TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH ASOSLARI

Toshkent – 2014

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

S. SALAYEV, M. GULMANOV, D. SAIDOV,
J. ATAYEV, B. TADJIYEV

TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH ASOSLARI

O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi tomonidan oliy o‘quv yurtlarining iqtisodiy ta’lim yo‘nalishlari bo‘yicha tahsil olayotgan talabalar uchun o‘quv qo‘llanma sifatida tavsiya etilgan

«TAFAKKUR BO‘STONI»
TOSHKENT – 2014

UO'K: 334.722(075)
KBK 65.9(5O')09
S25

Mualliflar:

S. Salayev, M. Gulmanov, D. Saidov, J. Atayev, B. Tadjiyev.

Mas'ul muharrir: O'zbekiston Respublikasi FA akademigi **S.S. G'ulomov.**

Taqrizchilar: **T.D. Do'stjanov**, Al-Xorazmiy nomidagi Urganch davlat universiteti «Turizm» kafedrasi professori, iqtisod fanlari doktori;
A.S. Sadullayev, Al-Xorazmiy nomidagi Urganch davlat universiteti «Turizm» kafedrasi mudiri, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent;
B.K. G'oyibnazarov, O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi kadrlar malakasini oshirish va qayta tayyorlash markazi direktori, iqtisod fanlari doktori, professor.

S25 **Salayev S. va boshq.**

Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish asoslari: o'quv qo'llanma / S.Salayev, M.Gulmanov, D.Saidov, J.Atayev, B.Tadjiyev. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. T.: «Tafakkur Bo'stoni», 2014. –288 b.

KBK 65.9(5O')09

ISBN 978-9943-4239-7-8

Ushbu o'quv qo'llanma tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish, uni rejalashtirish va rivojlantirishning nazariy-uslubiy va amaliy muammolariga bag'ishlangan. Qo'llanmada yangi tadbirkorlik subyektlarini tashkil etish va noaniq bozor iqtisodiyoti sharoitida faoliyat ko'rsatayotgan tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirish rejalarini ishlab chiqish kabi masalalar ko'rib chiqilgan. Jumladan, tadbirkorlik faoliyatini boshlash, soha, tovar va xizmatlar turlarini tanlash, bozorni tadqiq etish, tadbirkorlik subyektini joylashtirish o'rnini va mezonlarini tanlash, ishlab chiqarishni va boshqarishni rejalashtirish, tadbirkorlik subyektining tashkiliy tuzilmasi, moliyaviy rejasi, tadbirkorlik subyektini texnik rivojlantirish, tashqi iqtisodiy faoliyatni rejelashtirish kabi muammolar bo'yicha nazariy ma'lumotlar bayon etilib, ilmiy-amaliy tavsiyalar, takliflar ishlab chiqilgan.

Ushbu qo'llanma iqtisodiyot va biznes yo'nalishlarida ta'lim olayotgan oliy o'quv yurtlarining bakalavrlari, magistrantlari, o'qituvchilari, barcha turdagi xo'jalik yurituvchi subyektlar rahbarlari, tadbirkorlik va biznes muammolari bilan qiziquvchi keng kitobxonlar ommasiga mo'ljallangan.

UO'K: 334.722(075)
KBK 65.9(5O')09

© S.Salayev, M.Gulmanov, D.Saidov, J.Atayev, B.Tadjiyev, 2014.
© «Tafakkur Bo'stoni», 2014.

ISBN 978-9943-4239-7-8

KIRISH

Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish hamda bozor islohotlarini yanada chuqurlashtirish sharoitida aholining umumiy bandligini ta'minlash, aholi daromadlarini oshirish hamda mamlakatni barqaror rivojlanishini ta'minlashda tadbirkorlik subyektlarining ahamiyati muhim hisoblanadi. Chunki tadbirkor o'z mablag'larini ishlab chiqarish sohasiga kiritar ekan, ayni paytda o'z daromadlarini oshirish bilan birga jamiyat boshqa a'zolarining ham ish va daromad bilan ta'minlanishiga moddiy negiz yaratadi.

Shu sababli mamlakatimiz va uning mintaqalarida demokratik bozor islohotlarini chuqurlashtirishning hozirgi sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik (KBXT)ni taraqqiy ettirish borasidagi hukumatimizning odilona iqtisodiy siyosati tufayli tadbirkorlik faoliyati va xususiy biznesni yanada rivojlantirish asosida aholi daromadlarini oshirish va turmush sharoitini yaxshilash, yangi ish o'rinlarini yaratish va mavjud ish joylarini saqlab qolish, innovatsiyalarga asoslangan kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish orqali egiluvchan, vaqtinchalik bandlik turlarini joriy etish, respublikamizda aholi turmush farovonligi va bandligini oshirish, xususiy mulk va tadbirkorlik huquqini himoya qilish borasidagi qonunchilik mustahkamlandi, kooperatsiya aloqalariga asoslangan minglab yangi kasanachilik ish o'rinlari yaratildi, moddiy-texnik resurslardan keng foydalanishga imkon beradigan barqaror bozor mexanizmi shakllandi. Shuningdek, milliy iqtisodiyotni modernizatsiya qilish, mintaqalar va iqtisodiyot tarmoqlarini kompleks rivojlantirish, KBXTga yanada qulay ishchan muhit yaratish, yanada kengroq erkinliklar berish, byurokratik to'siq va g'ovlarni bartaraf etish, sohaning eksport salohiyatini rivojlantirish orqali aholi daromadlari va turmush farovonligi, umumiy bandligini oshirish ishlari amalga oshirildi.

Mamlakatimizda olib borilayotgan islohotlar natijasida so'nggi o'n yilda YaIM tarkibida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi 31,1 foizdan 54,0 foizga, iqtisodiyot tarmoqlarida ish bilan band aholi umumiy sonidagi ulushi 49,7 foizdan 74,5 foizgacha oshdi. Jumladan, 2011-yilda mamlakatimizda yaratilgan 960 mingdan ortiq ish o'rinlarining 600 mingdan ortig'i yoki 64,0 foizi KBXT va fermer xo'jaliklariga, 210 mingdan ortig'i kasanachilik sohasiga to'g'ri keladi. Shuningdek, aholining daromadlari tarkibida tadbirkorlik faoliyatidan olinayotgan daromad ulushi 47 foizni tashkil etmoqda[1].

---

[1] O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning 2011 yilning asosiy yakunlari va 2012 yilda O'zbekistonni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi "2012 yil vatanimiz taraqqiyotini yangi bosqichga ko'taradigan yil bo'ladi" mavzusidagi ma'ruzasi. // "O'zbekiston ovozi", 2012-yil 21-yanvar.

47359

Darhaqiqat, muhtaram Prezidentimiz Islom Karimov O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 18-yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mamlakatimiz ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotidagi roliga alohida to'xtalar ekanlar, davlatimiz va jamiyatimizning, mulk shaklidan qat'i nazar, yurtimizdagi ishlab chiqarish korxonalari, tashkilot yoki muassasalar bo'ladimi, yuridik yoki jismoniy shaxslar, homiylar va xayriya jamg'armalari bo'ladimi – bularni barchasining kuch-imkoniyat va mablag'larini aniq bir maqsad va ezgu niyatlarni amalga oshirish uchun safarbar etish, bir yoqadan bosh chiqarib mavjud muammolarni yechish, bu yo'ldagi to'siqlarni bartaraf qilishda nihoyatda katta ahamiyat kasb etuvchi kuch bo'lgan hamda bugungi kunda mamlakatimizning iqtisodiy-ijtimoiy taraqqiyotini yangi, yanada yuksak bosqichga ko'tarish maqsadida kirib kelayotgan 2011-yilni mamlakatimizda "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili" deb e'lon qilishni taklif etdilar[2].

Haqiqatan ham, 2011 yilni "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili" deb nomlanishining asosiy sabablari sifatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik (KBXT) davlat va jamiyatimiz rivojida alohida o'rin egallaganligi, KBXTni rivojlantirmasdan turib iqtisodiyotimizning kelajagini ta'minlay olmasligimiz, ichki bozorimizni raqobatbardosh va sifatli mahsulotlar bilan to'ldirishda, aholini ish bilan ta'minlash va shu asnoda ularning munosib daromad topishi hamda turmush farovonligining oshirib borishida eng asosiy omillardan biri hisoblanishi, jamiyatimiz va mamlakatimiz ijtimoiy-siyosiy tayanchi va poydevori bo'lgan o'rta sinfning shakllanishi va rivojlanishini ta'minlashi, jamiyatimizdagi ijtimoiy va siyosiy barqarorlikning kafolati va tayanchiga va yurtimizni taraqqiyot yo'lidan faol harakatlantiradigan kuchga aylanib borayotganligini sanab o'tishimiz mumkin.

Shuningdek, o'lkamizning o'ziga xosligi, xalqimizning mentaliteti, urf-odat va an'analari, mehnatga bo'lgan munosabati, mustaqillik yillari mobaynida mamlakatimizda amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning pirovard natijasi oilalar farovonligini ta'minlashga qaratilganligi, oilalarning moddiy asoslari va moliyaviy imkoniyatlarini rivojlantirishga keng yo'l ochib berilganligi, yashash sharoitlarining yaxshilanishi kabi omillar endilikda biznesni oila a'zolari doirasida tashkil etish uchun qulay zamin yaratmoqda, desak mubolag'a bo'lmaydi.

---

[2] O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 18-yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi "Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo'lini izchil davom ettirish – taraqqiyotimizning muhim omilidir" mavzusidagi ma'ruzasi. // "Xalq so'zi", 2010-yil, 7-dekabr.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.Karimov O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010-yil 12-noyabrdagi qo‘shma majlisidagi “Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi” mavzusidagi ma’ruzalarida: “Bugungi kunda kichik biznes va tadbirkorlikni kengaytirish uchun biznesning yangi tashkiliy-huquqiy shakli sifatida oilaviy biznesni qonuniy belgilab qo‘yish vaqti keldi. Mamlakatimizda biznesni tashkil qilishning ushbu shakli biznesni yuritishda yuzaga kelgan milliy an’analarimizga, xo‘jalik yuritish faoliyatining mavjud holatiga to‘la mos keladi. Ishonchim komilki, bunday biznesni tashkil qilishning qonunchilik bazasi yaratilsa, oilaviy biznesning huquqiy kafolatlarini kuchaytirish, iqtisodiyotning turli sohalarida uning jadal va keng rivojlanishi va yangi ish o‘rinlarining ochilishiga sharoit tug‘iladi”[3], deb ta’kidlab o‘tdilar.

Darhaqiqat, “Kadrlar tayyorlash Milliy dasturi” va “Ta’lim to‘g‘risida”gi Qonun talablaridan kelib chiqqan holda hukumatimiz tomonidan malakali raqobatbardosh kadrlar tayyorlashga katta e’tibor qaratilayotgan bugungi sharoitda alohida olingan bir shaxs, oila darajasidan tortib to yirik bir mintaqa yoki mamlakat darajasida tadbirkorlik faoliyati va biznes bilan shug‘ullanish har bir mamlakat fuqarosidan, ayniqsa yoshlardan tadbirkorlik faoliyati va biznesni tashkil etish, tadbirkorlik g‘oyalari asosida biznesni rejalashtirish bo‘yicha chuqur zamonaviy bilimlarga ega bo‘lishni talab qiladi.

Qo‘lingizdagi mazkur o‘quv qo‘llanmani tayyorlashdan asosiy maqsad ham iqtisodiyot va biznes yo‘nalishida kadrlar tayyorlaydigan kasb-hunar kollejlari va oliy ta’lim muassasalarida tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish bo‘yicha o‘quvchi hamda talaba yoshlarning, bu borada tadqiqotchi hamda izlanuvchilarning malakasini oshirish, nazariy bilimlarini boyitish hamda ularni raqobatbardoshligini ta’minlashdan iborat.

Shuningdek, ushbu o‘quv qo‘llanmaning asosiy vazifasi, o‘quvchilarga bozor munosabatlari sharoitida tadbirkorlikning ahamiyati, tadbirkorlik faoliyati, tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish, tadbirkorlikning huquqiy shakllari va tadbirkorlikni tashkil qilish bo‘yicha kadrlarning nazariy bilimlarini oshirishdan iborat.

---

[3] O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010-yil 12-noyabrdagi qo‘shma majlisidagi “Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi” mavzusidagi ma’ruzasini o‘rganish bo‘yicha o‘quv-uslubiy majmua. – T., 2010 –120-b.

Qo‘llanma kirish qismi, o‘n uchta bob hamda foydalanilgan adabiyotlar, ilovalar qismidan tashkil topgan bo‘lib, mazkur yo‘nalish bo‘yicha mavjud adabiyotlarning qiyosiy tahlili natijalaridan kelib chiqqan holda ushbu o‘quv qo‘llanmada tadbirkorlik faoliyati bilan bog‘liq barcha mavzular va muammolarni to‘laroq ochib berishga harakat qilingan.

Ushbu qo‘llanma iqtisodiyot va biznes yo‘nalishlarida ta’lim olayotgan oliy o‘quv yurtlarining bakalavrlari, magistrantlari, o‘qituvchilari, barcha turdagi xo‘jalik yurituvchi subyektlar rahbarlari, tadbirkorlik va biznes muammolari bilan qiziquvchi keng kitobxonlar ommasiga mo‘ljallangan.

I BOB. BOZOR IQTISODIYOTI SHAROITIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI

1.1. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va mohiyati

Tadbirkorlik faoliyatini muvaffaqiyatli amalga oshirishning asosiy omillaridan biri – bu tadbirkorlik subyekti (korxona, tashkilot, firma) ichki rejalarining mukammalligi, sifat darajasi hisoblanadi. U o'z ichiga istiqboldagi maqsadlarni aniqlash va ularga erishish yo'llari hamda resurs ta'minotini oladi.

Barcha ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlardagi kabi tadbirkorlik faoliyatida ham har bir tadbirkor uchta masalani hal qilishi kerak.

1. Qanday tovar va xizmatlar ishlab chiqarish kerak?

2. Bu tovar va xizmatlarni qayerda hamda qaysi texnologiya orqali ishlab chiqarish kerak?

3. Bu tovar va xizmatlarni kim uchun ishlab chiqarish kerak?

Muayyan tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish uchun tartibsiz, rejalashtirilmagan xatti-harakatlar emas, balki g'oyani amalga oshirish maqsadlari, vositalari va yo'llarining mumkin bo'lgan barcha muqobil variantlarini taqqoslash imkonini beradigan yaxlit tizimga tushirilgan tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish jarayoni zarur bo'ladi (1.1.1-chizmaga qarang).

O'zbekiston Respublikasining fuqarolik kodeksiga muvofiq, tadbirkorlik faoliyati bu yakka ish yuritish va tavakkalchilikka asoslangan, mulkdan foydalanish, foyda olish omilidir.

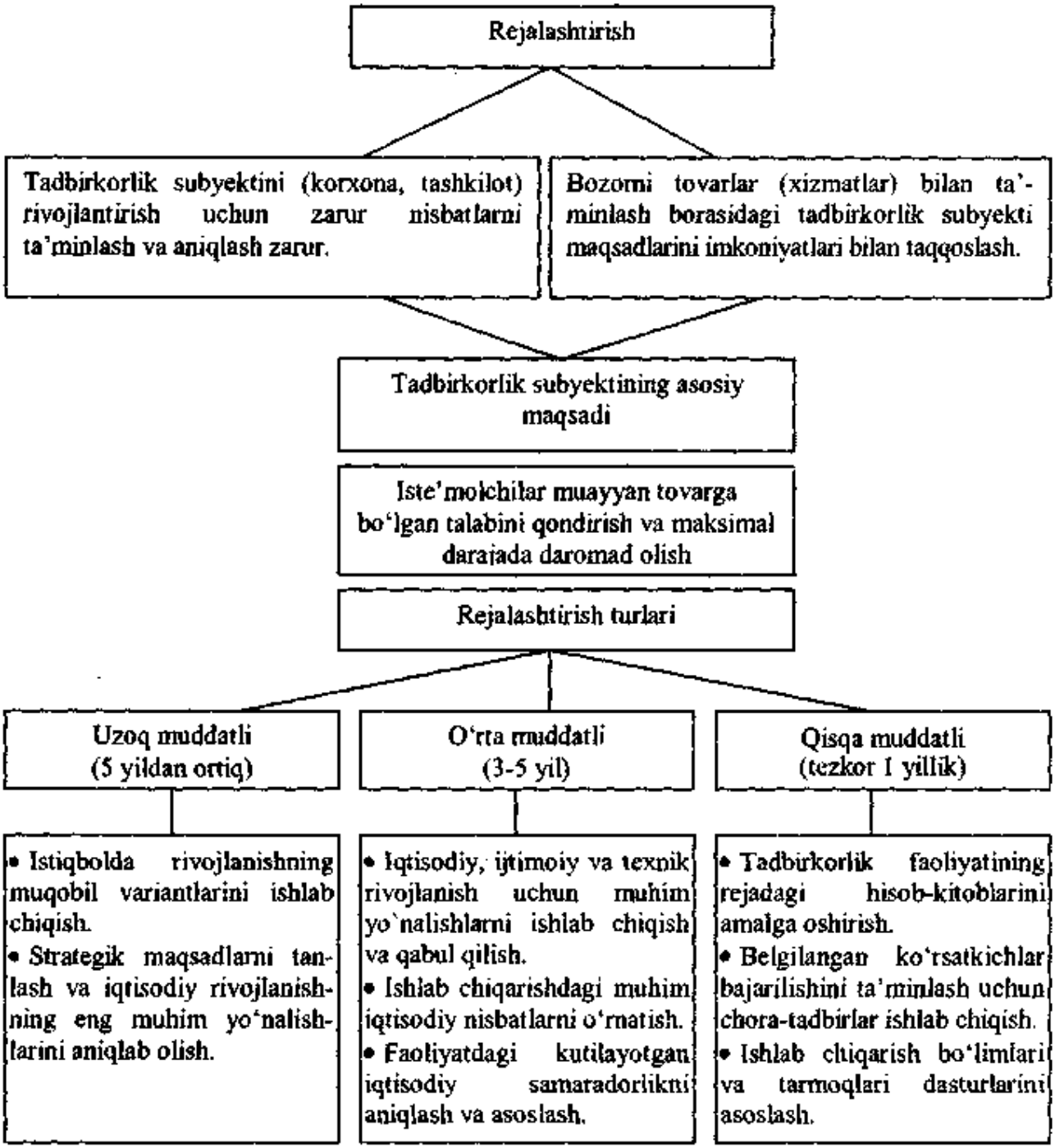
Turli xil ta'riflar ichidan ushbu qo'llanmada quyidagilarni keltirib o'tamiz.

Tadbirkorlik – bu amaldagi qonunlar doirasida kishilarning foyda olishga qaratilgan tashabbuskorlik bilan xo'jalik faoliyatini yuritishiga asoslangan sohibkorlik faoliyatidir.

Reja – oldinga qo'yilgan maqsad va vazifalarga erishishga qaratilgan kelajak modeli yoki chora-tadbirlar tizimidir.

Korxona rejasi – oldiga qo'yilgan maqsadlarni amalga oshirishni, resurslarning o'zaro nisbati, balansi, hajmi, uslubi, u yoki bu mahsulotni ishlab chiqarish, sotish va xizmat ko'rsatishning izchilligini, ishlab chiqarishni bajarish muddatini belgilovchi oldindan ishlab chiqilgan tadbirlar tizimi hisoblanadi.

Tadbirkorlik tizimida rejalashtirish



1.1.1-chizma.

Rejalashtirish – bu tadbirkorlik subyektini tashkil etish, rivojlantirish va faoliyat ko'rsatishi uchun ishlab chiqilgan reja va uning amalga oshirilishini nazorat qilishdir.

