlili qilish katta ahamiyatga ega. Chunki xarajatlar biror davrda sarflanadi, daromad esa nafaqat shu davrda, balki u asosan xarajatlar amalga oshirgandan keyin kela boshlaydi. Shu sababli investisiya faoliyatida uning samaradorligini baholashda davriy pul qiymati degan tushuncha ishlatiladi. Ushbu ko‘rsatkich oldin olingan 1 so‘m keyin olingan 1 so‘mdan qimmatroq turishini anglatadi.

Shu sababli iqtisodiy va moliyaviy tahlilda so‘mning joriy va kelajakdagi qiymatini hisoblaydi, tahlil qiladi. Bunday hisob-kitoblar diskontlashtirish, deb yuritiladi.

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

Diskontlashtirish murakkab foizni hisoblashning teskari jarayonidir. Murakkab foiz usuli orqali investisiyaning kelajak qiymati ($I_{k.q.}$) quyidagicha aniqalanadi.

$$I_{k.q.}=I_{j.q.}(1+Ch)^{p}$$

Bu yerda: $I_{j.q.}$ - investisiyani joriy qiymati;

Ch - bank foizi stavkasi;

P - yillar soni.

Masalan: bank foyizi 10% bo‘lgan holda 5 yildan keyin 1 so‘mning qiymati = $1\cdot(1+0,1)^{5}=1\cdot1,55=1,55$ so‘mni tashkil qiladi.

Mazkur miqdor diskontlashtirish usuli bilan investisiyaning yildan keyingi joriy qiymatini ifodalaydi. Buning uchun investisiyani kelajak qiymatini (1+bank foizi) mo‘ljallangan yillar soni darajasiga bo‘lish bilan aniqlanadi, ya’ni:

$$I_{j.q.}=\frac{I_{k.q}}{(1+Ch)^{p}}=I_{k.q}\cdot(1+Ch)^{-p}$$

Masalan: bank foizi 10% bo‘lgan holda 20 yildan keyingi 1 so‘mning joriy qiymati =$1:(1+0,10)^{20}=1:1,10^{20}=1:6,7=0,15$ so‘mni tashkil qiladi.

Shunday qilib, diskontlashtirish yilma yil ketma-ketlikda daromadlar, xarajatlar potoklarini diskont stavkasiga asosli bir-biriga keltirish yo‘li orqali kelajakdagi daromad va xarajatlarni joriy qiymatini belgilab olish uchun investisiyani iqtisodiy va moliyaviy tahlil qilishda ishlatiladi. Bunday usullarni qo‘llash investisiyaning sohalar bo‘yicha nechog‘lik samarador ekanligiga baho berish imkonini yaratadi.