Umuman olganda, **rejalashtirish** – bu oldinda turgan harakatlarni asoslash bo'yicha ma'lumotlarni qayta ishlash jarayoni va maqsadlarga erishishning eng samarali usullarini tanlashdir.

Biznes reja – korxona faoliyatining asosiy yo'nalishlarini o'rganish natijasini ifodalovchi hujjat; bu tashkil qilinayotgan yoki qayta jihozlanayotgan firma ishining tavsifi; bu tadbirkorga o'z ishini tashkil qilish uchun zarur ish quroli.

Biznes reja oddiy rejadan farqli o'laroq, muayyan bozorda biror-bir xo'jalik yurituvchi subyekt (XYS)ning tarmoq bo'yicha rivojlanishi rejasini aks ettiradi. XYS bir vaqtning o'zida bir necha biznes rejaga ega bo'lishi mumkin (1-ilova).

Biznes rejalar biznes hajmiga qarab turlicha bo'lishi mumkin. Masalan, kichik biznesda biznes reja va korxona rejasi tarkibi va hajmiga qarab bir xil bo'lishi mumkin. Shuningdek, biron loyihani amalga oshirish yoki biron texnologiyani joriy etishda ayrim hollarda texnik-iqtisodiy asosnoma ishlab chiqish talab qilinadi.

Texnik-iqtisodiy asoslash (TIA) – bu tadbirkorlik loyihasini amalga oshirish va loyiha bo'yicha yakuniy qaror qabul qilishning eng muhim investitsiyalash bosqichlaridan biri hisoblanadi.

Tor doirada TIA – bu boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun maqsad qilingan vazifalarni, majburiyatlarni amalga oshirish imkoniyatiga qarab zaxiralar va iqtisodiy natijalarni natura hamda qiymat ko'rsatkichlarida asoslash hisoblanadi.

Maqsadlar, shartlar va ish hajmiga qarab TIA mustaqil hujjat sifatida biznes reja ishlab chiqish uchun asos bo'lishi yoki biznes rejaga bir bo'lim qilib kiritilishi mumkin.

Loyiha – bu kutilayotgan texnik, texnologik va tashkiliy-iqtisodiy maqsadlarga erishish uchun zarur g'oya va uni amalga oshirish uchun zarur vositalarning ifodasi hisoblanadi. Loyiha, shuningdek, ma'lum harakatlarni amalga oshirish uchun zarur tashkiliy-huquqiy va moliyaviy hisob-kitob hujjatlari yig'indisi deb ham tushuniladi.

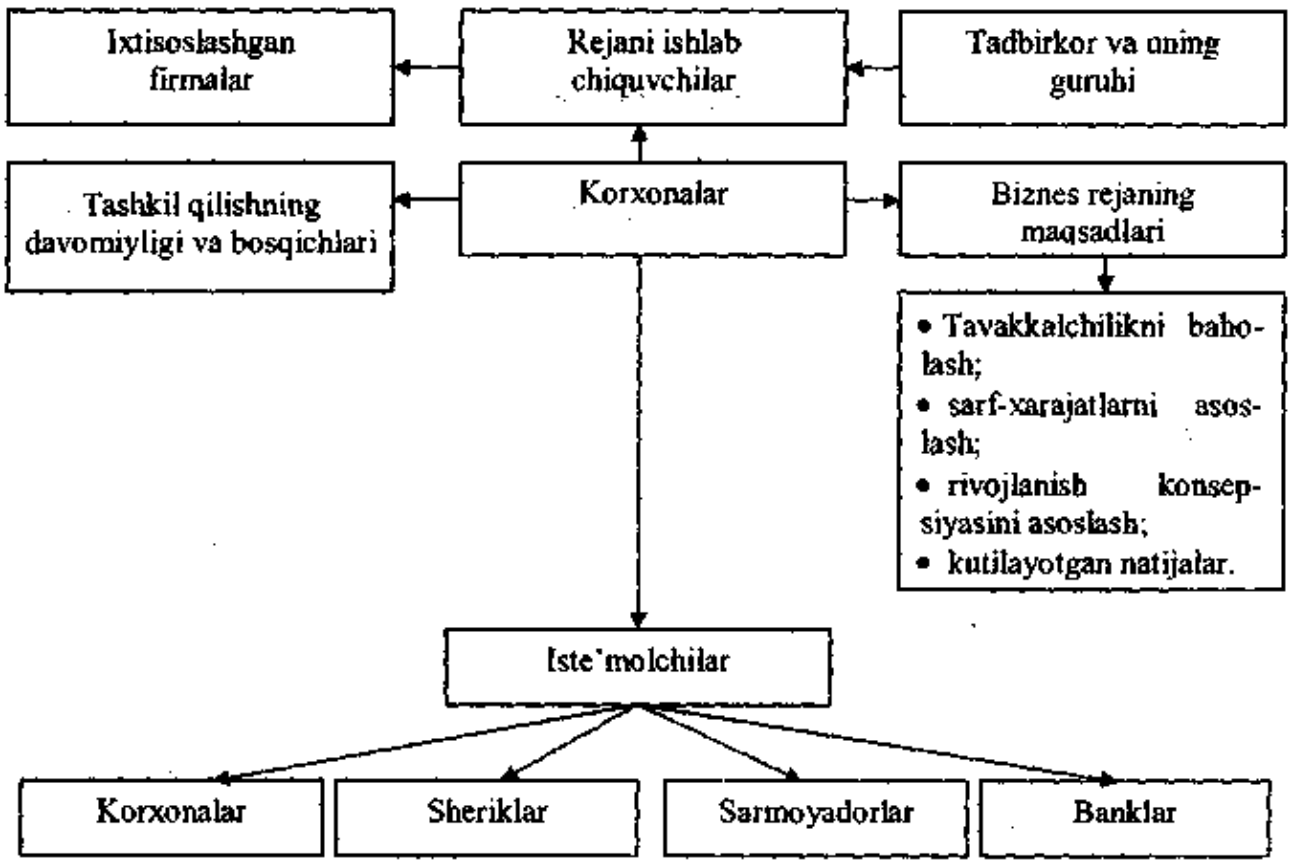
Investitsiya loyihasi – bu ijtimoiy samaraga erishish yoki daromad olish uchun yangi tovar (xizmat)ni ishlab chiqarishni tashkil etish yoki mavjud ishlab chiqarishni modernizatsiya qilishga yo'naltirilgan kompleks chora-tadbirlar yig'indisidir.

Biz ushbu qo'llanmada zarurlik darajasiga qarab reja, biznes reja, tadbirkorlik loyihasi, TIA kabi atamalarni uyg'unlashgan holda ishlatdik.

Tadbirkorlik loyihasi – daromad olish maqsadida ishlab chiqarish yoki tadbirkorlikning turli sohalarida xizmatlar ko'rsatish bo'yicha ishlab chiqarishni tashkil etishga yo'naltirilgan loyiha tushuniladi.

Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish asosida shu loyihani amalga oshirish imkoniyatlarini aniqlash yotadi (1.1.2-chizmaga qarang).

Tadbirkorlik rejasining mohiyati va maqsadlari



1.1.2-chizma.

Biroq tadbirkorlik faoliyati iqtisodiyotning qanday sohasida bo'lmasin, tavakkalchilik bilan bog'liq. Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishga ko'pgina omillar qarshi ta'sir ko'rsatadi. Bunda ayrim omillar tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirishning istiqbolliligini ko'rsatsa, ba'zilar uni amalga oshirish mumkin emasligini yoki katta tavakkalchilik bilan bog'liqligini ifodalaydi.

Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirishga ta'sir etuvchi omillarning o'zgaruvchanligi, noaniqligi ushbu ishni yanada murakkablashtiradi. Ularning tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishga ta'sir darajalarini sinchkovlik bilan tahlil qilish har bir tadbirkorning asosiy vazifasi hisoblanadi. Tadbirkorlarning tajribasi, biznesdagi zafarlari va mag'lubiyatlari, ayrim tadbirkorlarning kasod bo'lishi yoki gullab-yashnashi sabablarini, jahon amaliyoti va iqtisodiy jarayonlar bilan umumlashtirib o'rganish bugungi kunda tadbirkorlik loyihasini amalga oshrish bilan bog'liq tavakkalchilikni oldindan aniqlash yoki uni sezilarli darajada kamaytirishga imkon beradigan, ishning muvaffaqiyatliligini ta'minlaydigan butun bir chora-tadbirlar kompleksini ishlab chiqishga olib keladi.

Bunday samarali vositalardan biri taxminiy narxlarni aniqlash, texnik-iqtisodiy izlanishlar olib borish va biznes rejalar ishlab chiqishdir. Loyihaning hayotga tatbiq qilish mumkinligini aniqlash, uning tadbirkor uchun foydalilik darajasini hamda loyihaning bozordagi va moliyaviy samaradorligini baholash biznes rejaning asosi hisoblanadi.

Biznes reja yaratishda foydalaniladigan uslub izlanish obyekti, tadqiqotchilar malakasi va mahorati, tadqiq qilish uchun qo'yilgan vazifaning xarakteriga qarab turli xil bo'ladi. Har bir reja ishlab chiquvchi yoki TIAni amalga oshiruvchi o'z fikriga asosan tadbirkorlik loyihasi to'g'risida batafsil ma'lumot beradigan mavjud adekvat uslubni tanlaydi yoki o'z uslubini ishlab chiqadi. Shuning uchun ham barcha mamlakatlar, hududlar, sohalar, korxonalar uchun umumiy qo'llash mumkin bo'lgan universal uslub yo'q. Boshqa tomondan esa, biznes reja ishlab chiqishning barcha uslublari aynan bir xil tushunchalar, ma'lumotlar bazalari, mezonlar bilan ish ko'radi, natijada ularni o'ziga xos xususiyatlarini e'tiborga olgan holda biznesning istalgan bir sohasida qo'llanadigan qilib yagona universal uslubga jamlash mumkin.

Real amaliyotda muayyan tadbirkorlik loyihasini texnik-iqtisodiy asoslash bir necha bosqichda amalga oshiriladi.

1) Eng avvalo, tadbirkorlik faoliyatining imkoniyatlari va sharoitlarini aniqlash bo'yicha tadqiqotlar o'tkaziladi va bu tadqiqotlar mobaynida shu mintaqa yoki mamlakat uchun investitsiyalarni joylashtirishning eng samarali yo'nalishlari aniqlanadi. Bunday tadqiqotlar hukumat organlari yoki yirik tadbirkorlik tuzilmalari tomonidan amalga oshiriladi. Bunday tadqiqotlar natijalari iqtisodiyotning rivojlanishi uchun birlamchi, ahamiyatga ega bo'lgan iqtisodiyot sohalarini yoki mamlakatning yirik mintaqalarini o'zlashtirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqishda namoyon bo'ladi.

2) Kapitallarni investitsiya qilish imkoniyatlari va investitsion loyihalar samaradorligi bir qator omillarni tahlil qilish tufayli ta'minlanadi. Bunday omillar jumlasiga tabiiy resurslarni, qishloq xo'jaligining mavjud tuzilmasini, u yoki bu tovarlar guruhiga talabni, import qilinayotgan tovarlar assortimentini, mamlakatdagi umumiy investitsion iqlimni huquqiy tomondan o'rganish, sanoat siyosatini, eksport imkoniyatlarini o'rganish kabilar kiradi. Umumiy imkoniyatlarni tadqiq etishni, kapital qo'yish imkoniyatlarini, istiqbolli bo'lgan bozorlarni, iqtisodiyot sohalari va tarmoqlarni o'rganishni ham qamrab oladi. Yuqoridagi ma'lumotlarga ega bo'lgan holdagina muayyan investitsion loyihani amalga oshirishga qiziqayotgan investorlarga loyihani amalga oshirish imkoniyatlari to'g'risida biror bir fikr bildirish mumkin. Muayyan loyihani amalga oshirish imkoniyatlarini tadqiq etish umumiy shart-sharoitlardan tashqari, ishlab chiqarish sharoitlari va muayyan mahsulotni sotish tahlilini ham nazarda tutadi.

3) Muayyan tadqiqot g'oyasini TIAning maqsadi loyihani amalga oshirishda mavjud muqobil variantlar ichidan eng optimalini tanlash va qabul qilishdir. Investitsiyalash bo'yicha yakuniy baholash, qaror qabul qilish bir qator tadqiqotlarni o'z ichiga oladi: investitsion imkoniyatlarni aniqlash, loyihani TIA, investitsiyalash bo'yicha yakuniy baho va qaror qabul qilish.

4) Investitsiya loyihasi haqidagi barcha ma'lumotlar, loyihaning amalga oshirish imkoniyatlari, rentabelligi, tadbirkorlik rejasida ifoda-

lanadi va tadbirkorlik loyihasini to'liq analitik, texnik, yakuniy ma'lumotlarini ifodalovchi asosiy hujjat hisoblanadi.

5) Yanada kengroq ma'noda TIA bu – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish uchun har qanday loyihalarni ishlab chiqishda yoki tovar (xizmat)-larni sotishni tubdan o'zgartirishda zarur hisoblanadi. O'z faoliyat strategiyasiga hamda boshqarishni tashkil etishga ma'lum bir o'zgartirishlar kiritishni, texnologiyalarni yangilashni, mahsulot sifatini yaxshilashni, mijozlar bilan munosabatlarni o'zgartirishni, yangi bozorlarga chiqishni mo'ljallayotgan mashhur kompaniya yoki firma ham yuqoridagi omillardan kutilayotgan natijalar to'g'risida aniq tasavvurga ega bo'lishi lozim.

Demak, TIA nafaqat yangi ish boshlayotgan tadbirkorlar uchun, balki bozorda o'z o'rnini mustahkam egallagan korxonalar, u yoki bu g'oyalar mualliflari uchun ham zarur.

Ishlab chiqarishga yangi mahsulotni joriy etish yoki yangi turdagi xizmatlar ko'rsatishni joriy qilish, mehnatni tashkil qilish bo'yicha yangi uslubni qo'llash yoki avvaldan ishlab chiqarilayotgan mahsulotga yangi texnologiyalarni qo'llash ham tadbirkorlik rejasini ishlab chiqishni taqozo etadi. Shu sababli, ko'pincha, katta xarajatlar qilib, oxir oqibatda kasod bo'lgandan ko'ra, shubhali g'oyalardan voz kechish samarali hisoblanadi. TIA tadbirkor faoliyatining ssenariysi sifatida tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishning qanchalik maqsadga muvofiqligini ko'rsatadi. Natijada yangi ish boshlayotgan tadbirkor puli, vaqti va mehnatini iqtisod qilgani holda, nisbatan optimalroq qaror qabul qiladi. Yuqorida ta'kidlaganimizdek, har qanday faoliyatdagi kabi tadbirkorlik faoliyatida rejalashtirishdan "ko'z yumish" samarasiz boshqaruv qarorlarini qabul qilishga va tadbirkorlik loyihasining norentabelligiga olib keladi.

Tadbirkorlik loyihasining rejasi eng avvalo, korxona (firma) rivojlanish strategiyasini aniqlovchi ishchi hujjat sifatida tadbirkorning o'ziga zarur bo'ladi. Sababi, uning yordamida tadbirkor o'z biznes maqsadlarini tartibga soladi, muvofiqlashtiradi, ustuvor vazifalarni va ularni yechishning ratsional yo'llarini aniqlab oladi.

Tadbirkor ushbu hujjat yordamida kutilayotgan natijalarni baholaydi, ularga erishish strategiyasini aniqlaydi, tadbirkorlik tavakkalchiligining

hajmi va xarakterini o‘z vaqtida to‘g‘ri baholaydi. Bundan tashqari, reja kutilayotgan natijalarga erishishni ta’minlovchi xarajatlar me’yorini kamaytirishga ham imkon beradi. Natijaviy hisobda biznes reja korxona yoki firmaning rivojlanish imkoniyatlarini va uning bozordagi egallagan holatini ifodalaydi.

Ko‘pchilik yangi ish boshlagan respublikamiz tadbirkorlari ham ichki firma ishida rejalashtirishga ahamiyat berishmaydi, TIAni esa umuman esdan chiqarishadi.

Shunday bo‘lsada, ular o‘zlarining tajribasi va sezgilariga, ishbilarmonlik doirasidagi norasmiy aloqalariga tayanadilar.

Ammo oldinda ularning ko‘pchiligini halokat kutadi, chunki haqiqatda bozordagi holat ular kutganidek bo‘lmasligi mumkin.

Tadbirkorlik loyihasining rejasini tuzish – firma rivojlanish strategiyasini ifodalovchi hujjat bo‘lishi bilan birga, u eng avvalo, tadbirkorga o‘z biznesini bir maromda olib borish, maqsadlarini belgilab olish, shu bilan birga birinchi navbatda bajarilishi kerak bo‘lgan masalalarni aniqlash va ularni yechishga yordam beradi.

Tadbirkor bu hujjat orqali kutilayotgan natijalarni, o‘z biznesining kuchli va zaif tomonlarini baholashi, ularga erishish strategiyasini belgilashi, o‘z vaqtida mumkin bo‘lgan tadbirkorlik xavf-xatarlarini aniqlashi mumkin. Shu sababli, odatda, yirik firmalar o‘z xodimlari tarkibidan mutaxassislar va ekspertlar guruhini shakllantirgani holda, tashqaridan mustaqil maslahatchilarni ham jalb qilishadi. Biznes rejani ishlab chiqishda korxona (firma) rahbari bevosita ishtirok etishi lozim, chunki aynan shu biznes rejani tashqi iste’molchilarga, potentsial sarmoyadorlarga kredit olish yoki qo‘llab-quvvatlashlari uchun taqdim etadi. U biznes rejani ishlab chiqishda bevosita rahbarlik qilish, ustivor vazifalarni ko‘rsatib berish, asosiy bo‘limlarni shakllantirish, uni umumiy nazorat qilishda namoyon bo‘ladi.

Shu bilan birga reja xarajatlari darajasi va bu xarajatlarni qoplash uchun zarur bo‘lgan narxni aniqlashga yordam beradi.

Demak, korxonaning barcha ishlab chiqarish va sotish sharoitlari to‘plamini ifodalovchi bu hujjat, nafaqat tadbirkor uchun, balki butun bir

boshqaruv xodimlari uchun ham zarur. U, **birinchidan,** korxona rahbarlariga firma ishini to'g'ri tashkil qilishga, belgilangan tadbirlarni to'g'ri amalga oshirishga yordam beradi va ishonchni orttiradi.

Ikkinchidan, biznes reja korxonaning nafaqat ichki, balki tashqi rivojlanish istiqbollarini ifodalar ekan, u aksionerlar va firmaning boshqa hamkor sheriklari ham ma'qullaydigan zarur qarorlar qabul qilishida muhim rol o'ynaydi.

Chunki aynan TIA negizida foydani taqsimlash, dividendlar to'lash, ishlab chiqarishning tashkiliy tuzilmasini takomillashtirish, sheriklar bilan o'zaro aloqalar xarakterini o'zgartirish kabi korxona uchun hayotiy muhim masalalar yechiladi.

Uchinchidan, bunday reja korxona xodimlari uchun ham muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki biznes reja asosida olib borilgan ishlarning muvaffaqiyatini ta'minlashda xodimlarning roli ahamiyatli hisoblanadi.

Tadbirkorlik faoliyati rivoji banklar, yetkazib beruvchilar, sarmoyadorlar kabi bir qator tashkilotlar bilan aloqa qilishga ham bog'liq. Bu tashkilotlarning hammasi, sizning "ishonchli" firma ekanligingizga, bozordagi o'rningiz mustahkam ekanligiga ishonishlari kerak. Boshqacha so'z bilan aytganda, tadbirkorlik rejasi turli toifadagi tashqi iste'molchilar, ayniqsa, shu loyihaga pul to'lovchi investorlar uchun ham asosiy hujjat hisoblanadi. Holbuki, ular bu rejaga uning puxta ishlanganligiga tanqidiy ko'z bilan qarashadi.

Tadbirkorlik rejasining asosiy vazifalari sotuvni, bozor imkoniyatlari, istiqbollari va hajmini o'rganish, ushbu biznesga xalaqit qilayotgan "suvosti toshlari"ni aniqlash, ish samaradorligiga salbiy ta'sir qiladigan tavakkalchilik ko'rsatkichlarini aniqlashdan iborat.

Bulardan tashqari, biznes reja quyidagi bir qator muhim masalalarni yechishga yordam beradi:

- firmaning rivojlanish yo'nalishlarini iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiqligini asoslash (strategiya, konsepsiya, loyihalar);
- kutilayotgan moliyaviy natijalarni, birinchi navbatda savdo, daromad, kapitaldan foydani hisoblash;

• korxona tanlagan strategiyaning moliyaviy manbalarini, ya'ni pul resurslarini jalb qilish usullarini aniqlash.

Shunday qilib TIAning qiymati uning:

• raqobatchilik sharoitida korxonaning kelajagini aniqlashga imkon berishida;

• sarmoyadorlardan moliyaviy mablag' olish uchun asosiy qurol bo'lib xizmat qilishida;

• tadbirkor faoliyatining har bir bosqichida bajaradigan ishlarini belgilab berishida namoyon bo'ladi.

TIAni ishlab chiqishda turli xil sohalardagi xodimlar ishtirok qiladi. Tadbirkorlik loyihasi masshtabiga qarab, TIAni korxona xodimlari yoki shu ish bilan shug'ullanuvchi maxsus firmalar ishlab chiqishadi.

Unchalik yirik bo'lmagan loyihani tadbirkorning o'zi ham iqtisodchi mutaxassisni yollagan holda ishlab chiqishi mumkin.

Ammo yirik loyihalarni ishlab chiqishda, amalga oshirishda, odatda, o'sha loyiha tarmog'i bo'yicha iqtisodchi, muhandis yoki texnolog, mexanik, zarur bo'lganda esa quruvchi-muhandislar ishtirok etishadi.

Ekspertlar sifatida esa iqtisodchilar, huquqshunoslar va boshqa soha mutaxassislari jalb qilinishi mumkin. Chunki tadbirkor har doim ham muhim texnologik muammolarni yecha olmaydi.

O'z navbatida muhandis ham loyihaning bozordagi istiqbollarini va bozor talabini baholashni, biznes rejaning moliyaviy ko'rsatkichlari o'rtasidagi bog'lanishlarni tez va malakali baholay olmaydi.

Tadbirkorlik rejasi doimiy harakatdagi hujjat bo'lib, muayyan sharoitlarni e'tiborga olgan holda, uni amalga oshirish davomida unga tuzatishlar kiritib boriladi. Biznes reja muddatlari shu loyihani to'liq amalga oshirish muddatlari bilan bog'liqdir. Ular odatda yarim yilga, 1 yilga, 3-5 yilga va undan ko'proq muddatga tuziladi. Loyihani amalga oshirishning 1-yilida biznes rejalar odatda oylarga yoki choraklarga ajratib tuziladi (ilovaga qarang).

Tadbirkorlik loyihasining murakkabligi, tadqiqot, TIAning tuzilishi va hajmi tashkil qilinayotgan korxona yoki amalga oshirilayotgan loyiha hajmiga va iqtisodiyotning qaysi tarmog'ida biznes amalga oshirilayotganiga bog'liq.

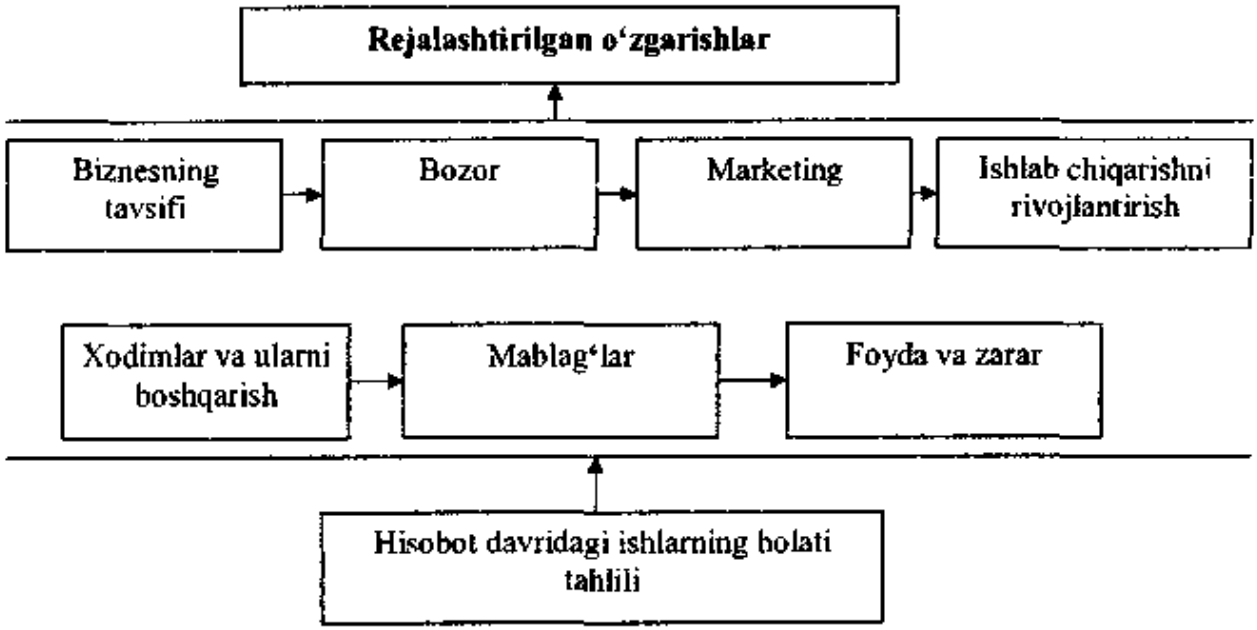
Har qanday tadbirkorlik loyihasi g'oyadan boshlanadi va tayyor mahsulot ishlab chiqarguncha bir-biri bilan bog'liq bir necha bosqichlarni bosib o'tadi. Uni amalga oshirish davomida 3 ta davr ajratib ko'rsatiladi: investitsiya oldi, investitsiya qo'yish va ishlab chiqarish.

Yirik bo'lmagan korxonalar, kichik biznes subyektlari uchun oddiyroq, ya'ni 2 qismdan iborat rejalar ishlatiladi (1.1.3-chizma).

Bu reja loyihaning qisqacha tavsifi (rezyume) va nisbatan batafsilroq hisob-kitoblarni o'z ichiga oluvchi asosiy qismdan tashkil topadi.

Rezyume tadbirkor sherikchilik qilishni taklif qilayotganda yoki kredit so'rab murojaat qilayotganda tashqi foydalanuvchilar uchun taqdim qilinadi (ilovaga qarang).

Kichik biznes subyektlari uchun tadbirkorlik rejasining tuzilishi



1.1.3-chizma.

Rezyume odatda firmaning qisqacha taqdimoti tavsifi bo'lib, g'oyaning mazmunini, boshqa shu turdagi g'oyalardan farqini, bozor imkoniyatlarining moliyaviy ko'rsatkichlarini o'z ichiga oladi.

Reja odatda tovar, bozor, marketing va ishlab chiqarish strategiyasi, menejment va ishchi xodimlar, moliyaviy natijalar, tadbirkorlik loyihasining amalga oshirilish davri, kreditlarni qaytarish muddatlari haqidagi ma'lumotlarni ham o'z ichiga oladi.

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI
AXBOROT RESURS MARKAZI
№ 47359

Kichik biznesda faoliyat yurituvchi korxonalarning biznes rejasi hisob-kitob hujjatlari bilan birga A4 o'lchamdagi 50 sahifadan oshmaydi, ba'zida esa undan ham kamroq bo'ladi. Yirik loyihalar juda keng miqyosdagi tadqiqotlarni talab etadi va hajmi ham katta bo'ladi.

1.1.3-chizmada ko'rsatilganidek, biznes rejaning asosiy g'oyasi o'tgan davr mobaynidagi korxona ishlari holatini tahlil qilish va shu asosda firmaning kamchiliklari, uning bozordagi o'rni, zaif tomonlari, raqobatbardoshligi, baho darajasi, mahsulot ishlab chiqarish va sotishdagi xarajatlari, korxona menejmenti va marketingi holati hamda moliyaviy ko'rsatkichlarini aniqlashdan iborat. Bu tahlil natijasi aniqlangan kamchiliklarni bartaraf qilish bo'yicha tadbirlar tizimini ishlab chiqish va korxonaning tijorat faoliyatiga zarur o'zgarishlar kiritishdan iborat bo'lishi zarur.

1.2. Korxonaning strategiyasi va maqsadlarini ishlab chiqish

Yangi korxona tashkil qilishda yoki mavjud ishlayotgan korxonaga tub o'zgarishlar kiritishda ixtisoslikni o'zgartirish, sotuv bozorlariga chiqish, inqiroz holatlarini yechish talab qilinadigan tadbirkorlik loyihasining rejasi korxonaning bozorda egallagan o'rnini aniqlash, uni rivojlantirish strategiyasi hamda maqsadlarini belgilashdan boshlanadi.

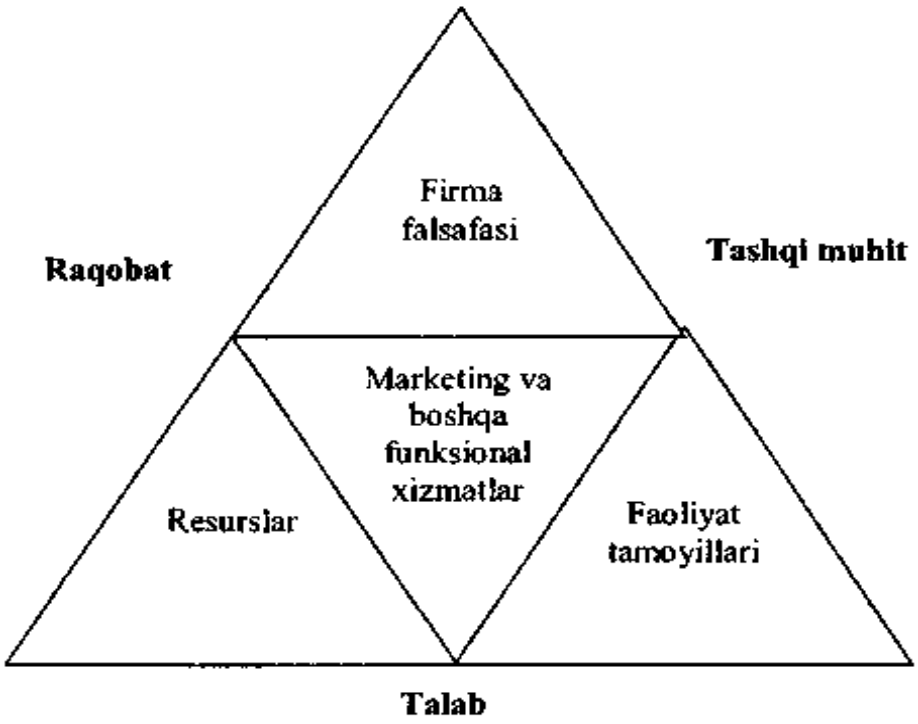
Loyihani ishlab chiqaruvchilar ishini quyidagicha ifodalash mumkin.



1.2.1-chizma.

Firma o'zining kelgusidagi rivojlanish dasturini (falsafasini), strategiyasini ishlab chiqishdagi vazifalari va maqsadlarini belgilashdan oldin, avvaldan shakllangan bozor tuzilmasida faoliyat olib borish kerakligini nazarda tutishi va firma faoliyatiga ta'sir qiluvchi omillarni baholashi lozim. Bu omillar bir qancha bo'lib, ular 1.2.2-chizmada tasvirlangan.

Korxona faoliyatiga ta'sir etuvchi omillar



1.2.2-chizma.

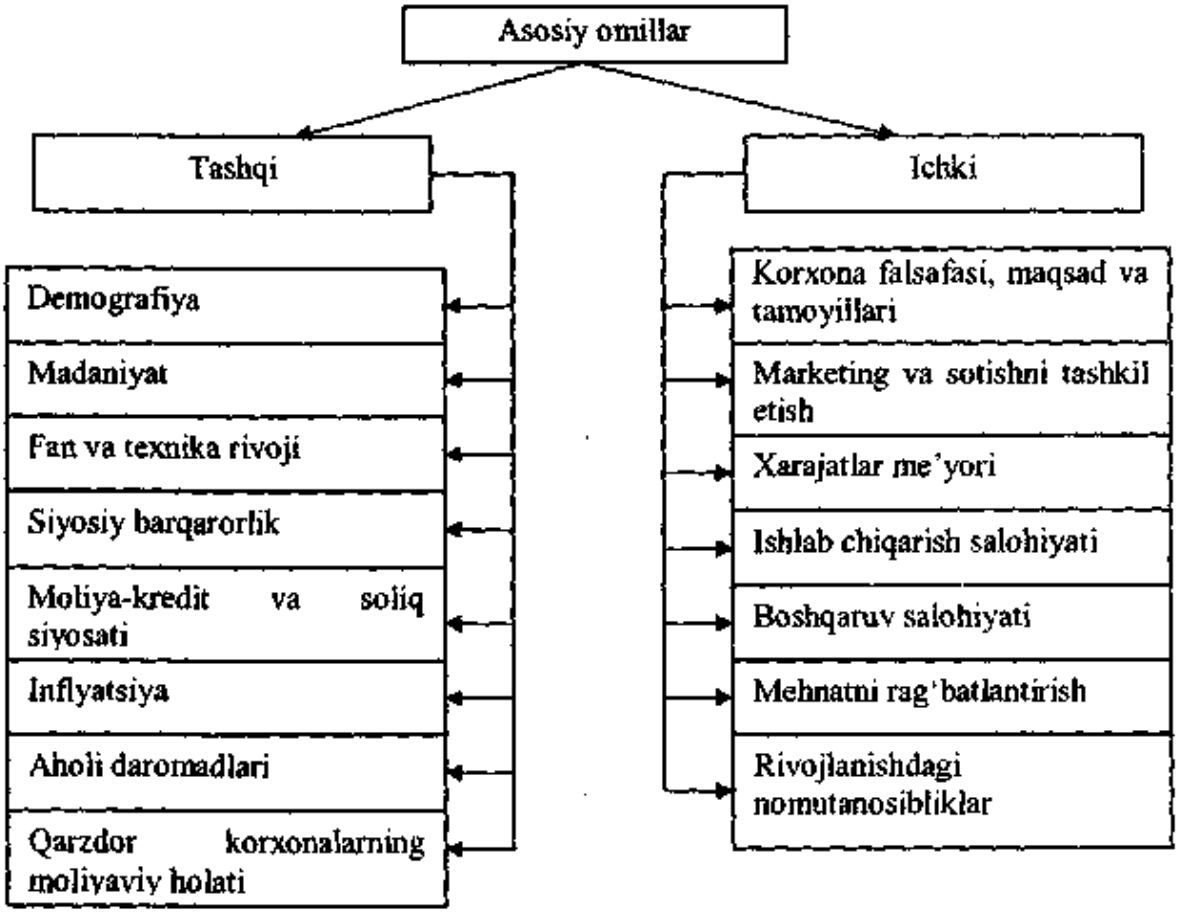
Quyidagi 1.2.3-chizmaga ko'ra, tadbirkorlik loyihasining samaradorligi korxonaga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan tashqi omillarni to'g'ri baholashga bog'liq. Bu omillar mamlakatdagi biznes rivojlanishining umumiy, siyosiy va iqtisodiy sharoitlari, qonunchilik, aholining daromad darajasi, iste'molning shakllangan an'analari, aholining madaniyati, demografik tarkibi va boshqa bir qator omillarni o'z ichiga oladi.

Loyiha ishtirokchilarining bozorni chuqurroq o'rganishi loyihaning hayotiyligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Endi biz korxona strategiyasini ishlab chiqish uchun dastlabki baholashga to'xtalib o'tamiz.

Har bir korxona bir necha variantlar ichidan o'ziga ma'qul strategiyani tanlab oladi.

Barqaror texnologiyali tarmoqlarda ko'pincha aksariyat tijorat korxonalari cheklangan o'sish strategiyasini qo'llaydilar. Bunda rivojlanish maqsadlariga erishilgandan boshlab belgilanadi va sharoit o'zgarishiga qarab qayta o'zgartirib boriladi. Agar firma holati barqaror bo'lsa, unda kelgusida avvaldan tanlangan strategiyaga asoslanib ish ko'rish maqsadga muvofiq hisoblanadi, chunki bu tavakkalchilikni kamaytiradi.

Loyihani amalga oshirishga ta'sir qiluvchi omillar



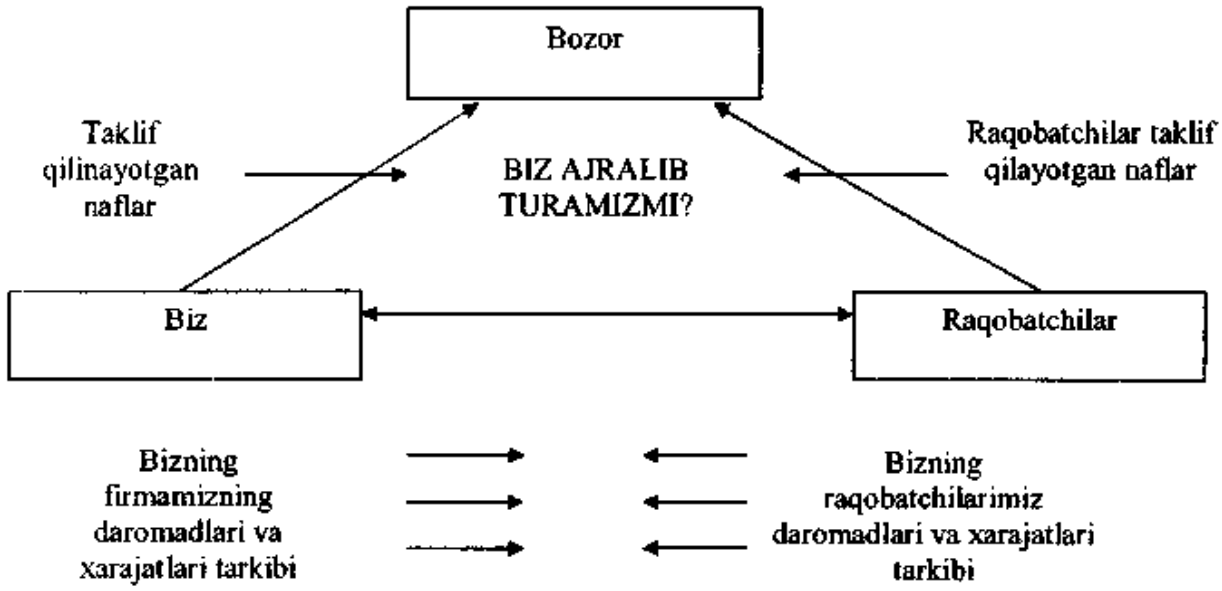
1.2.3-chizma.

Raqobat uchburchagi doirasidagi taqqoslash bozor sig'imi, uning segmentlash imkoniyatlari, raqobatchilar iste'molchiga taklif qilayotgan naf, iste'molchi ushbu loyiha joriy qilinishidan oladigan nafni aniqlashga va yetarlicha bozor segmentini egallash uchun loyihaning istiqbolliligini baholashga imkon beradi(1.2.4, 1.2.5-chizmalar).