15.3. Savdo korxonalari samaradorligiga ta’sir qiluvchi omillar

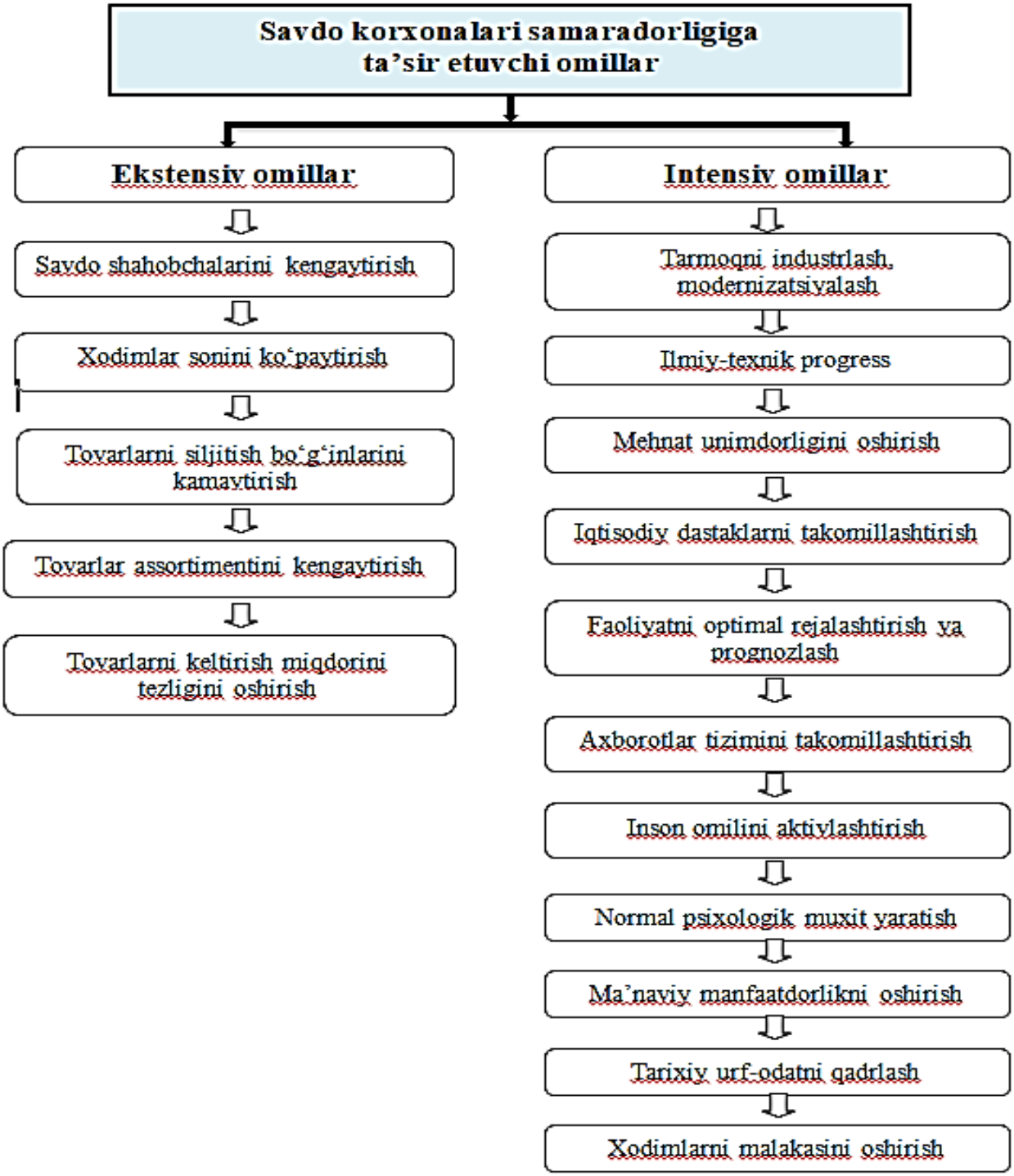
Iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida, sohalarida, jumladan,

savdoda ham o‘z faoliyatining samaradorligini oshirish ular taraqqiyotining asosiy omilidir.

Samaradorlik natija degan ma’noni anglatadi. Ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik – chegaralangan resurslardan okilona, tejamli foydalangan holda erishilgan natijani, ya’ni savdoda aholining iste’mol darajasini yuksaltirish orkali tegishli rentabellikka erishishni anglatadi.

15.1-chizma

Savdo korxonalari samaradorligiga ta’sir etuvchi omillar



Savdoning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligi uning pirovard maqsad natijasida uz ifodasini topadi. Samaradorlik umuman olganda «natijaviylik» mazmunini bildiradi. Qandaydir bir natijaga erishish ekstensiv va intensiv omillarni (15.1-chizma) qo‘llash asosida erishiladi.

Har qanday tarmoqda, jumladan, savdo sohasida taraqqiyotni ta’minlashda yuqorida keltirilgan ekstensiv va intensiv omillardan optimal foydalanish zarur.

Savdoni strategik rivojlanishini belgilashda, uni samaradorligini oshirish yo‘nalishlarini prognozlashda nazariy jihatdan quyidagi samaradorlikni oshirish modellardan foydalanishni tavsiya qilamiz.

I – model Q → max; Mx → min.

II – model Q → max; Mx → const.

III – model Q = const; Mx → min.

IV – model Q → max; Mx → max, agar ΔQ>ΔMx bo‘lsa

Bu yerda:

Q– faoliyatni hajmiy ko‘rsatkichi (TA) yoki moliyaviy natija – daromad yoki foyda;

Mx – muomala xarajatlari

const - o‘zgarmaslik;

Δ - qo‘shimcha o‘zgarish miqdori.

Ushbu modellardan savdoni rivojlantirish rejalari yoki prognozlari variantlarini solishtirishda foydalanish mumkin.

Savdo faoliyati maqsadidan biri bo‘lmish talab va taklifni muvofiqlashtirish nuqtai nazaridan kelib chiqilsa, uni rivojlantirish modeli quyidagicha modellarda ifodalanishi kerak.

I – model $TA_i < AT_i$ bo‘lsa $TA_i - AT_i = IM_i$. bunda $IM_i > EK_i$

II – model $TA_i > AT_i$ bo‘lsa $AT_i - TA_i = EK_i$. bunda $IM_i < EK_i$

III – model $TA_i = AT_i$ bo‘lsa $IM_i = EK_i$ bo‘ladi.

Bu yerda: TA_i–i - *tovar guruhi bo‘yicha chakana tovar aylanishi;*

AT_i–i – *tovar guruhiga axolining talabi;*

IM_i–i – *tovar guruhi bo‘yicha tovarlarni importi;*

EK_i–i – *tovar guruhi bo‘yicha tovarlarni eksperti.*

Ushbu ko‘rsatkichlar hudud, respublika mikyosida summa-lashtiriladi.

Savdoni asosiy maqsadi bir tomonidan, aholining iste’mol tovarlarga bo‘lgan talabini har tomonlama kidirish bo‘lsa, ikkinchi tomonda o‘z faoliyatidan tegishli foyda (daromad) olishdir. Maqsadning birinchisiga erishish natijasida savdo korxonalari ijtimoiy samaradorlikga erishadi. Ikkinchisida iqtisodiy samaradorligini oshirishni ta’minlaydi. Iqtisodiy samaradorlikning mezoni xarajatlar bilan belgilanadi.

Savdo jarayonida moddiy, mexnat, moliyaviy resurslar sarflanadi va uning natijasida ma’lum xajmda tovar aylanishi va xizmatlarga erishiladi va foyda (daromad) yaratiladi. Shu sababli savdoning iqtisodiy samaradorligini oshirish jamiyat manfaatini ta’minlash, axolini talabini, qondirish, takror ishlab chikarish jarayonini tezlashtirish kabi natijalarni ham beradi.

Uning iqtisodiy samaradorligini oshirishning ahamiyati yuqoridagilardan kelib chikadi.

Savdoning iqtisodiy samaradorligini aniqlashda uning umumiy faoliyatiga baho berish va unda sarflangan barcha resurslarni alohida-alohida samarasini aniqlash muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu masalalar darslikning tegishli mavzularida yoritilgan.

Tayanch iboralar: samara, samaradorlik, me’zon, ko‘rsatkich, samaradorlik ko‘rsatkichlari, omil, ekstensiv omil, intensiv omil, model.

Takrorlash uchun savollar

1. Savdoda samaradorlikni mohiyatini yoritib bering.
2. Samaradorlikni ifodalovchi ko‘rsatkichlarni sanab o‘ting.
3. Samaradorlikka ta’sir etuvchi ekstensiv omillar.
4. Samaradorlikka ta’sir etuvchi intensiv omillar.
5. Samaradorlikni oshirish yo‘llari bo‘yicha takliflar bering.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasining Konstitusiyasi. 2023 y. lex.uz

2. O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: O‘zbekiston Respublikasida mulkchilik to‘g‘risida, 1990 yil 31 oktyabr.

3.O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: Davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish to‘g‘risida, 1991 yil 19 noyabr.

4.O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: Aholini ish bilan ta’minlash to‘g‘risida. Yangi tahriri.

5. O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi (1-qism).-T.: O‘zbekiston, 1995.

6. O‘zbekiston Respublikasining Mehnat Kodeksi. 30.04.2023 y.

7.O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: Iste’molchilarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida, 1996 yil 26 aprel.