O'sish strategiyasi asosan dinamik rivojlanuvchi va texnologiyalari tez o'zgaruvchi tarmoqlarda qo'llaniladi (1.2.6-chizma, 1.2.1-jadval).

Agar korxona bozorda o'z ulushini ko'paytirmoqchi bo'lsa, unda u maqsadga bir necha yo'l bilan erishishi mumkin. Mahsulot narxini pasaytirish orqali, mahsulotni ko'plab yirik do'konlarda sotish orqali, yangi model ishlab chiqish orqali va hokazo. Har bir yo'l turli imkoniyatlarni ochib beradi.

Raqobat uchburchagi



1.2.4-chizma.

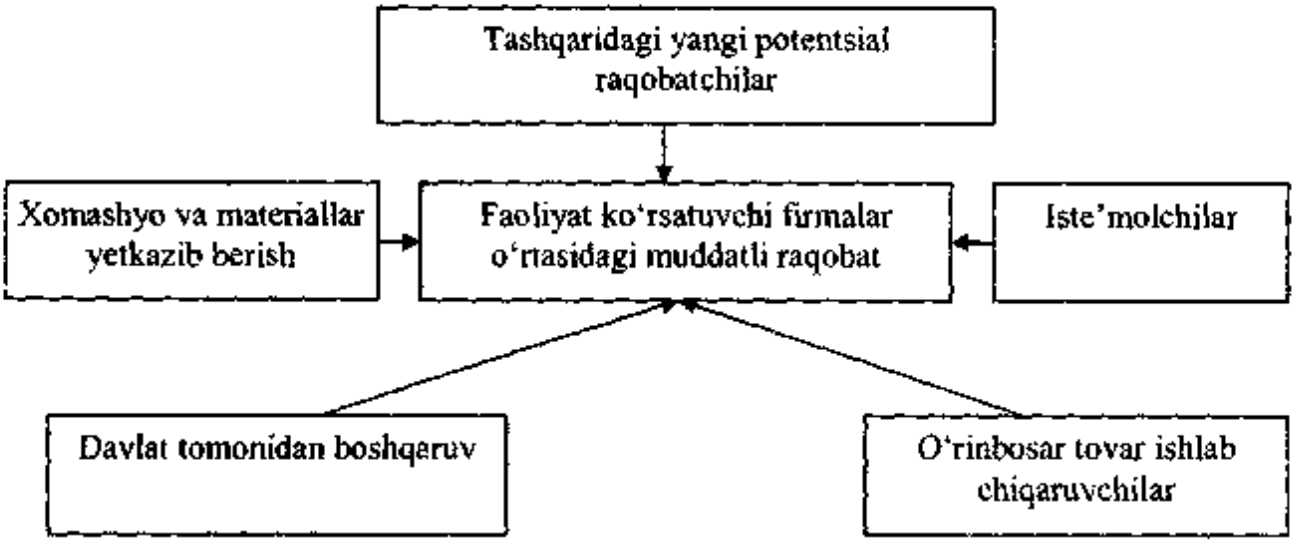
Qisqartirish strategiyasi firmalar orasida kamdan-kam ishlatiladi. Bu strategiya firmalar faoliyatining ko'rsatkichlari yomonlashganda va hech qanday chora-tadbirlar yordam bermaganda ishlatiladi.

Aralash strategiya yuqorida ko'rib o'tilgan barcha strategiyalar yig'indisi hisoblanadi. Odatda, bu strategiyadan yirik tashkilotlar foydalanadi, chunki ular birdaniga bir necha tarmoqlarda faoliyat olib borishadi. Bunda korxona o'z ishlab chiqarishidan bittasini sotib yoki tugatib, boshqa bir yoki bir necha ishlab chiqarish korxonalarini sotib olishi mumkin. Bu holatda 2 ta strategiyadan foydalanilgan hisoblanadi, ya'ni qisqartirish va o'sish.

Yuqorida aytib o'tilgan har bir strategiya o'zining bazaviy strategiyalariga ega va ular ham o'z o'rnida bir necha muqobil variantlarni o'z ichiga oladi.

1.2.6-chizmadan ko'rinadiki, o'sish strategiyasida boshqa firma yoki korxonani sotib olish orqali (tashqi o'sish) yoki ishlab chiqarilgan mahsulot assortimentini sezilarli darajada kengaytirish orqali (ichki o'sish) amalga oshirilishi mumkin.

Raqobatchilik intensivligining asosiy omillari
(M.Porter modeli)



1.2.5-chizma.

Korxonaning o'sish strategiyasi



1.2.6-chizma.

1.2.1-jadval

M.Porter tomonidan taklif qilingan strategik ssenariylar variantlari

Raqobatchilikdagi afzallik	Bozordagi strategiya	
	Keng	Tor
Mahsulotning past tannarxi	Mahsulot tannarxi bo'yicha lider	Tannarxni pasaytirish masalalarida fokuslashtirish
Mahsulotlar tabaqalashuvi	Keng tabaqalashuv	Mahsulot tabaqalashuvini fokuslashtirish

Qisqartirish strategiyasi ham bir necha muqobil variantlarda amalga oshiriladi:

Tugatish – eng ilojsiz holat bo'lib, firma faoliyatini to'xtatadi.

Ortiqchasini kesib tashlash – bunda firma o'zining nosamarador bo'limlarini tugatadi yoki qayta ixtisoslashtiradi.

Bazaviy strategiyalar umumiy strategiyaning variantlari bo'lib hisoblanib qolaveradi, ular firma maqsadlari bilan tekshiriladi, tovar, talab va texnik hayot sikli mos bosqichlari bilan taqqoslanadi. Bir vaqtning o'zida maqsadlarga erishish jarayonida yechiladigan strategik vazifalar shakllantiriladi, ularni yechish muddatlari belgilanadi (bosqichlar bo'yicha), zarur resurslar aniqlanadi.

Strategik vazifalarni rejalashtirish va baholashning bir qancha uslubiy yondashuvlari mavjud. Quyida biz korxonaning umumiy strategiyasini ishlab chiqish uchun qo'llash mumkin bo'lgan shunday usullardan bittasini ko'rib chiqamiz (1.2.2-jadval).

1.2.2-jadval

Tovarlar bozorlari bo'yicha imkoniyatlar matritsasi

Tovarlar	Mavjudlari	Bozorlar	
		Faoliyat yuritayotganlari	Yangilari
		I. Strategiya – "Nima ish qilayotgan bo'lsang o'shani yaxshilashga harakat qil".	II. Bozorni rivojlantirish strategiyasi.
	Yangilari	III. Yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish strategiyasi.	IV. Diversifikatsiya strategiyasi.

Ushbu matritsa asosida ishlab chiqilgan umumiy strategiyalar firmaning umumiy rivojlanishida, uning maqsadlariga adekvatligini ta'minlashda katta ahamiyatga ega. Ushbu matritsada turli xildagi hozirda mavjud bo'lgan yoki ko'zda tutilayotgan bozor va mahsulotlar ifodalangan. Har bir kvadrant qandaydir umumiy strategiya yoki uning qismlarini ifodalaydi.

I kvadrantdagi strategiya firmani faqat mavjud mahsulotlar va bozorlarga yo'naltirilgan strategiyasini ko'rsatadi. Bu strategiya "Nima ish qilayotgan bo'lsang o'shani yaxshilashga harakat qil" yoki xarajatlarni iqtisod qilish usuli deb ataladi. Bu strategiya tovarlar bozori rivojlanishda davom etayotgan yoki to'yinmagan xo'jalik birliklari tomonidan tanlanadi. Korxona an'anaviy bozorda raqobatbardosh baholarni o'rnatish, hujum rejasi yoki tovarlar harakatini intensivlashtirish kabi marketing unsurlarini kuchaytirish orqali o'zi ishlab chiqarayotgan tovarlar sotuvini kengaytirishga harakat qiladi.

II kvadrantdagi strategiya bozorni rivojlantirishga, ya'ni ko'pdan beri ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarni yangi bozorda sotishga yo'naltirilgan. Bu strategiya o'z mahsulotlarini yangi geografik bozorlarga, chet mamlakatlarga chiqarishni, yangi bozor segmentlariga kirishni mo'ljallayotgan korxonalar uchun samarali hisoblanadi.

III kvadrantdagi strategiya faoliyat olib borayotgan bozorda yangi mahsulotlarni sotishga mo'ljallangan. Bu strategiyaning bir necha modellari bozorda shuhrat qozongan, tanilgan korxona bo'limlari tomonidan qo'llanadi. Bunda firma yangi tovar ishlab chiqaradi va eskilarining sifatini yaxshilaydi.

IV kvadrant diversifikatsiya strategiyasi bo'lib, bu strategiya kasodga uchrayotgan, turib qolgan bozordan chiqishda, korxona bir xil assortimentdagi mahsulotlarga yoki bo'limlarga bog'lanib qolishdan qochishda qo'llaniladi. Bu strategiyani amalga oshirish uchun yangi turdagi mahsulot ishlab chiqarish, ya'ni bozorga kirib borish lozim. Yangi bozorda tovar xaridorlar tomonidan ijobiy baholanishiga kafolat yo'q. Shuning uchun ham bu strategiya ancha xatarli hisoblanadi.

Tadqiqotlarga ko'ra, ko'pincha korxonalar bitta strategiyadan emas, balki butun bir strategiyalar kombinatsiyalaridan foydalanadilar. Bunda tashkilotning umumiy strategiyasi "Avvalo" va "Keyin" so'zlarini ishlatish

bilan shakllanadi. Masalan, "Avvalo, korxona chiqarayotgan mahsulotini o'zgartirmaydi va avvalgi bozorlarga sotadi. Talab yuqori bo'lgan o'sha mahsulotni yangi bozorga chiqaradi, keyin esa yangi bozorlarga e'tiborni qaratadi va ularga ham shu tovarni yetkazib beradi; keyin esa mashhur bo'lgan modellarni takomillashtirib, ularni eski bozorda sotuvni rag'batlantirish maqsadida qo'llaydi. Bu strategiyalarni qo'llashda mahsulotning hayotiy siklini ham nazarda tutish lozim. Agar korxona o'sish strategiyasini tanlasa, lekin mahsulot to'yinish fazasida bo'lsa, bu mahsulotni yangisiga almashtirish yoki uni zamonaviylashtirish lozim. Chunki to'yinish bosqichidan keyin pasayish fazasi keladi. Firmaning strategik imkoniyatlarini baholashda 4 bosqichli tahlildan foydalaniladi (1.2.3-jadval).

1.2.3-jadval

Firma strategiyasini ishlab chiqish

	KORXONANING ZAIF TOMONLARI	**KORXONANING KUCHLI TOMONLARI**
Tashqi muhit tomonidan berilgan imkoniyatlar	Korxona kamchiliklarini bartaraf etish	Korxonaning ustunliklarini kuchaytirish
Tashqi muhit tomonidan bo'ladigan xatarlar	Kasod bo'lishi xavfi	Noxush vaziyatlarga qarshi turishga tayyorgarlik

Tashqi muhit hamda firmaning kuchli va zaif tomonlari to'g'risidagi ma'lumotlar tadbirkorlarga bozordagi vaziyatni aniqlashga va aniq strategiyalar ishlab chiqishga yordam beradi.

Korxonalar uchun eng qulay holat tashqi muhitning qulay imkoniyatlari korxonaning kuchli tomonlari bilan mos tushganda yuzaga keladi. Aksincha, tashqi muhitning noqulay ta'sirlari korxonaning zaif tomonlari bilan birga ustma-ust kelsa, biznesni davom ettirish murakkablashadi va korxona kasod bo'lishiga olib keladi. Shu sababli, tadbirkor ichki va tashqi omillarning turli kombinatsiyalarini e'tiborga olgan holda, korxona faoliyatining asosiy strategik yo'nalishlarini shakllantiradi va unga mos ravishda korxona faoliyati, rejasini muvofiqlashtiradi.

Korxonaning rivojlanish falsafasi yoki konsepsiyasi deganda, uning asosiy dasturiy vazifalarini, iqtisodiyotni rivojlantirishni muhim muammolarini yechishdagi korxonaning roli va ahamiyatini qisqacha tavsifi tushuniladi. Xuddi shunday korxonaning bozor, potensial xaridorlar va ishlash lozim bo'lgan bozor segmentlari bilan o'zaro munosabatlari, tamoyillari aniqlanadi.

Masalan, muayyan mintaqa yoki shahar, tumanda ishlab chiqarishni tashkil qilishda korxonalarni rivojlantirish konsepsiyasi sifatida quyidagilar keltiriladi:

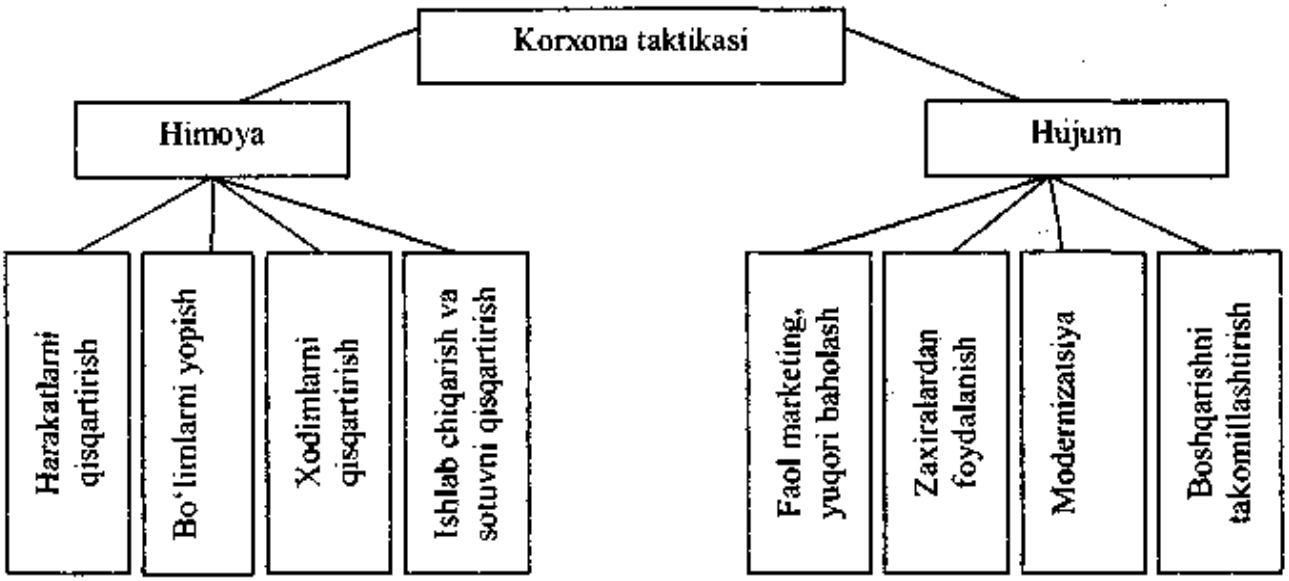
- shaharda chakana narxlarni minimallashtirish maqsadida raqobatbardosh ishlab chiqarishni tashkil etish;
- jahondagi eng yangi texnologiyadan foydalanish orqali ekologik toza ishlab chiqarishni tashkil etish;
- keng assortimentdagi yuqori sifatli oziq-ovqat mahsulotlari bilan shahar va tuman aholisini ta'minlashga qaratilgan ijtimoiy dasturlarni amalga oshirish;
- yangi tashkil etiladigan ishlab chiqarishlar doirasida uzoq muddatli asosda qo'shimcha ish o'rinlari tashkil etish;
- shahar va tumanning iqtisodiy va ishlab chiqarish salohiyatini oshirish.

Korxona faoliyatida tub o'zgarishlar bo'lganda, kasod bo'lish va bankrotlik xavflari tug'ilganda rahbariyat korxona strategiyasi va taktikasini o'zgartirish orqali darhol bunga javob berishi kerak.

Korxonaning moliyaviy holatini sog'lomlashtirish uni kasod holati va bankrotligini boshqarishning tarkibiy qismi sifatida muayyan bir holat va muayyan bir korxona uchun zarur bo'lgan nisbatan samaraliroq vositalar to'plashni nazarda tutadi. Ularni tanlashning individualligi shunday holatda qolgan barcha korxonalar uchun xos bo'lgan ba'zi umumiy usullar yo'qligini bildirmaydi. Korxonalar tomonidan kasod holatlarini yengish tajribalarini o'rganish ularning har biri uchun umumiy bo'lgan ba'zi jarayonlarni shakllanishiga imkon beradi.

O'z xususiyatiga ko'ra, jahon amaliyotida tadbirkorlarning kasod holatini yengishga imkon beradigan ikkita keng tarqalgan taktikasini ajratib ko'rsatish mumkin (1.2.7-chizma).

Korxonalarda inqiroz holatlarini boshqarish



1.2.7-chizma.

Agar korxona inqiroz holatiga tushib qolsa, boshqaruvchilar bunga darhol ta'sir ko'rsatishlari, firmaning strategiya va taktikasini o'zgartirishlari zarur.

1.2.7-chizmadan ko'rinadiki, qo'llaniladigan taktik dasturlarning birinchisi himoya taktikasi nomini olgan. Sababi u ehtiyot chora-tadbirlarini, jumladan, harakatlarni, ishlab chiqarishni va sotish hajmini, xodimlarni va hatto asosiy fondlarni ham qisqartirishni o'z ichiga oladi. Umuman olganda, bu usul korxonaning holati juda zaiflashganda, barcha ichki va tashqi shart-sharoitlar yomonlashganda qo'llaniladi.

Respublikamiz o'z mustaqilligiga erishgandan keyingi dastlabki yillarda ko'pchilik davlat va xususiy korxonalar butun iqtisodiy tizim nobarqarorligi sababli ushbu taktikani qo'lladilar. Albatta, bu taktika jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida ham ko'pgina rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlar XYSlari, jumladan, respublikamiz korxonalari tomonidan ham qo'llanildi.

Biroq bunday taktika alohida olingan ba'zi bir korxonalar, jumladan, ishbilarmonlik faolligining kuchayishini va qulay bozor konyukturasini kutayotgan korxonalar uchun samarali bo'lishi mumkin. Ko'pchilik korxonalar uchun buni ommaviy qo'llash mumkin emas.

Himoya taktikasining birdaniga ko‘pchilik korxonalar tomonidan ommaviy qo‘llanishi milliy iqtisodiyotni chuqurroq inqirozga olib kelishi mumkin va oxir-oqibat bu taktikadan foydalangan korxonalar moliyaviy samaradorlikka erisha olmasliklari mumkin. Demak, inqiroz holatiga tushishning bosh sababi korxonadan tashqarida yotadi.

Himoya taktikasini qo‘llashda korxona imkoniyatlari ancha kamayadi, ammo xarajatlarni kamaytirish, ichki zaxiralardan foydalanish, xodimlarni kamaytirish, intizomni kuchaytirish, kreditlar, qarzlar muddatini kechiktirish va mol yetkazib beruvchilar bilan aloqani yaxshilash orqaligina kutilayotgan zararni kamaytirish yoki yo‘qotish mumkin.

Hujum taktikasi himoya taktikasiga qaraganda ancha samarali bo‘lib, u asosan operativ tadbirlarni emas, balki strategik tadbirlarni amalga oshirishni nazarda tutadi. Bu holda resurs tejovchi tadbirlar bilan birga faol marketing qo‘llaniladi, yangi sotuv bozorlari o‘rganiladi va egallanadi, yuqori baholar o‘rnatiladi, ishlab chiqarishni modernizatsiyalash, asosiy ishlab chiqarish fondlari hamda yangi istiqbolli texnologiyalarni joriy qilish hisobiga takomillashtirish harakatlari amalga oshiriladi.