8.O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: Oziq-ovqat mahsulotlarining sifati va xavfsizligi to‘g‘risida, 1997 yil, 30 avgust.

9.O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: Standartlashtirish to‘g‘risida, 2023 yil, 5 noyabr.

10. O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: Reklama to‘g‘risida, 09.09.2022 y.

11.O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida, 2012 yil 3 may.

12. O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: Birjalar va birja faoliyati to‘g‘risida, 2015 yil 13 mart.

13. O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: Xususiy korxonalar to‘g‘risida, 2003 yil 11 dekabr.

14. O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: O‘zbekiston Respublikasi savdo-sanoat palatasi to‘g‘risida, 2018 yil 11 oktabr.

15. O‘zbekiston Respublikasining Qonuni: Raqobat to‘g‘risida, 2023 yil 04 oktabr.

16. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016 yil 5 oktyabrda “Tadbirkorlik faoliyatining jadal rivojlanishini ta’minlashga, xususiy mulkni har tomonlama himoya qilishga va ishbilarmonlik muhitini sifat jihatidan yaxshilashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risidagi”

Farmoni.

17. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 1 fevraldagi “Tadbirkorlik subyektlariga davlat xizmatlarini ko‘rsatish mexanizmlarini takomillashtirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-2750-sonli Qarori.

18. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi “O‘zbekiston respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida” giPF-4947-sonli Farmoni.

19. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 30 oktyabrdagi “Tovar bozorlarida savdoni yanada erkinlashtirish va raqobatni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-5564-sonli Farmoni.

20. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 6 sentyabrdagi “Savdo va xizmat ko‘rsatish sohasidagi hisob-kitoblar tizimiga zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy qilish hamda ushbu sohada jamoatchilik nazoratini kuchaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-5813-sonli Farmoni.

21. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-sonli Farmoni.

22. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999 yil 5 fevral 54-son qarori bilan tasdiqlangan “Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to‘g‘risidagi Nizom”.

23. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2011 yil 7 yanvardagi "Xususiy tadbirkorlar yuridik shaxs tashkil etmasdan shug‘ullanishi mumkin bo‘lgan faoliyat turlari ro‘yxatini tasdiqlash to‘g‘risida"gi Qarori.

24. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2016 yil 26 fevraldagi “2016-2020 yillarda xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida”gi 55-sonli Qarori.

25. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2018 yil 30 avgustdagi «Tashqi reklamani joylashtirish sohasidagi faoliyatni yanada

takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Qarori.

26. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 11 maydagi “Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-5136-sonli Qarori.

27. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 4 iyundagi “Ko‘chma savdo faoliyatiga axborot texnologiyalarini joriy etish va savdo avtomati orqali chakana savdo faoliyati bilan shug‘ullanuvchi tadbirkorlik subyektlarini qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi PQ-5136-sonli Qarori

28. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 4 oktyabrdagi «Chakana savdo va xizmat ko‘rsatish sohasida nazorat-kassa texnikasidan foydalanishni takomillashtirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi PQ-5252-sonli Qarori.

29. Karimov I.A. Biz tanlagan yo‘l — demokratik taraqqiyot va ma’rifiy dunyo bilan hamkorlik yo‘li. - T.: “O‘zbekiston”, 2003.

30. Karimov I.A. Ona yurtimiz baxtu iqboli va buyuk kelajagi yo‘lida xizmat qilish – eng oliy saodatdir. -T.: “O‘zbekiston”, 2015.

31. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon demokratik O‘zbekiston davlatni birgalikda barpo etamiz. -T.: “O‘zbekiston” NMIU, 2016.

32. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. -T.: “O‘zbekiston” NMIU, 2017.

33. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik − har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. -T.: “O‘zbekiston” NMIU, 2017.

34. Mirziyoyev Sh.M. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi.-T.: “O‘zbekiston” NMIU, 2018.

35. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi.To‘ldirilgan ikkinchi nashri. - T.: “O‘zbekiston” nashriyoti, 2022.

36. Abdukarimov B.A. va boshqalar «Korxona iqtisodiyoti», Darslik, Toshkent «Fan», 2005.

37. Vorst Y., Reventlou P. Ekonomika firmы. Uchebnik. (perevod s datskogo). M.: «Vыsshaya shkola», 1994.

38. G‘ozibekov D.Ye. Investisiyalarni moliyalashtirish masalalari. Toshkent: «Moliya», 2003.

39. Davidyanu D.B. Pokazateli i osenka effektivnosti ekonomiki v usloviyax rыnochnыx otnosheniy (Makro i mikro uroven). Stavropol. «Kavkazskiy kray», 1998.

40. «Instruksiya po statistike chislennosti i zarabotnoy plate rabotayuщix po neymu». Utverjdena Postanovleniyem Mikmakroekomstata Respubliki O‘zbekistan №33 ot 26 oktyabrya 1998 g.

41. Yo‘ldoshev N.Q. Savdo korxonasi iqtisodi, O‘quv qo‘llanma. T.: TDIU, 2005 y.

42. Kiselev A.P. Teoriya i praktika sovremennogo biznesa. Kiyev «LIBRA», 1995.

43. Pardayev M.Q., Abdukarimov B.A. Mehnat iqtisodi va sosiologiyasi. O‘quv qo‘llanma. Samarqand, 2002.

44. Pardayev M.Q., Isroilov B.I. Iqtisodiy tahlil. O‘quv qo‘llanma. I-II qism. Toshkent: «Iqtisodiyot va huquq dunyosi» nashriyot uyi, 2001.

45. Parpiyev U., Salamov I. Bozor iqtisodiyoti asoslari va ishlab chiqarishni tashkil etish. Toshkent: «Sharq», 1996.

46. Rayzberg B.A. Osnovы ekonomiki. Uchebnoye posobiye. M.: «INFRA-M», 2000.

47. O‘razov K.B. «Savdoda buxgalteriya xisobi va soliqqa tortish». Toshkent: «Iqtisodiyot va huquq dunyosi» nashriyot uyi, 2004.

48. Srebnik B.V., «Ekonomika torgovli». Uchebnik. M.: Vыsshaya shkola», 1998.

49. «Torgovaya delo: Ekonomika i organizasiya». Uchebnik. M.: INFA-M. 1997.

50. Tadbirkorlik va biznes asoslari. O‘quv qo‘llanma. E.N.Xadjayev, R. G. Yunusova, Abdukarimov B.A. va boshqalar. Samarqand Zarafshon. 1994.

51. Fridman A.M. Ekonomika predpriyatiy torgovli i pitaniya potrebitelskogoobщyestva. Uchebnik. M.: «Dashkov i K°», 2008.

52. Xodiyev B.Yu va boshqalar. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning «Mamlakatimizni modernizasiya qilish va kuchli fuqarolik jamiyati barpo etish – ustuvor maqsadimizdir» hamda «Asosiy vazifamiz – Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini

yanada yuksaltirishdir» nomli ma’ro‘zalarini o‘rganish bo‘yicha O‘quv-uslubiy majmua. – Toshkent: Iqtisodiyot. - 2010.

53. Chjen V.A. va boshqalar. Bozor Qonuniyati asoslari. III tom. Toshkent: «Biznes katalog», 1996.

54. Chjen V.A. va boshqalar. Bozor va ochiq iqtisodiyot IV tom. Toshkent. «Biznes katalog». 1996.

55. Экономика предприятия. Учебник. Коллектив автров. под ред. Гребнева А.И.М.: «Економика», 1997.

56. «Экономика предприятия». Учебник. Под редакцией академика В.М. Семенова. ООО «Питер Пресс». 2007.

57. Экономическая теория. Учебник. Тошкент: «Шарқ», 1999.

58. «Экономика торгового предприятия». Учебник для вузов. Коллектив авторов. М.: «Экономика», 1997.

59. «Экономика торговли». Учебник. Коллектив авторов. М.: «Экономика», 1990.

60. «Экономика торговли». Учебник. Коллектив авторов. М.: «Экономика», 1980.