Shu bilan birga korxona rahbariyati o‘zgartiriladi yoki mustahkamlanadi, kompleks tahlil va holatni baholash amalga oshiriladi. Zarur bo‘lganda korxona falsafasi, faoliyatining asosiy tamoyillari tartibga solinadi, ya’ni korxona strategiyasi o‘zgaradi. Yangi strategiyaga mos ravishda ishlab chiqarish dasturlari, marketing konsepsiyasi qayta ko‘rib chiqiladi va asosiy e’tibor korxonani amaldagi, bozorlardagi holatini mustahkamlash, yangi bozorlar segmentlarini egallash, ishlab chiqarilgan mahsulot assortimentini yangilashga qaratiladi. Yuqoridagilarning barchasi moliyaviy ishlab chiqarish va xodimlarni sog‘lomlashtirish konsepsiyalarini ishlab chiqishda o‘z ifodasini topadi. Ushbu konsepsiyalar asosida esa korxonaning moliyaviy muvaffaqiyatiga optimal yo‘l topishga imkon beradigan marketing, texnik va investitsiya dasturlari ishlab chiqiladi.

Mavzuga oid topshiriq va testlar

Yangi ish boshlayotgan tadbirkorlar uchun, eng avvalo, o‘z imkoniyatlarini baholash maqsadga muvofiq. Buning uchun u testlardan o‘tishi, o‘zining tadbirkorlik qobiliyatini, malakasini, epchilligi va hokazolarni aniqlab olishi lozim. Quyida keltirilgan savollarga ijobiy javoblar ko‘p bo‘lsa, biznes bilan shug‘ullanish tadbirkorning ma’lum muvaffaqiyatlarga erishishini kafolatlaydi.

Agar javoblar salbiy bo‘lsa, tadbirkor bu ish bilan shug‘ullanmagani ma’qul. Ammo bu unga biznesning hamma yo‘llari u uchun berk degani emas. Qat’iyat va sabot bilan ishlash orqali muvaffaqiyatga erishish mumkin.

1-test

Biznesda muvaffaqiyatga erishishingiz mumkinmi? (Zarurining tagiga chizing)

1. Siz ko‘p vaqt ishlay olasizmi?	Ha	Yo‘q	Ba’zida	Hech qachon
2. Siz qat’iyatli va sabotlimisiz?	Har doim	Ko‘pincha	Ba’zida	Har doim emas
3. Bu mashg‘ulot dam olish yoki oilangizdan muhimroqmi?	Eng muhim	Kamroq muhim	Uncha muhim emas	Deyarli muhim emas
4. Agar siz biznesingiz uchun 5 yil kurashgan bo‘lsangiz, uni yana davom ettirishga kuchingiz yetadimi?	Ha, bemalol	Ha, yetadi	Ha, qiyinchilik bilan	Yo‘q
5. Siz faqat moliyaviy muvaffaqiyatga erishmoqchimisiz?	Ha	Asosan, ha	Qisman	Yo‘q
6. Hamma vaziyatlardan omon chiqa olasizmi?	Doimo	Odatda	Kamdan kam	Hech qachon
7. Agar sizni ilojsiz qoldirishsa, ham yechim topa olasizmi?	Ko‘pincha	Ba’zan	Kamdan-kam	Hech qachon
8. Oldingizga qo‘yilgan maqsadlarni yechishda qat’iyatlimisiz?	Hamma vaqt	Odatda	Ba’zida	Vaziyat-dan vazi-yatgacha

9. Muammolar siz uchun biron narsani anglatmaydimi?	Har doim	Odatda	Ba'zida	Hech qachon
10. Daromad va kasbingiz borasida noaniqlik bilan yashay olasizmi?	Ha, oson	Ha	Ha, qiyinchilik bilan	Yo'q
11. O'zingizga ishonasizmi?	Ha, hamma vaqt	Ha, odatda	Ba'zida	Yo'q
12. O'z xatolaringizga qanday qaraysiz?	Tajriba orttirish uchun yana bilishim kerak	Xafa bo'laman	Orqaga qaytaman	Halokat deb qabul qilaman
13. Tanqidni qanday qabul qilasiz?	Har doim tinglayman, rad etishim ham mumkin	Har doim qabul qilaman	Yomon ko'raman	Har doim rad etaman
14. Birovlar tomonidan sizga baho berilishi sizni qiziqtiradimi?	Har doim	Odatda	Ba'zida	Kamdan-kam
15. Sizning muvaffaqiyatingiz tashqi omillarga bog'liq ekaniga ishonchingiz komilmi?	Umuman rozi emasman	Rozi emasman	Ba'zida roziman	Har doim roziman
16. Sizga jarima belgilashlari mumkin bo'lgan holatda lider bo'lish sizga yoqadimi?	Juda	Ha	Ehtimol	Yo'q, rahmat
17. Sizning muvaffaqiyatga erishishingizga yordam beradigan manba yoki kerakli odam topishga qanday qaraysiz?	Juda yaxshi	Yaxshi	Unchalik yaxshi emas	Yomon
18. Sizga yordam kerak bo'lgan vaqtlarni eslaysizmi?	Har doim	Odatda	Ba'zida	Yo'q
19. O'z oldingizga erishishingiz zarur bo'lgan, minimal maqsadlarni qo'yasizmi?	Har doim	Odatda	Ba'zida	Kamdan-kam
20. O'tmishda o'zingiz qanday turdagi tavakkalchilikni sinab ko'rgansiz?	Hisob-kitobli tavakkal-chilikni	Yuqori tavakkalchilikni	Past tavakkal-chilikni	Tavakkal-chilikni yomon ko'raman
21. Qaysi xulosalar zarur, qaysilari zarur emasligini aniqlay olasizmi?	Ha, har doim	Ha, odatda	Ha, ba'zida	Yo'q
22. O'z vakolatlaringizni boshqalarga yuklay olasizmi?	Ha, zarur bo'lganda	Ha, ba'zida	Ha, qiyinchilik bilan	Yo'q
23. Sog'ligingiz qalay?	Juda yaxshi	Yaxshi	Yetarli darajada yaxshi	Yomon-roq

2-test

Siz va oilangiz

1. Biznesingizni qanday boshlamoqchi ekanligizni oila a'zolaringiz bilan muhokama qilasizmi? Ha/Yo'q.

2. Zarur bo'lganda ular sizga yordam berishga tayyormi? Ha/Yo'q.

3. Ular moliyaviy ahvolingiz qanday bo'lishini oldindan aniq bilmay turib siz bilan yashashga tayyormi? Ha/Yo'q.

4. Ular yashash sharoitlari odatdagidan pastroq bo'lishiga tayyormilar? Ha/Yo'q.

5. Uyingizni garovga qo'yib, qarz olishingizga to'g'ri kelsa ular sizni tushunishadimi? Ha/Yo'q.

6. Uyni tutishni, bog'larga qarashni, do'konlarga borishni oila a'zolaringiz sizsiz ham eplashadimi? Ha/Yo'q.

7. Oila a'zolaringizdan birortasi oilani to'liq ta'minlash uchun boshqa yo'l bilan pul topa oladimi? Ha/Yo'q.

8. Oila bydjetini eplay bilishingizni hisob-kitob qildingizmi? Ha/Yo'q.

9. Qilmoqchi bo'layotgan ishingiz haqida mutaxassis bilan maslahatlashdingizmi? Ha/Yo'q.

10. Unga o'z daromadlaringiz taqsimotini ko'rsatdingizmi? Ha/Yo'q.

Biz hukumatimiz tomonidan oilaviy biznes va tadbirkorlik faoliyatini yo'lga qo'yishga alohida e'tibor qaratilayotganligi hamda aynan har bir oila budjetining samarali shakllanishi, daromadlari va xarajatlarining optimal rejalashtirilishi bo'yicha oilalarning amaliy ko'nikma va bilimlarini oshirish maqsadida oila budjetini shakllantirish bo'yicha maxsus uslubiy ko'rsatmalarimizni taklif qilib o'tishni lozim deb topdik.

Oila budjetni amalga oshirish jarayoni

Men quyidagilarni bilishim lozim.

? Men qayerdan daromad olaman?

→ Daromadingizni tekshiring!

? Men pullarimni nimalarga sarflayman?

→ Xarajatlaringizni qayd eting!

? Mening oilam budjeti qay darajada?

→ Daromad va xarajatlaringizni bir-biri bilan solishtiring!

Muhim ko'rsatmalar.

Shu haftadan boshlang!

- Bu atigi bir necha daqiqa vaqtingizni oladi.

Har doim xaridning kassa chekini so'rang.

Kassa chekini 2 yil saqlang.

Uy-ro'zg'or hisob daftarchasi va qalamni qo'l ostingizda saqlang.

Xarajatlarni doimo qayd qiling va imkoni boricha umumlashtiring.

Kassa cheklarini bitta konvertga yig'ing.

Oila a'zolaringizni moliyaviy rejalashtirishda qatnashtiring.

Oila budjetining hisob-kitobi (ming so'mda).

Daromadlar belgilanadi.

→ Qanday daromadlarim bor?

→ O'ylab ko'ring va qayd qiling!

→ Endi men qanday doimiy va nomuntazam daromadlarim borligini bilaman.

→ Bu menga aniq holatni ko'rsatadi.

X		yanvar	fevral
x	Oylik maosh Bahrom		
x	Oylik maosh Dilso'z		
	Oylik maosh		
x	Bolalar puli		
x	Foizlar\Omonat daftarchasi		
x	Pullik sovg'alar		

Daromadlarni qayd qiling.

→ "Daromadlar" jadvaliga men har oydagi barcha daromadlarimni yozaman.

X		yanvar	fevral
x	Oylik maosh Bahrom	500	500
x	Oylik maosh Dilso'z	320	320
	Oylik maosh		
x	Bolalar puli	100	100

→ Oyning oxirida men barcha daromadlarimni hisoblayman.

→ Jami daromadni oxirgi qatorga yozaman.

Endi bir oyda qancha xarajat qila olishimni bilaman.

Xarajatlarni qayd qiling.

→ "Xarajatlar" jadvaliga men barcha xarajatlarni yozaman.

→ Xarajatlarni jadvaldagi tegishli bo'limlarga kiritaman.

Xarajatlar					
Oy: Yanvar					
Istiqomat qilish			Telefon/Gazeta/TV		
Kun	Xarajatlar	so'm	Kun	Xarajatlar	so'm
25	Turar joy to'lovi	25	30	TV\Kabel TV	10
15	Elektr	8	7	Telefon	3
20	Suv	3	25	Gazeta	10
5	Gaz/isitish	20			
	Boshqa to'lovlar	10			
Jami		66	Jami		23

→ Oyning oxirida men pullarimni nimalarga sarflaganimni aniq bilaman.

→ Endi men qayerda tejab qolishni o'ylab ko'rishim mumkin.

Daromadlar va xarajatlarni solishtiring.

• Oyning oxirida men daromadlar va xarajatlarni solishtiraman.

• Shuningdek, men "Xarajatlar" bo'limidagi xarajatlarni hisoblayman va "Tahlil" bo'limidagi oylar oxiriga qayd qilaman.

Tahlil	Yanvar	Fevral	Mart	Aprel
Istiqomat qilish	66	66	66	66
Sug'urta	120	-	-	-
Majburiy to'lovlar	5	5	5	5
Telefon/Gaz/TV	23	23	23	23
Transport	60	60	60	60

→ Men barcha oylik daromadlarimini "Jami daromadlar" qatoriga qayd qilaman.

→ Men barcha oylik xarajatlarimni "Jami xarajatlar" qatoriga qayd qilaman.

Bo'sh vaqt		50
Jami xarajatlar		860
Jami daromadlar		920
Jami xarajatlar		860
Sof foyda	Kamomad	60

→ Daromad va xarajatlarni solishtirish menga Sof foyda (+) yoki Kamomad (-) mavjudligini ko'rsatadi.

→ Endi men oilam budjetini qay darajada muvozanatda ekanligini bilaman.

Daromadlar

Misol

x		Yanvar	Fevral	Mart	Aprel	May
x	Oylik maosh *Baxrom*	500	500	500	500	500
x	Oylik maosh *Dilso'z*	320	320	320	320	320
	Oylik maosh					
x	Bolalar nafaqasi	100	100	100	100	100
	Foizlar/omonat					
	Sovg'a qilingan pullar					
	Qoplash/qaytarilishlar					
x	Soliqlar qaytarilishi					
x	Mukofot puli					
x	Boshqalar Ta'til puli					
	Boshqalar					
	Boshqalar					
	Boshqalar					
Jami daromadlar =		920	920	920	920	920

Iyun	Iyul	Avgust	Sentabr	Oktabr	Noyabr	Dekabr
500	500	500	500	500	500	500
320	320	320	320	320	320	320
100	100	100	100	100	100	100
	820					820
920	1740	20	920	920	920	1740

Xarajatlar

Misollar

Oy:.....

Istiqomat qilish		
Kun	Xarajatlar	So'm
	Turar joy to'lovi	
	Elektr	
	Suv	
	Gaz\Isitish	
Jami:		

Sug'urta		
Kun	Xarajatlar	So'm
Jami:		

Majburiy to'lovlar		
Kun	Xarajatlar	So'm
Jami:		

Telefon/Gazeta/TV		
Kun	Xarajatlar	So'm
	TV\Kabel TV	
	Telefon	
	Gazeta	
Jami:		

Transport		
Kun	Xarajatlar	So'm
Jami:		

Bolalar		
Kun	Xarajatlar	So'm
Jami:		

Majburiy to'lovlar		
Kun	Xarajatlar	So'm

Jami:		

Kiyim		
Kun	Xarajatlar	So'm
Jami:		

Parvarish/Salomatlik		
Kun	Xarajatlar	So'm
Jami:		

Bo'sh vaqt		
Kun	Xarajatlar	So'm
Jami:		

Tahlil

Misollar

	Yanvar	Fevral	Mart	Aprel
Istiqomat qilish	66	66	66	66
Sug'urta	120	-	-	-
Majburiy to'lovlar	5	5	5	5
Telefon/Gazeta/TV	23	23	23	23
Transport	60	60	60	60
Bolalar	20	18	50	20
Oziq-ovqat	450	350	379	
Kiyim	30	-	370	-
Parvarish/Salomatlik	36	10	14	33
Bo'sh vaqt	50	65	69	48
Jami xarajatlar	860	579	1036	705
Jami daromadlar	920	920	920	920
Jami xarajatlar	860	579	1036	705
Sof foyda/kamomad	60	323	-116	215

May	Iyun	Iyul	Avgust	Sentabr	Oktabr	Noyabr	Dekabr
66	66	66	66	66	66	66	66
-	-	-	-	-	-	-	-
5	5	5	5	5	5	5	5
23	23	23	23	23	23	23	23
150	60	60	150	60	60	60	60
25	15	20	250	50	200	30	50
383	450	380	347	336	352	347	550
50	-	350	30	67	303	50	250
37	13	100	14	29	16	33	45
53	25	350	61	50	48	68	150
792	657	1354	946	686	1073	682	1199
920	920	1740	920	920	920	920	1740
792	657	1354	946	686	1073	682	1199
128	263	386	-26	234	-153	238	541

Kalendar reja

Misol
Yil: 2014

	Yanvar	Fevral	Mart	Aprel	May	Iyun
1.						
2.						
3.						Tug'ilgan kun U.
4.						
5.	Gaz/Isitish	Gaz/Isitish	Gaz/Isitish	Gaz/Isitish	Gaz/Isitish	Gaz/Isitish
6.						
7.	Sug'urta					
8.			8 mart			
9.				Tug'ilgan kun B.		
10.						
11.						
12.						
13.						
14.						
15.	Elektr	Elektr	Elektr	Elektr	Elektr	Elektr
16.						
17.						
18.						
19.						
20.	Suv	Suv	Suv	Suv	Suv	Suv
21.						
22.						
23.						
24.						
25.	Turar joy to'lovi	Turar joy to'lovi	Turar joy to'lovi	Turar joy to'lovi	Turar joy to'lovi	Turar joy to'lovi
26.						
27.						
28.	Tug'ilgan kun T.					
29.						
30.			Telefon/ Internet			Telefon/ Internet
31.						

	Iyul	Avgust	Sentabr	Oktabr	Noyabr	Dekabr
1.						
2.						
3.						Tug'ilgan kun U.
4.						
5.	Gaz/Isitish	Gaz/Isitish	Gaz/Isitish	Gaz/Isitish	Gaz/Isitish	Gaz/Isitish
6.						
7.						
8.						
9.						
10.		Tug'ilgan kun D.				
11.						
12.						
13.						
14.						
15.	Elektr	Elektr	Elektr	Elektr	Elektr	Elektr
16.						
17.						
18.						
19.						
20.	Suv	Suv	Suv	Suv	Suv	Suv
21.						
22.						
23.						
24.						
25.	Turar joy to'lovi	Turar joy to'lovi	Turar joy to'lovi	Turar joy to'lovi	Turar joy to'lovi	Turar joy to'lovi
26.						
27.						
28.	Tug'ilgan kun T.					
29.						
30.			Telefon/ Internet			Telefon/ Internet
31.						

Mavzuga doir testlar

1. O‘zbekiston qonunchiligiga binoan tadbirkorlik faoliyati – bu...

A) daromad keltiruvchi har qanday faoliyat

B) mustaqil tarzda, o‘z tavakkalchiligiga asoslangan holda davlat ro‘yxatidan o‘tib, mol-mulkdan foydalanish, mahsulotlar sotish va xizmatlar ko‘rsatishdan daromad olish

C) shaxsan foydalanish uchun mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish

D) A) va C) javoblar.

2. Foyda nima?

A) mahsulotlar sotishdan olingan daromad

B) mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan xarajatni sotishdan olingan daromaddan ayirib tashlash

C) mahsulotning chakana va ulgurji narxlari o‘rtasidagi nisbat

D) to‘g‘ri javob yo‘q.

3. Tadbirkor – bu ...

A) qonunda ta’qiqlanmagan tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanuvchi shaxs

B) foyda ko‘rish maqsadida o‘z mablag‘larini tavakkalchilikka qo‘yadigan tashabbuskor shaxs

C) bozor sharoitida foyda olish uchun o‘z xatari va tavakkalchiligiga asoslangan mustaqil subyekt

D) B) va C) javoblar.

4. Quyida sanab o‘tiladiganlarning qaysi birini tadbirkor deb atasa bo‘ladi?

A) mahalliy shifoxonada ishlovchi shifokor

B) davlat akademik teatri aktyori

C) aksiyadorlik jamiyati aksioneri

D) maktab o‘qituvchisi.

5. Tadbirkorlik qobiliyati – bu ...

A) biznesni yuritish uquvi

B) mahsulot ishlab chiqarish uchun zaxiralar mutanosibligini aniqlay oluvchi, samarali qaror qabul qila oluvchi, yangilik yarata oluvchi va tavakkalchilikka bora oluvchi inson qobiliyati

C) A) va B) javoblar

D) insonning mehnat qila olish qobiliyati.

6. Korxona – bu ...

A) xo'jalik yuritadigan subyekt

B) tadbirkorlik bilan shug'ullanish uchun foydalaniladigan mulk kompleksi obyekti va subyekti

C) odamlar jamoasi

D) mahsulot ishlab chiqarish binosi.

7. Nou-xau nima?

A) patentlashtirilgan texnik xulosa yoki ixtiro

B) patentlashtirilmagan texnik xulosa yoki ixtiro

C) u ham emas, bu ham emas

D) barcha javoblar to'g'ri.

8. Pulga mahsulot sotish bu –

A) barter B) sotuv

C) kredit D) to'g'ri javob yo'q.