61. Экономика торговли. Мухаммедов М.М., Абдукаримов Б.А., Алтинбаев Р.И., Қутбетдинов А.Т., Учебное пособие. Самарканд, 1998.

62. Экономика предприятия. Раиский К.А., Учебник. М.: - ИВС. «Маркетинг», 2000.

63. O‘zbekistonda savdo (statistik to‘plam). - T.: O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi, 2022.

64. O‘zbekiston raqamlarda (statistik to‘plam). -T.: O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi, 2022.

MUNDARIJA

KIRISH 1
I BOB. SAVDO IQTISODIYOTI FANINING NAZARIY VA METODOLOGIK ASOSLARI 6
1.1. Bozor munosabatlariga o‘tish sharoitida iqtisodiy fanlarning o‘rni va ahamiyati 6
1.2. Savdo iqtisodiyoti fanining boshqa fanlar bilan bog‘liqligi 14
1.3. Savdo iqtisodiyoti fanining obyekti va predmeti 18
1.4. Savdo iqtisodiyoti fanining usullari 19
II BOB. BOZOR IQTISODIYOTINI SHAKLLANTIRISH ShAROITIDA SAVDO 22
2.1. Tovar ayriboshlashning mohiyati 22
2.1.1. Bozor iqtisodiyoti, uning qoidalari, bozor tushunchasi, funksiyalari va elementlari 22
2.1.2. Bozorning turlari 28
2.1.3. Bozorning subyektlari 28
2.2. Savdoning mohiyati va uning bozor iqtisodiyoti sharoitida ahamiyati 30
2.2.1. Savdoning mohiyati, funksiyalari 30
2.2.2. Savdoning ijtimoiy shakllari, tashkiliy iqtisodiy tasnifi 33
2.2.3. Savdoning iqtisodiyotda tutgan o‘rni 33
III BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING HUQUQIY - IQTISODIY ASOSLARI 37
3.1. Tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va ahamiyati 37
3.2. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy - iqtisodiy asoslari 41
3.3. Tadbirkorlikni qo‘llab quvvatlash yo‘nalishlari 43
3.4. Tadbirkorlik faoliyati samaradorligi mezoni va ko‘rsatkichlari 46
VI BOB. SAVDONING XO‘JALIK MEXANIZMI 49
4.1. Xo‘jalik mexanizmi tushunchasi va uning mohiyati 49
4.2. Savdoning xo‘jalik mexanizmi, uning elementlari 52
4.3. Matlubot kooperasiyasining xususiyatlari va xo‘jalik mexanizmi 55
V BOB. SAVDO KORXONALARIDA IQTISODIY ISHNI TASHKIL QILISH 58
5.1. Iqtisodiy ishning mohiyati 58
5.1.1. Iqtisodiy ishning mohiyati, mazmuni va ahamiyati 58
5.1.2. Iqtisodiy axborotlar tushunchasi, turlari va ahamiyati 59
5.1.3. Iqtisodiy axborotlar tarkibida statistikaning ahamiyati 62
5.2. Bozor iqtisodiyoti sharoitida prognozlash va rejalashtirish 66
5.2.1.Prognozlash va rejalashtirishni mohiyati, maqsadi, vazifalari va

ahamiyati 66
5.2.2. Rejalashtirishni qoidalari (prinsiplari) 70
5.2.3. Prognozlash va rejalashtirishga qo‘yiladigan umumiy talablar .. 71
5.2.4. Prognozlash va rejalashtirish turlari va bosqichlari 72
5.1-chizma. Rejalarning turlari 73
5.2.5. Prognozlash va rejalashtirish usullari hamda ko‘rsatkichlari 75
VI BOB. SAVDO KORXONALARINING RESURSLARI 78
6.1. Savdo korxonalarining asosiy fondlari 78
6.1.1. Resurslar tushunchasi va tarkibi 78
6.1.2. Asosiy fondlar tushunchasi, tarkibi va baholanishi 81
6.1.3. Asosiy fondlarning ko‘rsatkichlari 84
6.2. Aylanma fondlar (mablag‘lar) tushunchasi, tarkibi va ko‘rsatkichlari 90
6.2.1. Aylanma fondlar (mablag‘lar) tushunchasi, harakati va ahamiyati 90
6.2.2. Aylanma fondlar (mablag‘lar) tarkibi 93
6.2.3. Aylanma mablag‘lar ko‘rsatkichlari 96
6.3. Savdo korxonalarining moliyaviy resurslari 100
6.3.1. Moliyaviy resurslar mohiyati va ularni savdo korxonalari samaradorligini oshirishda ahamiyati 100
6.3.2. Moliyaviy resurslarning manbalari 102
6.3.3. Moliyaviy resurslarning ko‘rsatkichlari 104
VII BOB. XALQ ISTE’MOLI TOVARLARIGA BAHONI SHAKLLANISHI 109
7.1. Baho va baholashtirishni mohiyati va ahamiyati 109
7.2. Bahoning funksiyalari 114
7.3. Bahoning turlari 115
7.4. Bahoga ta’sir qiluvchi omillar 118
7.5. Bahoni davlat tomonidan tartibga solinishi 118
7.6. Baho va inflyasiya 121
VIII BOB. TALAB VA TOVAR TAKLIFI 123
8.1. Iste’mol tovarlariga talab 123
8.1.1. Ehtiyoj tushunchasi, tarkibi, uni o‘rganishning ahamiyati 123
8.1.2. Talab tushunchasi, talabga ta’sir qiluvchi omillar, uni o‘rganish va prognozlash usullari 125
8.1.3. Aholining daromadlari va xarajatlari balansi 128
8.2. Iste’mol tovarlariga taklifning shakllanishi 133
8.2.1. Iste’mol tovarlari taklifi tushunchasi 133
8.2.2. Iste’mol tovarlari taklifining manbalari va tavsifi 134

8.2.3. Iste’mol tovarlari taklifini rejalashtirish 135
IX BOB. CHAKANA TOVAR AYLANISHI 138
9.1. Chakana tovar aylanishi tushunchasi va ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati 138
9.1.1. Chakana tovar aylanishi tushunchasi va uning tarkibi 138
9.1.2. Chakana tovar aylanishi tasnifi 141
9.1.3. Chakana tovar aylanishi ijtimoiy – iqtisodiy ahamiyati 141
9.1.4. Chakana tovar aylanishi ko‘satkichlari va ularni balans bog‘liqligi 147
9.2. Chakana tovar aylanishi tahlili 148
9.2.1. Chakana tovar aylanishini tahlil qilish vazifalari va usullari.... 148
9.2.2. Chakana tovar aylanishiga ta’sir qiluvchi omillar..... 150
9.2.3. Chakana tovar aylanishi umumiy hajmini tahlili 151
Chakana tovar aylanishiga ta’sir qiluvchi omillarni balans bog‘liqligi 157
9.2.4. Chakana tovar aylanishi tarkibini tahlili 157
9.3. Tovar zahiralari va tovarlarni kelishini tahlili..... 162
9.3.1. Tovar zahiralari tushunchasi, turlari va ko‘rsatkichlari..... 162
9.3.2. Tovar zaxiralari ko‘rsatkichlariga ta’sir qiluvchi omillar..... 169
9.3.3. Tovar zaxiralarining tahlili 170
9.3.4. Tovarlar kelishi tushunchasi, manbalari va ularning tahlili..... 177
9.4. Chakana tovar aylanishini prognozlash va rejalashtirish 179
9.4.1. Chakana tovar aylanishini uzoq muddatga prognozlash 179
9.4.2. Chakana tovar aylanishini joriy rejalashtirish (qisqa muddatga) 186
9.4.3. Chakana tovar aylanishini tarkibi (assortimenti) ni prognozlash va rejalashtirish..... 191
9.5. Tovar zaxiralari va tovarlar kelishini rejalashtirish..... 195
9.5.1. Tovar zahiralarini normallashtirish usullari 195
9.5.2. Tovar zahiralarini kvartallar bo‘yicha rejalashtirish 200
9.5.3. Tovarlar kelishini rejalashtirish 203
X BOB. ULGURJI TOVAR AYLANISHI 206
10.1 Bozor iqtidiyoti sharoitida ulgurji savdo uning zaruryati va ahamiyati..... 206
10.2. Ulgurji tovar aylanishining mazmuni va turlari 211
10.3 Ulgurji tovar aylanishini ko‘rsatkichlari 212
10.4. Ulgurji tovar aylanishi tahlilining maqsadi va bosqichlari..... 214
10.5. Ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarini rejalashtirish..... 217
XI BOB. SAVDODA MEHNAT RESURSLARI VA ISH HAQI. 224