9. Mahsulotni aholiga sotish narxi – bu ...

A) sotish bahosi B) chakana narx

C) ulgurji narx D) muvozanat narx.

10. Ishlab chiqarish omillari – bu ...

A) unumdorlik

B) yer, mehnat, kapital va tadbirkorlik qobiliyati

C) mahsulot ishlab chiqarish hajmi

D) yer, mehnat va kapital.

11. Zaxiralar chegaralanganligi muammosi – bu ...

A) faqat kambag'allar muammosidir

B) hamma odamlar va jamiyat muammosidir

C) faqat kambag'al mamlakatlar muammosidir

D) faqat ishlab chiqaruvchilar muammosi.

12. Kapitaldan foydalanganlik uchun to'lov – bu ...

A) ish haqi B) foiz

C) renta D) ijara.

13. Yerdan foydalanganlik uchun to'lov – bu ...

A) divident B) renta

C) foiz D) ssuda.

14. Erkin tadbirkorlik tizimida ...

A) fuqaro saylash huquqiga ega

B) fuqaro istalgan qonuniy biznes turi bilan shug'ullanishi mumkin

C) odamlar nima istasa shuni qilishlari mumkin

D) A) va B) javoblar.

15. Agar hamma fermerlar yaxshi mehnat qilishsa va yuqori xirmon barpo etishsa, unda fermerlar daromadi ...

A) ozgina oshadi B) kamayadi

C) avvalgi o'rnida qoladi D) katta miqdorga oshadi.

16. Ishlab chiqarish diversifikatsiyasi – bu ...

A) mahsulot ishlab chiqarish masshtabi kengayishi

B) mahsulot ishlab chiqarish assortimentining ko'payishi

C) ishlab chiqarish ixtisoslashuvining chuqurlashuvi

D) to'g'ri javob yo'q.

17. Muomala xarajatlari – bu ...

A) mahsulot ishlab chiqarishga ketgan pul mablag'lari

B) mahsulot sotish xarajatlari

C) doimiy xarajatlar

D) A), B) va C) javoblar.

18. O'z mehnati asosida faoliyat yurituvchi qishloq xo'jalik tadbirkori – bu ...

A) xizmatchi B) fermer

C) ish buyuruvchi D) rahbar.

II BOB. TADBIRKORLIK SOHASI, KORXONA VA MAHSULOT TURLARI

2.1. Faoliyat va tarmoq sohasi

Tadbirkorlik rejasining birinchi bo'limi qaysi tarmoqda loyihani amalga oshirishimizga qarab shu sohani tavsiflashdan boshlanadi. Bunda loyiha o'z ichiga iqtisodiyotning qaysi tarmog'i yoki sektorini olishini, mamlakatning qaysi hududida amalga oshirilishini e'tiborga olish lozim. Bu potentsial sarmoyador uchun juda muhim bo'lib, u loyihaning iqtisodiy, siyosiy va xo'jalik sharoitlariga qanchalik mos kelishini ifodalaydi. U yoki bu tarmoqning (biznes sohasining) investitsion jozibadorligi tahlili 3 bosqichni o'z ichiga oladi.

1. Tarmoq ichidagi raqobatning intensivlik darajasining ko'p omilli tahlili.

2. Tanlangan tarmoqning rivojlanish bosqichini aniqlash.

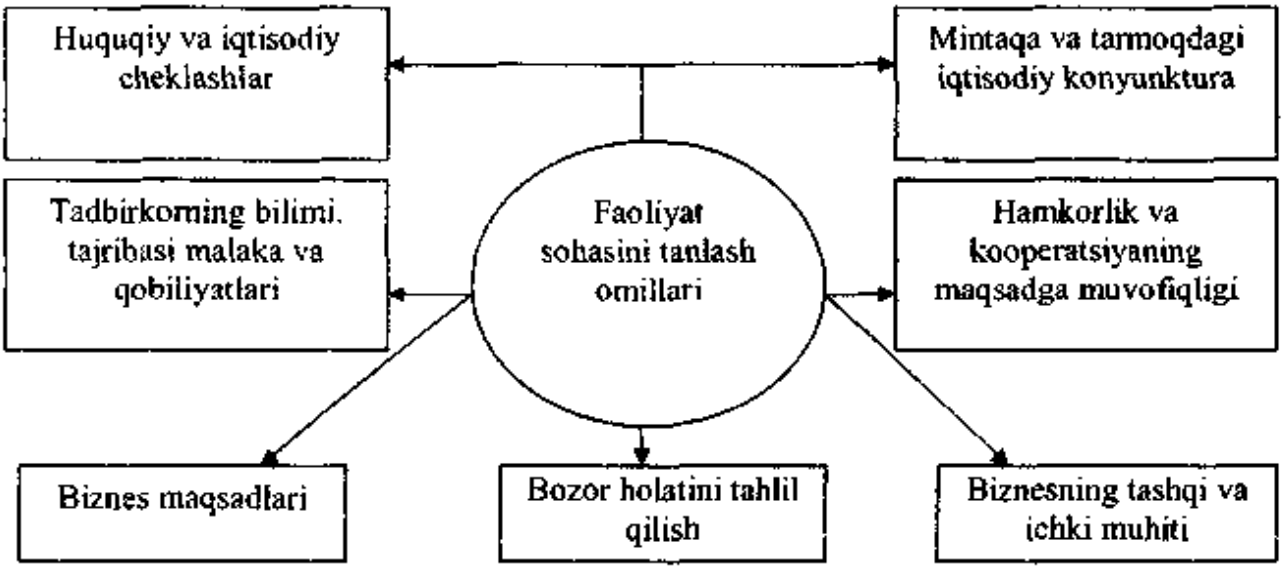
3. Tarmoqning investitsion jozibadorligining bevosita tahlili.

Imkoniyatlarni tahlil qilish bu tarmoqda investitsion muhit qanday darajadaligini ko'rsatadi. Bundan tashqari, banklar va yirik investorlar odatda iqtisodiyotning ma'lum sohalarini moliyalashtirishadi. Masalan: qurilish sohasidagi biznes bilan "Qishloqqurilishbank", qishloq xo'jaligi bo'yicha "Agrobank"ni qiziqtirish mumkin.

Tarmoq yoki biznes sohasi bo'yicha qaror qabul qilish tadbirkorning o'zi uchun zarur, chunki bu tarmoqda tadbirkorlik loyihasini amalga oshirish mobaynida hech qanday iqtisodiy tebranishlar sodir bo'lmasligiga tadbirkorning ishonchi komil bo'lishi zarur. Bunda tarmoqning jahon ishchi kuchi bozoridagi va jahon bozoridagi o'rni, uning eksport-import imkoniyatlari hamda boshqa tarmoqlar bilan texnik ishlab chiqarish bog'liqligi haqidagi ma'lumotlar muhim hisoblanadi (2.1.1-chizma).

Har qanday mamlakatda man qilingan faoliyat turlari (pornografiya, kontrabanda va h.k.) hamda davlat monopoliyasi predmetlari (giyohvand moddalar, qurol, zaharli moddalar va hokazolar) hisoblangan faoliyat turlari mavjud.

Tadbirkorlik faoliyati sohasini tanlashning asosiy omillari



2.1.1-chizma.

Ko'pchilik tadbirkorlar uchun u yoki bu tarmoqqa kirishda iqtisodiy cheklashlar ham paydo bo'ladi:

- boshlang'ich kapitalning yuqori darajasi;
- qo'yilgan mablag'larning uzoq muddatda qoplanishi;
- foyda olishning noaniqligi (ta'lim sohasi va boshqalar).

Tadbirkor mavjud konyunkturani ham e'tiborga olishi lozim, chunki tadbirkor faoliyatiga davriy, siklik harakat xos, ya'ni o'sish, gullab yashnash, turg'unlik va inqiroz. Bundan tashqari, iqtisodiy holat nafaqat zamon (vaqt), balki makon – tumanlar, mintaqalar bo'yicha ham farqlanadi. Shuningdek, tarmoqdagi raqobat sharoitlari ham bu jarayonda muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki monopollashgan tarmoqqa kirish raqobatdosh tarmoqqa kirishga qaraganda ancha mushkul.

Tadbirkorning faoliyat sohalarini tanlashi to'rtta umumiy biznes turlarini tanlash asosida amalga oshiriladi (2.1.1-jadval).

Biznesda muvaffaqiyatga erishish uchun tadbirkor nafaqat bozorni to'g'ri tanlay bilishi, balki unda hali raqobatchilar tomonidan egallab olinmagan, tor bo'lsada o'z o'rnini, sohasini topa olishi zarur. Ayniqsa, bunda bozorning "bo'sh, to'yinmagan" qismini topish kerakki, shundagina sizning ishlab chiqarish yoki tijoratingiz foydali bo'lishi, gullab yashnashi mumkin.

2.1.1-jadval

Biznesning asosiy turlari

Biznes turlari	Asosiy vazifalari	Tashkiliy shakllari
Ishlab chiqarish	Tovarlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish	Tijorat tashkilotlari (korxonalar, firmalar, kompaniyalar)
Savdo	Tovarlar va xizmatlarni oldi-sotdi qilish	Savdo tashkilotlari, tovar, xomashyo birjalari
Moliya	Valyuta va qimmatbaho qog'ozlarni oldi-sotdi qilish	Banklar, sug'urta va trast kompaniyalari, fond birjalari
Vositachilik	Tovar va xizmatlar xaridorlari va sotuvchilarining o'zaro aloqalarini yengillashtirish	Brokerlik, rieltorlik firmalari

Bozor "bo'shlig'i" – bu raqobatchilar tomonidan egallanmagan yoki to'liq egallanmagan bozor qismi bo'lib, u muayyan iste'molchilarga mo'ljallangan va tadbirkorga o'z imkoniyatlaridan kengroq foydalanishga imkon beradi.

"Bo'shliq" hajmi bozor segment hajmidan kichik bo'lib, unda odatda raqobatchilar bo'lmaydi. Bu esa bozor "ochligi"ni qidirish va unga kirishning ahamiyati katta ekanligini ifodalaydi.

Ushbu jarayonni aniq cheklangan iste'molchilar guruhi tomonidan o'z faoliyat sohasi miqyosi bo'yicha cheklangan sohalarni tanlashi deb atash mumkin va bu muayyan tadbirkorning nisbiy afzalligiga mos keladi. Bozor "ochligi"ni tanlash deganda, ozgina bo'lsada o'z ustunliklarini, afzalliklarini zarur darajada qo'llash maqsadida tadbirkorning "o'yinni kerak bo'lsa o'z maydoniga o'tkazishi" tushuniladi. Ko'pchilik rivojlangan xorijiy kompaniyalar, firmalar tajribalaridan ma'lumki, muvaffaqiyat qozongan deyarli barcha korxonalar o'z tarmoqlarida shunga o'xshash operatsiyalarni amalga oshirganlar.

Bozorning "bo'sh, to'yinmagan" qismini topish uchun bozorda o'z malaka, qobiliyat va moyilliklaringizni amalda qo'llab ko'rish lozim. Bozorning to'yinmagan qismini darhol, to'ldirish zarur bo'lgan bo'sh joyni, vakuumni qidirishni eslatadi. O'z mohiyatiga ko'ra, bozor "ochligi"

iste'molchilar va jamiyatning qondirilmagan va anglanmagan ehtiyojlarini noan'anaviy, to'liq anglanmagan shakl bilan qondirishni bildiradi.

Istalgan bir mamlakat va hatto respublikamizning an'anaviy, segmentlarga ajralib bo'lgan bozorlarida ham minglab "bo'shliq"larni topish va to'ldirish mumkin. Ko'pchilik zafar qozonayotgan kompaniyalarning asosiy yutug'i yangi mahsulot yaratganligida emas, balki aynan ishlab chiqarayotgan mahsulotni shu bozorga yoki tarmoqqa boshqacha bir tarzda joriy qilganligidadir.

2.2. Korxona (firma, kompaniya)

Bozor iqtisodiyotida korxona – bu subyekt emas, balki ishlab chiqarish obyekti, ya'ni tadbirkorlik faoliyati uchun foydalaniladigan mulk majmuasini anglatadi.

Aynan xususiylashtirilgan mulk fuqarolik huquqiy munosabatlarining huquqiy predmeti hisoblanadi.

Korxonani bunday tushunish quyidagi imkoniyatlarni yaratadi:

- kreditorlarning mumkin bo'lgan talablarini qondirishning kafolatlanishi;
- ta'sischilarning tadbirkorlik tavakkalchiligini kamaytiradi, chunki boshqa xo'jalik muomalasi qatnashchilari, kreditorlar qarzlari bo'yicha ta'sischilar emas, korxona javob beradi.

Korxona – tadbirkorlik obyekti va asosiy xo'jalik birligi bo'lib, unda:

- ishlab chiqarish omillari uyg'unlashtiriladi;
- mahsulotlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishlar amalga oshiriladi;
- uning ta'sischilari maqsadlarini amalga oshirish ta'minlanadi (2.2.1, 2.2.2-chizmalar).

Korxona to'g'risidagi ma'lumot iloji boricha to'liq bo'lishi kerak. Chunki investor korxonaning ishonchliligi va bozordagi o'rnining barqaror ekanligiga ishonch hosil qilishi lozim. Korxona tavsifi o'z ichiga tashkil qilinish tarixi, tashkiliy-huquqiy shakli, adliya vazirligida ro'yxatdan

o‘tganligi to‘g‘risidagi dalillarni va boshqa ma’lumotlarni olishi zarur. O‘zbekiston sharoitida korxonani tashkil qilinish tarixi investorga uning ishbilarmonlik olamidagi o‘rni, xo‘jalik munosabatlaridagi barqarorligi to‘g‘risida axborot berishi mumkin (2.2.3-chizma).

2.2.3-chizmadan ko‘rinadiki, korxonani mavjud korxona negizida tashkil etish, qo‘shib olish, ajratib yuborish, qayta tashkil etish va hokazo usullar bilan tashkil etish mumkin ekan. Lekin qanday bo‘lishidan qat’iy nazar, buning sabablari va maqsadga muvofiqligini ko‘rsatish kerak. Ushbu bo‘limda korxonaning moliyaviy holati ham ifodalanadi (TMZlarning turining muddati va qiymati, aktivlar va qarzlar hajmi, hokazo).

Korxona tashkiliy-huquqiy shakli (THSh). Tadbirkorlik faoliyati va uni amalga oshirishning tashkiliy huquqiy shakllari O‘zbekiston Respublikasining “Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida”gi Qonuni va O‘zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi hamda boshqa me’yoriy-huquqiy hujjatlar orqali tartibga solinadi.

Qonunchilikka ko‘ra, tadbirkorlik faoliyati bilan yuridik va jismoniy shaxslar shug‘ullanishi mumkin. Tashkiliy huquqiy shakl tadbirkorlik faoliyati miqyosi tavsifi, xususiy kapital miqdori, loyihani amalga oshirish muddatlari va yana bir qator omillarga asoslanib tanlanadi.

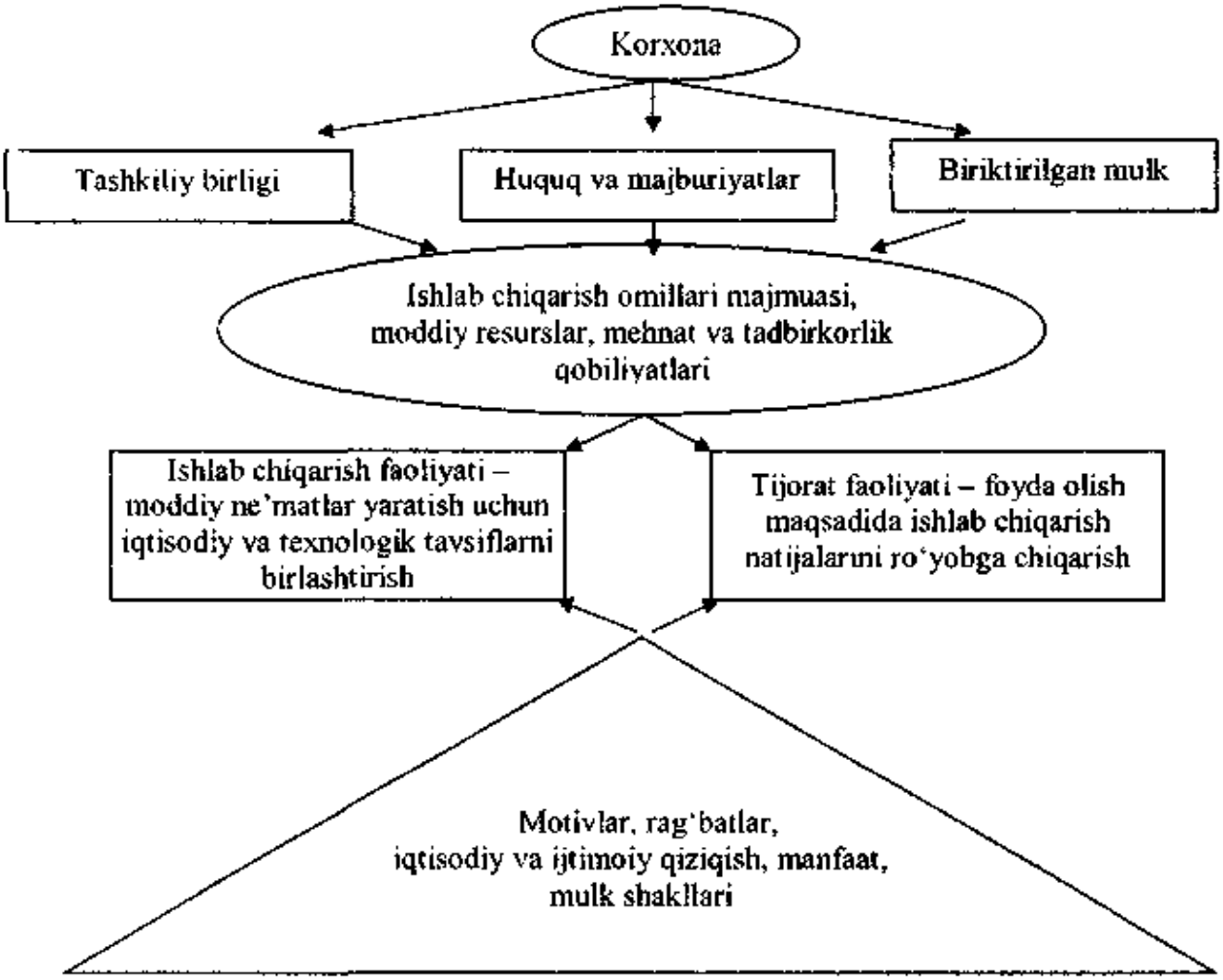
Boshqa tomondan esa tashkiliy huquqiy shaklni to‘g‘ri tanlash loyihani amalga oshirish imkoniyatlarini to‘la ta’minlashi kerak.

Hozirgi paytda O‘zbekiston Respublikasi hududida tadbirkorlik faoliyati 2.2.4-chizmada ko‘rsatilgan shakllarda amalga oshishi mumkin.

Ta’kidlash lozimki, amaldagi qonunchiligimizga ko‘ra notijorat tashkilotlari ham tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanishi mumkin. Ammo ularning asosiy maqsadi bevosita foyda olish emas.

Tashkiliy huquqiy shaklni to‘g‘ri tanlash ko‘p omillarga bog‘liq: tadbirkordagi mavjud pul va moddiy resurslar, uning tashkiliy qobiliyati va shaxsiy tajribasi, faoliyat sohasi, tadbirkorlik loyihasining hajmi va ko‘lami, loyiha amalga oshirilayotgan bozor sharoitlari. Bunda eng muhimi loyihaning tavakkalchilik darajasi hajmi, ya’ni tadbirkor o‘z zimmasiga olishi mumkin bo‘lgan majburiyat katta ahamiyatga ega (2.2.5-chizma).

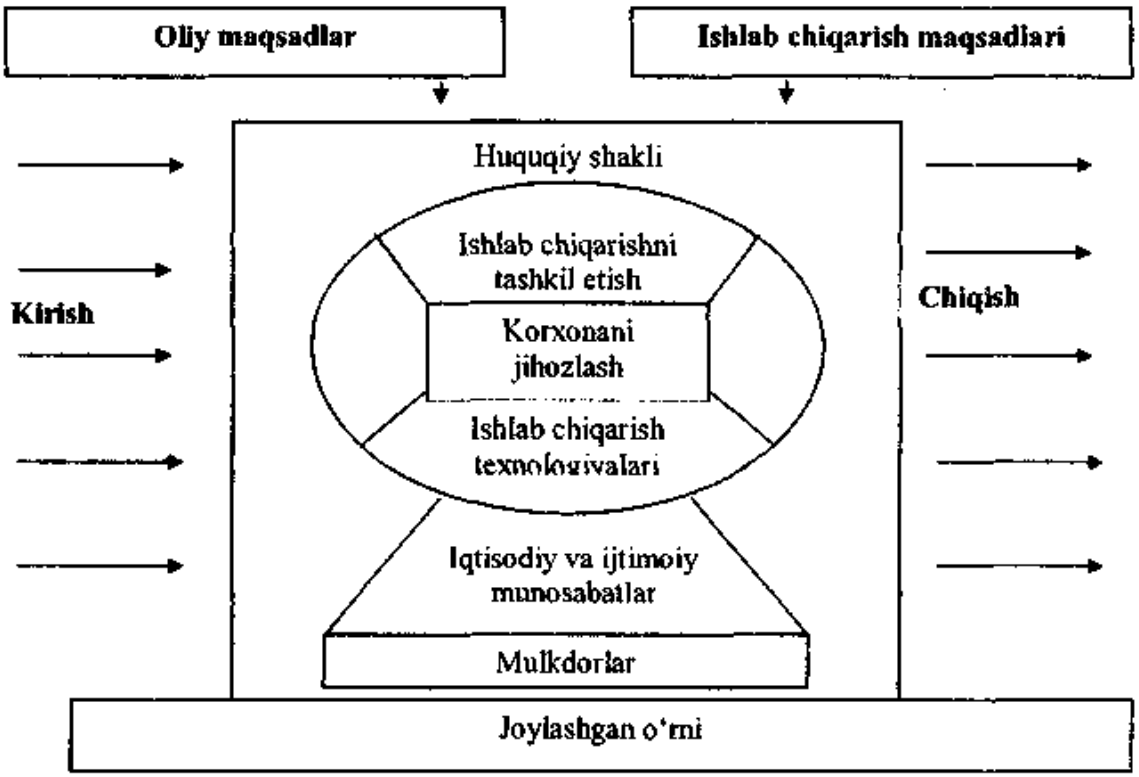
Korxonaning iqtisodiy mazmuni



2.2.1-chizma.

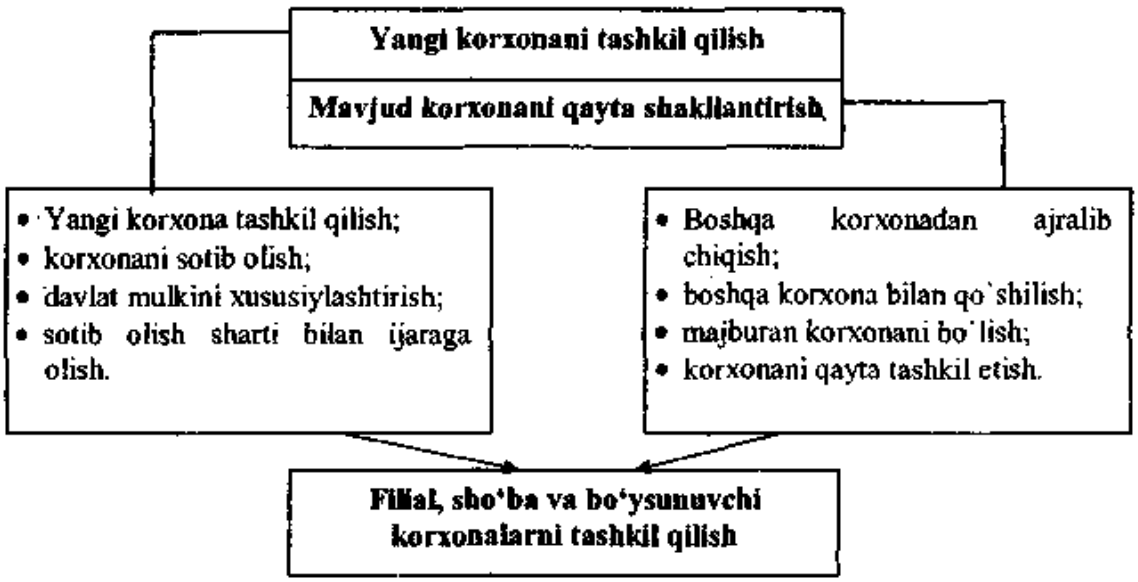
To'liq o'rtoqlik – bu bir necha jismoniy yoki huquqiy shaxsning o'zaro shartnoma asosida foyda olish uchun yuritadigan tadbirkorlik faoliyati. To'liq o'rtoqlik barcha a'zolari sherikchilik bo'yicha barcha majburiyatlarni o'z bo'yniga oladi va o'z mulklari bilan teng ravishda javob beradi. To'liq o'rtoqlik mulki a'zolar qo'ygan ma'lum foizdagi qo'yilmalar asosida vujudga keladi va foyda ana shu qo'yilmalar foizlariga qarab taqsimlanadi. To'liq o'rtoqlik shirkati uning hamma a'zolari saylagan bitta boshqaruvchi tomonidan boshqariladi. Ammo har bir a'zo shirkat nomidan ish ko'rish huquqiga ega. Moddiy javobgarligi darajasi, sheriklarning bir-biriga ishonchi zarurligi, kapitalning faqat shaxsiy qo'yilmalardan iborat ekanligi shuni ko'rsatadiki, bunday tashkiliy-huquqiy shakldagi tadbirkorlik faoliyati faqat mayda biznesga xos va hozirgi paytda keng qo'llanilmayapti.

Korxona ishlab chiqarish tizimi sifatida



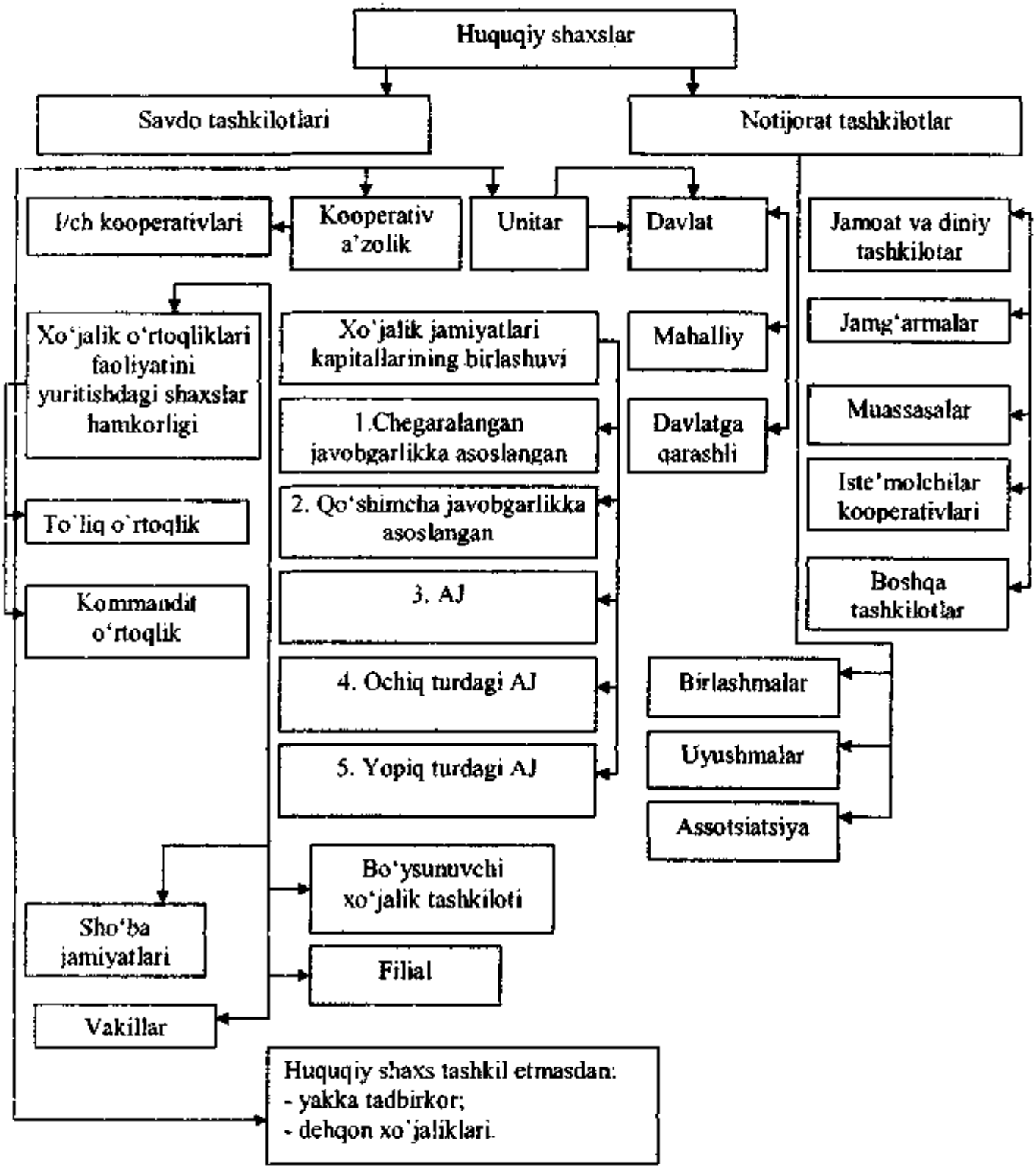
2.2.2-chizma.

Korxona tashkil qilish usullari



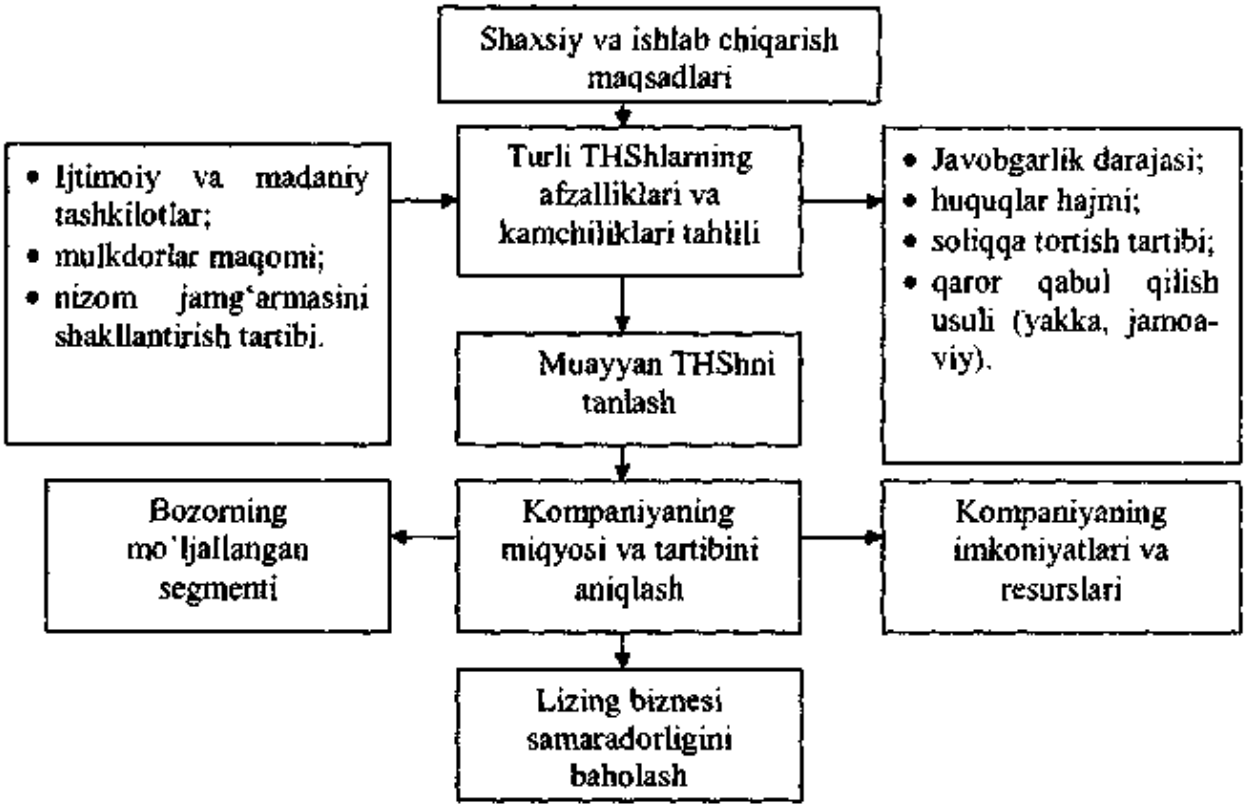
2.2.3-chizma.

O'zbekistondagi tadbirkorlik faoliyatining tashkiliy-huquqiy shakllari



2.2.4-chizma.

Tadbirkorlik faoliyati THShni tanlashning umumiy modeli



2.2.5-chizma.

Ishonch asosidagi sherikchilikda faoliyat yuritadigan va moddiy javobgarlikka ega bo'lgan shaxslardan tashqari, o'z sarmoyasini kirituvchi, lekin tadbirkorlik faoliyatida qatnashmaydigan, kiritgan sarmoyasi hisobiga daromad oladigan qo'yilma egalari (kommondistlar) ishtirok etadi. Ular mulkdorlarga kirmaydilar. Buning eng asosiy afzalligi shundaki, ishonch asosidagi sherikchilikda qo'shimcha sarmoya kiritish imkoniyati mavjud.

Mas'uliyati cheklangan jamiyat – bu bir necha shaxs tomonidan tuziladigan va nizom jamg'armasi ta'sis shartnomasiga ko'ra ulushlarga (paylarga) ajratilgan tashkilot. Mas'uliyati cheklangan jamiyat a'zolari majburiyatlari bo'yicha javob bermaydilar, balki kiritgan qo'yilmalari bo'yicha zararlar ko'rish tavakkalchiligini bo'yniga oladilar. Qonunda jamiyat a'zolari va nizom jamg'armasi bo'yicha chegaralar mavjud. Aksiyadorlik jamiyatidan farqli o'laroq, ma'suliyati cheklangan jamiyatni

paychilik kapitali vujudga keltiriladi, lekin bu paylar qimmatli qog'oz hisoblanmaydi va qog'ozlar bozoriga chiqarilmaydi. Mas'uliyati cheklangan jamiyat asosan yirik bo'lmagan va kichik korxonalar ichida keng tarqalgan. U boshqarishda juda qulay va xo'jalik sherikchiligi bilan bir xil afzalliklarga ega, lekin uning farqli tomoni jamiyat a'zolari o'z foizlari hisobidan moddiy javobgarlikka ega.

Aksiyadorlik jamiyati deb, nizom jamg'armasi ma'lum aksiyalar soniga bo'lingan jamiyatga aytiladi. Jamiyat a'zolari moddiy javobgar emaslar va aksiyalari qiymati bo'yicha zarar ko'rish tavakkalchiligini o'z bo'yniga oladilar. O'z aksiyalarini bemalol sotish va sotib olish huquqiga ega jamiyat **ochiq aksiyadorlik jamiyati** deyiladi. Aksiya faqat uning a'zolariga sotiladigan va ochiq sotilmaydigan jamiyat **yopiq aksiyadorlik jamiyati** deyiladi. Aksionerlik jamiyatining nizom jamg'armasi aksiyadorlar sotib olgan aksiyalarning nominal summasi qiymatidan kelib chiqadi va bu qonunda ko'rsatilgan mablag'lardan kam bo'lmasligi lozim.

Aksiyadorlik jamiyatini boshqarish aksiyadorlar yig'ilishida, ular topshirig'iga asosan direktorlar kengashi va ijro etuvchi tizim orqali amalga oshiriladi.

Aksiyadorlik jamiyati quyidagi afzalliklarga ega:

- aksiya chiqarish orqali cheklanmagan miqdorda mablag'lar jalb qila olish;
- aksiyadorlarning jamiyatdagi ta'sir qilish doirasi o'zi kiritgan mablag'i bilan chegaralanadi;
- a'zolarning soni korxona faoliyatiga katta ta'sir ko'rsatmaydi;
- tashkiliy rasmiylashtirish aksiyador tashkiloti organlari doirasidagi nazorat vazifalarini taqsimlashga yordam beradi, ya'ni qaror qabul qilish jarayonida faqat malakali mutaxassislar ishtirok qiladilar;
- aksiyadorlikdan chiqish tartibining osonligi.

Bu va boshqa afzalliklar shuni ko'rsatadiki, AJ yirik biznesda keng tarqalgan bo'lib, u yirik va uzoqni ko'zlaydigan loyihalarni amalga oshirishda qo'llaniladi.

Sanab o'tilganlardan tashqari tadbirkorlik loyihasida davlat, mahalliy va notijorat tashkilotlari ishtirok etishlari mumkin.

Loyihani amalga oshirish uchun yetarli resurslarga ega va yakka qaror qabul qilishga moyil shaxs o‘z faoliyati uchun to‘liq moddiy va huquqiy javobgarlikni o‘z zimmasiga oluvchi kichik firmaning yakka xo‘jayini bo‘lishni afzal ko‘radi va u **yakka tadbirkor** bo‘ladi. Ushbu tadbirkorlikning afzalligi uning kam mablag‘ talab etishi, qulayligi bilan ifodalanadi.

Ammo katta moliyaviy resurslar talab qilinganda va shaxsiy javobgarlik, tavakkalchilik ko‘lami juda katta bo‘lganda hamda yirik loyihalar amalga oshirilganda boshqa THShlar, jumladan, xo‘jalik shirkatlari va xo‘jalik jamiyatlari tuzish maqsadga muvofiqdir.

Tadbirkorlik rejasining bo‘limlarida quyidagi ma’lumotlar keltiriladi.

1. Korxonaning to‘liq va qisqartirilgan nomi.
2. Ro‘yxatdan o‘tkazilgan sanasi, ro‘yxatdan o‘tkazganlik to‘g‘risidagi guvohnoma raqami, korxonani ro‘yxatdan o‘tkazgan tashkilot nomi.
3. Korxonaning huquqiy va pochta manzili: indeks, respublika, viloyat, avtonom respublika va h.k.
4. Yuqori turuvchi tashkilot.
5. Faoliyat turi.
6. Korxonaning tashkiliy huquqiy shakli.
7. Mulk shakli, davlat kapitalidagi ulushi.
8. O‘zR monopol korxonalari reyestriga kiritilgan-kiritilmaganligi.
9. Bank rekvizitlari.
10. Korxona ro‘yxatdan o‘tgan soliq idorasining manzili.
11. Korxonaning tashkiliy tuzilishi.
12. Korxona ma’muriyati xodimi (ismi, sharifi, telefon raqami, faks raqami).
13. Korxona faoliyati natijalariga javob beruvchi menejerlarga tavsiflar (yoshi, ma’lumoti, malakasi, undan oldingi 3 ta lavozimi va ish joyi, har bir ish joyida ishlagan muddati, korxonada qanchadan buyon ishlayotganligi).