11.1. Savdoda mehnat resurslari 224
11.1.1. Savdoda mehnatni ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati va ahamiyati. 224
11.1.2. Savdoda mehnat resurslarini shakllanishi va ko‘rsatkichlari.. 225
11.1.3. Savdoda mehnat resurslarini tahlili va rejalashtirish 228
11.2. Savdoda ish haqi 232
11.2.1. Ish haqi tushunchasi, mohiyati va ahamiyati 232
11.2.2. Ish haqini tashkil qilish qoidalari 240
11.2.3. Ish haqining shakllari, tizimi va hisoblash usullari 242
11.2.4. Ish haqi fondining tahlili 256
XII BOB. SAVDO KORXONALARINING DAROMADI 273
12.1. Savdo korxonalarining daromadlarining tabiati, mohiyati va turlari 273
12.2. Savdo korxonalari daromadlarining tahlili 278
12.3. Savdo korxonalarida daromadlarni rejalashtirish va prognozlash 281
XIII BOB. MUOMALA XARAJATLARI 283
13.1. Xarajatlar tushunchasi va muomala xarajatlarining moxiyati, tabiati va ko‘rsatkichlari 283
13.2. Muomala xarajatlarining tasnifi 289
13.3. Muomala xarajatlariga ta’sir qiluvchi omillar 292
13.4. Muomala xarajatlarini iqtisodiy taxlili 294
13.5. Muomala xarajatlarini rejalashtirish 307
XIV BOB. SAVDO KORXONALARI FOYDASI VA RENTABELLIGI 315
14.1. Foyda va rentabellikni moxiyati va axamiyati 315
14.2. Rentabellik ko‘rsatkichlari va ularga ta’sir qiluvchi omillar 318
14.3. Foyda va rentabellikning tahlili 320
14.4. Foyda va rentabellikni rejalashtirish va prognozlash 325
XV BOB. SAVDONING SAMARADORLIGI VA UNI OSHIRISH YO‘NALIShLARI 331
15.1. Savdo korxonalarining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligining mohiyati va uning ahamiyati 331
15.2. Savdoda samaradorlik, uning mezoni va ko‘rsatkichlari 337
15.3. Savdo korxonalari samaradorligiga ta’sir qiluvchi omillar 347
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI 351

B. A. ABDUKARIMOV

SAVDO IQTISODIYOTI

darslik

Muharrir: Z.N. Bobodustov
Musahhih: M.O. Mardiyeva
Texnik muharrir: D. Hamrayev

Darslik institut Kengashining 2023 - yil 30 - avgustdagi majlisda muhokama qilingan va nashrga tavsiya etilgan. (1-sonli majlis bayoni).

“STAP-SEL” MChJ nashriyoti, Samarqand - 2023

ISBN: 978-9910-9986-8-3

Tasdiqnona № 033337 (27.07.2022)
Nashrga ruxsat etildi: 19.10. 2023 y.
© “STAP-SEL” MChJ nashriyoti, Samarqand 2023 y.

6141

Qog‘oz bichimi A5, 60x84 1/16, Ofset qog‘ozi.
“Times New Roman” garniturasi.
Nashr bosma tabog`i 22.5
Buyurtma № 0076A/23. Adadi 100 nusxa

Samarqand iqtisodiyot va servis institutining matbaa bo`limida chop etildi.
LICENSE № 025316.
REESTR № X-119112.
Manzil: Samarqand shahar, Shoxrux ko`chasi 60-uy.