Izoh:

1. 1, 3, 5, 6-bandlar korxonaning ta’sis hujjatlari yordamida to‘ldiriladi. Shu band va 4, 6-bandlar THSh, MSh, MXOBT, KTUT, XXTUT kodlari ko‘rsatiladi.

2. 2-band korxonani ro'yxatdan o'tkazgan organ tomonidan berilgan ro'yxatdan o'tkazganligi to'g'risidagi guvohnomaga asosan to'ldiriladi.

3. 8-band antimonopol tashkilot tomonidan berilgan ma'lumotnomaga asosan to'ldiriladi.

4. 9-band korxonaning hisob raqami, MFOsi, nomlanishi, korrespondent hisob raqami hamda korxonaga xizmat ko'rsatuvchi bankning aloqa va huquqiy manzillari yoziladi.

5. 10-bandda korxonaning nazorat qiluvchi soliq idorasining manzili yoziladi. Soliq idorasi tomonidan berilgan, ro'yxatdan o'tkazilgan sanasi va raqami yoziladi.

6. 11-band korxonaning barcha bo'linmalari va filiallarining nomlanishini o'zida aks ettiradi. Korxonaning tashkiliy tuzilmasi chizma shaklida keltiriladi.

7. 12, 13-bandlarda mansabdor shaxslarning quyidagi ma'lumotlari keltiriladi:

- ismi, sharifi, otasining ismi;
- telefon va faks raqami;
- yoshi;
- ma'lumoti va malakasi, diplom bergan muassasa nomi;
- ushbu korxonada ishlayotgan muddati.

Nazorat uchun savollar

1. Korxonaga tavsif bering.
2. Tadbirkorlik faoliyati sohasini tanlashning asosiy omillarini aytib o'ting.
3. Biznesning asosiy turlariga tavsif bering.
4. O'zbekistonda tadbirkorlikning qanday tashkiliy huquqiy shakllari mavjud?
5. Aksiyadorlik jamiyati deganda nimani tushunasiz?
6. Aksiyadorlik jamiyati qanday afzalliklarga ega?
7. Korxona tashkil qilishning qanday shakllari mavjud?

Mavzuga doir testlar

1. Tadbirkorlik rejasining birinchi bo'limi asosan nimadan tashkil topadi?

A) tarmoqni tavsiflashdan

B) ishlab chiqaradigan mahsulot turlarini tavsiflash

C) raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish

D) iste'molchilar daromadini tahlil qilish.

2. Raqobatchilar tomonidan egallanmagan yoki to'liq egallanmagan bozor qismi – bu:

A) bozor segmentlari

B) bozor sig'imi

C) bozor ochligi

D) A), B) va C).

3. Ishlab chiqarish omillari majmuasiga quyidagilardan qaysilari kiradi?

A) nomoddiy resurslar, mehnat va tadbirkorlik qobiliyatlari;

B) moddiy resurslar, tadbirkorlik qobiliyatlari

C) mehnat va tadbirkorlik qobiliyatlari

D) moddiy resurslar, mehnat va tadbirkorlik qobiliyatlari.

4. Foyda olish maqsadida ishlab chiqarish natijalarini ro'yobga chiqarish – bu:

A) tijorat faoliyati

B) ishlab chiqarish faoliyati

C) xizmat ko'rsatish

D) ishlab chiqarish va tijorat faoliyati.

5. Tadbirkorning faoliyat sohasini tanlashidagi asosiy umumiy biznes turlari qaysilar?

A) ishlab chiqarish, savdo, qurilish

B) ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish

C) xizmat ko'rsatish, savdo, moliya

D) ishlab chiqarish, savdo va moliya.

6. Moddiy ne'matlar yaratish uchun iqtisodiy va texnologik tavsiflarni birlashtirish – bu:

A) tijorat faoliyati

B) ishlab chiqarish faoliyati

C) xizmat ko'rsatish

D) ishlab chiqarish va tijorat faoliyati.

7. Tadbirkorlik faoliyati sohasini tanlashning asosiy omillariga quyidagilardan qaysilari kirmaydi?

A) huquqiy va iqtisodiy cheklashlar

B) bozor holatini tahlil qilish

C) korxonani nomini tanlash

D) biznes maqsadlari

8. Yangi korxonani tashkil qilish usullariga quyidagilardan qaysi biri kirmaydi?

A) korxonani sotib olish

B) boshqa korxona bilan qo'shish

C) sotib olish sharti bilan ijaraga olish

D) davlat mulkini xususiylashtirish.

9. Mavjud korxonani qayta shakllantirishga quyidagilardan qaysi biri kiradi?

A) majburan korxonani bo'lish

B) yangi korxona tashkil qilish

C) sotib olish sharti bilan ijaraga olish

D) davlat mulkini xususiylashtirish.

10. Bir necha jismoniy yoki huquqiy shaxsning o'zaro shartnoma asosida foyda olish uchun yuritadigan tadbirkorlik faoliyati – bu:

A) ma'suliyati cheklangan jamiyat

B) aksiyadorlik jamiyati

C) ochiq turdagi aksionerlik jamiyati

D) to'liq o'rtoqlik.

III BOB. MAHSULOT VA XIZMATLARNI TANLASH

3.1. Tovar va tadbirkorlik g'oyasini ishlab chiqish jarayoni

Loyiha amalga oshirilganda bozorga taklif qilinadigan mahsulot yoki xizmat turlari tadbirkorlik loyihasining markaziy qismi hisoblanadi.

Har qanday tadbirkorlik loyihasi mahsulot, tovar ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish g'oyasining shakllanishidan boshlanadi. Mahsulot to'g'risidagi g'oya yangi, ajoyib bo'lishi zarur. G'oya yangi bo'lmasada, biznes gullab-yashnashi uchun to'siq bo'lmaydigan bo'lishi zarur. Agar g'oya negizida bozorda talab bo'lmagan xizmat turi yoki mahsulot yotsa, bu g'oya samarasiz hisoblanadi. Korxona uchun eng ideal mahsulot – bu bozorda raqobatchilari yo'q bo'lgan mahsulot. Ammo rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitida bunday mahsulot ishlab chiqarish oson ish emas. Shu sababli ishlab chiqarilishi rejalashtirilayotgan mahsulotning g'oya shakllangan paytdayoq bozor qiymatini aniqlash lozim.

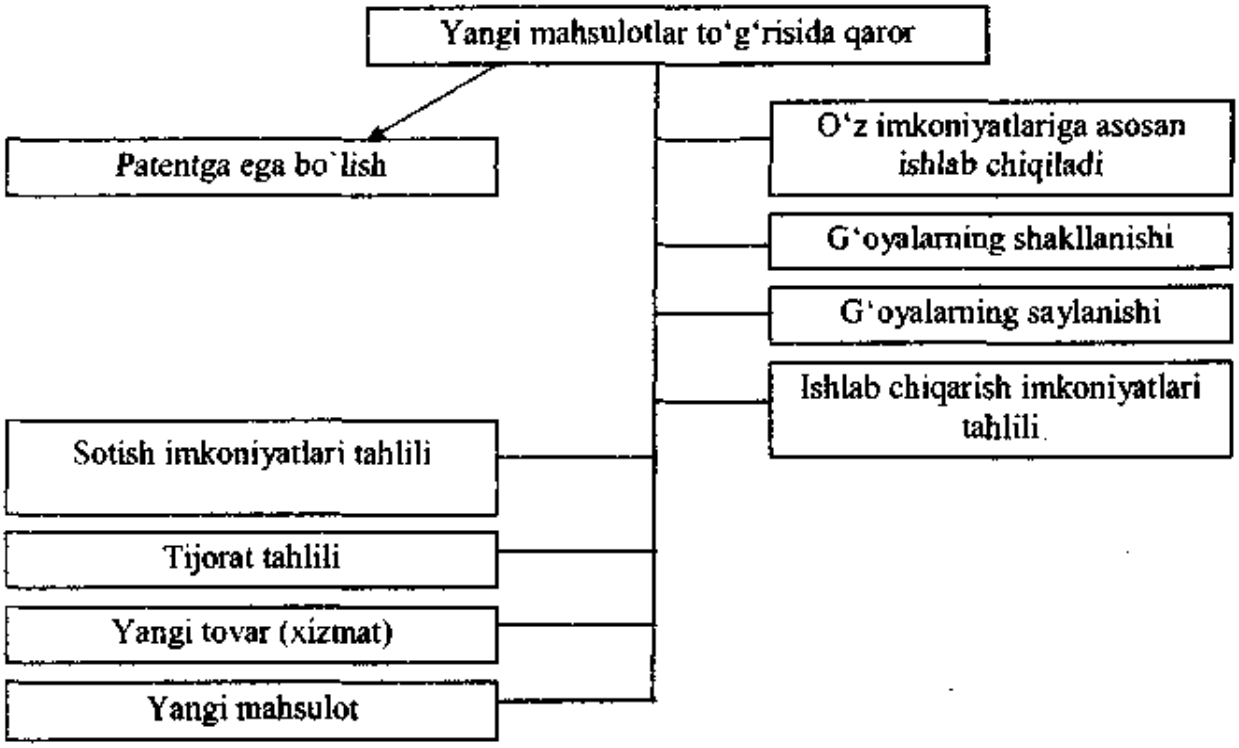
Tajribalar shuni ko'rsatadiki, har qanday mahsulot biror turdagi tovarga aylanishi uchun bir necha bosqichlardan o'tishi lozim.

Biror mahsulotni ishlab chiqarish uchun, oldin u haqda "60 ga yaqin" g'oyaviy tasavvur bo'lishi zarur. Quyidagi 3.1.1-chizma mahsulotni ishlab chiqarish tajribasi, uning haqiqiy tovarga aylanish bosqichlarini ko'rsatadi.

Ba'zan yangi ish boshlagan tadbirkor ish jarayonida o'z g'oyalariga shunday singib ketadiki, natijada boshlayotgan faoliyatining o'zini oqlashini hisoblab chiqmaydi. Lekin ertami-kechmi, mahsulot ishlab chiqarishning haqiqiy sharoitlari bilan to'qnashishga to'g'ri keladi.

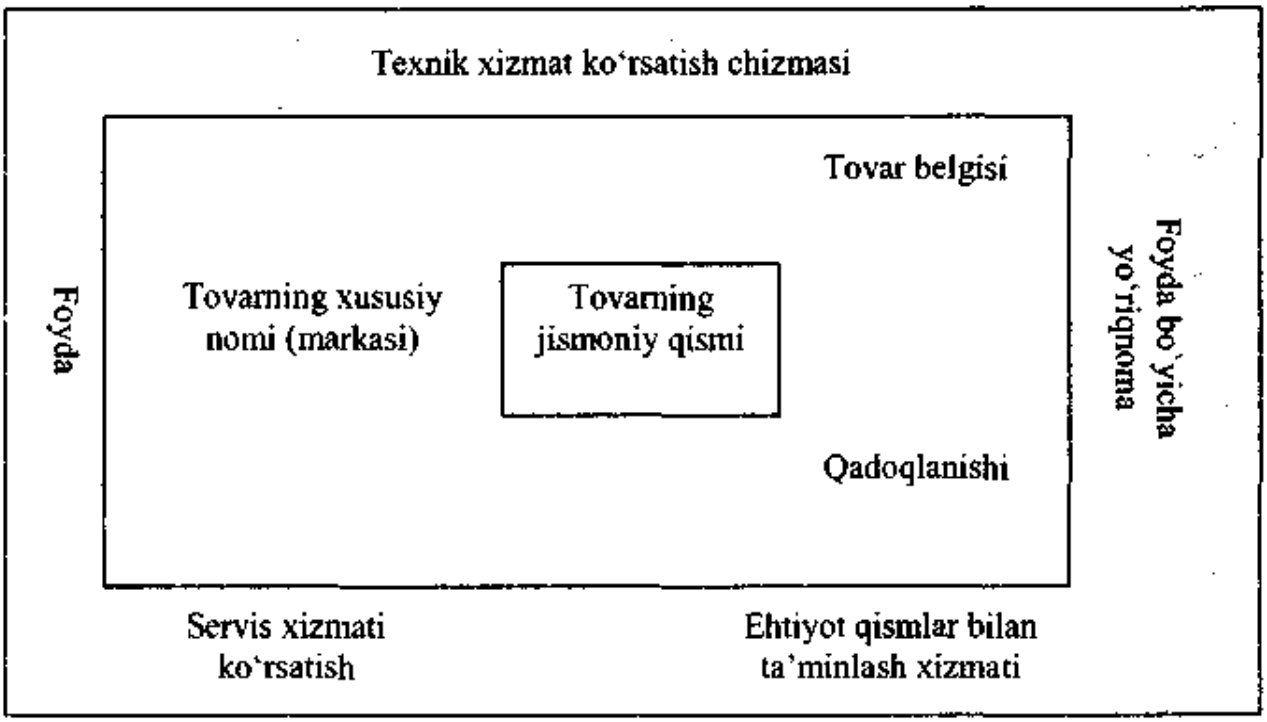
Ushbu mavzu oxiridagi keltiriladigan testlar orqali tadbirkor o'z g'oyasini aniq baholashi mumkin. Agar u savollarga javob berishga qiynalsa yoki ularga qanday javob berishni bilmasa, unda tadbirkor yana bir marta o'z g'oyasini qayta ko'rib chiqishi lozim. Mahsulotni ishlab chiqishda va uni biznes-rejada ifodalashda tadbirkor mahsulotini yoki xizmatini bozorga sotish uchun yo'naltirilgan tovar sifatida tasavvur etishi mumkin. Quyidagi 3.1.2-chizma o'zining iste'mol qiymati bilan kishilarning u yoki bu ehtiyojlarini qondiruvchi tovarni marketing nuqtayi nazaridan yoritishga imkon beradi.

Tovar ishlab chiqarish jarayoni



3.1.1-chizma.

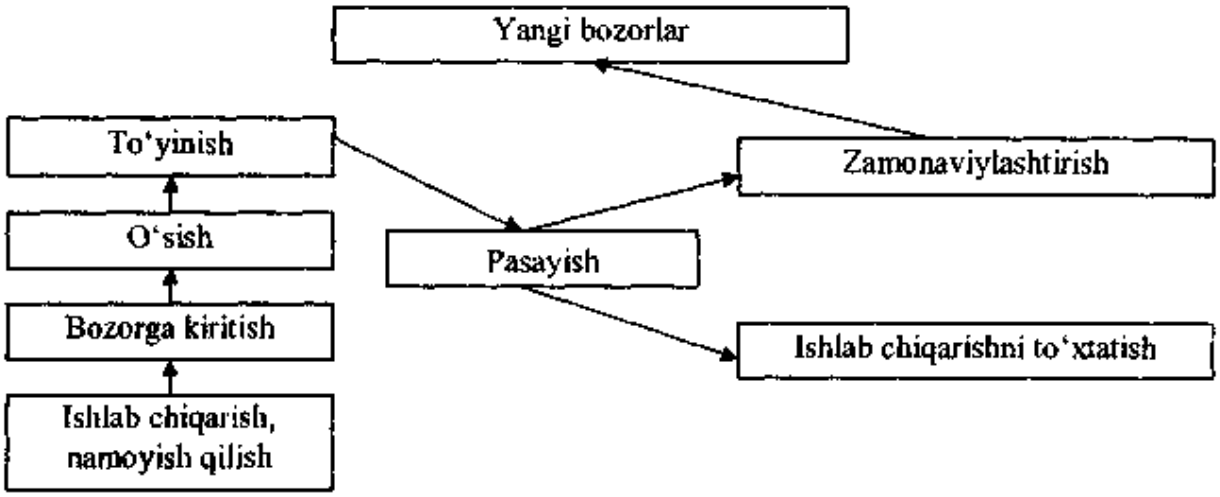
Marketingda "tovar" tushunchasi



3.1.2-chizma.

Mahsulotni ishlab chiqarish va sotishga ta'sir qiluvchi yana bir omil bu mahsulotning hayotiylik siklidir. Har bir mahsulot hayotiy sikli o'z ichiga bir necha bosqichlarni oladi (3.1.3-chizma va 3.1.1-jadvalga q.). Mahsulotning bosqichlardan o'tish tezligi bir necha omillarga bog'liq.

Tovar va xizmatlarning hayotiylik sikli



3.1.3-chizma.

3.1.1-jadval

Tovar hayotiylik sikli bosqichlarini asosiy tavsiflari va korxonaning shunga mos marketing tadbirlari

	Tovar hayotiy sikli bosqichlari				
	Yaratish, ishlab chiqish	**Bozorga kiritish**	**Ekspan-siya, o'sish**	**Yetilish, bozorning to'yinishi**	**Pasayish, inqiroz**
Sotish	Yo'q, tajribali sotish imkoniyatlari	Zaif	Tez o'suvchan	Sekin o'suvchan	Pasayuvchi, yangi bozor-lar qidirish
Foyda	Yo'q	Minimal yoki nollik foyda, zararlar	Ko'p	Barqarorlash adi va pasa-yish boshlanadi	Past yoki zarar ko'ra boshlaydi
Iste'molchilar	Yo'q	Yangi narsaga qiziquvchilar	Kengayib boruvchi ommaviy bozor	Ommaviy bozor	Konservativ
Raqobatchilar soni	Yo'q yoki yagona potensial	Uncha ko'p emas	O'sib boruvchi	Ko'p	Juda ko'p
Asosiy strategik urinishlar	Bozorning "to'yinmagan" qismini izlash	Bozorni kengaytirish	Bozordagi holatni tasdiqlash		

Mahsulotning hayotiylik sikllarini harakatidan oldin bilish tadbirkorga o‘z vaqtida mahsulot ishlab chiqarish bo‘yicha to‘g‘ri qarorlar qabul qilishga yordam beradi. Mahsulotga bo‘lgan talab pasayishidan saqlanish uchun tadbirkor chora ko‘rishda quyidagilarga e’tibor berishi lozim. Narx, mahsulotni sotish kanallari, reklama, ishlab chiqarish obyektlari va mahsulotning bozordagi harakatini tartibga solib turish.

3.2. Tovarlar tasnifi

Ishlab chiqariladigan tovarni iste’mol qilish xarakteri bo‘yicha aniqlash maqsadga muvofiq, ayniqsa ishlab chiqarish va iste’mol uchun mo‘ljallangan tovarlar farqini bilish lozim va buni biz 3.2.1-jadval va 3.2.1-chizmada keltirib o‘tamiz.

Biznes rejada bozorga taklif etilayotgan har bir tovar yoki xizmat turi batafsil yoziladi. Eng avvalo, tovarning xaridorlar va ishlab chiqaruvchilar uchun samarasiga aniq baho berish lozim. Shu bilan birga tovarning boshqa tovarlardan ajralib turadigan yangi yoki boshqa tovarda kam uchraydigan tomonlarini ham ko‘rsatish lozim.

Tovarga tavsif berganda birinchi navbatda quyidagilarni aniqlash lozim:

- u qaysi talabni qondira oladi;
- bu tovar yoki xizmat qanday sotiladi;
- ushbu tovarga talab qay darajada o‘zgaruvchan;
- bu tovar qay daraja qimmat va u qaysi guruh iste’molchilari uchun mo‘ljallangan;
- tovar qanday ishlab chiqariladi;
- tovar ishlab chiqarish bo‘yicha doimiy xarajatlar qanday;
- bu tovarni kimlar o‘zlashtirishi zarur (yirik, mayda firma);
- tovar yoki xizmatlar tahlili quyidagi savollarga javob topishni taqozo qiladi: nima uchun iste’molchi aynan shu tovarni sotib oladi? Boshqalar bilan solishtirganda uning afzallik tomonlari va farqlari nimalardan iborat?

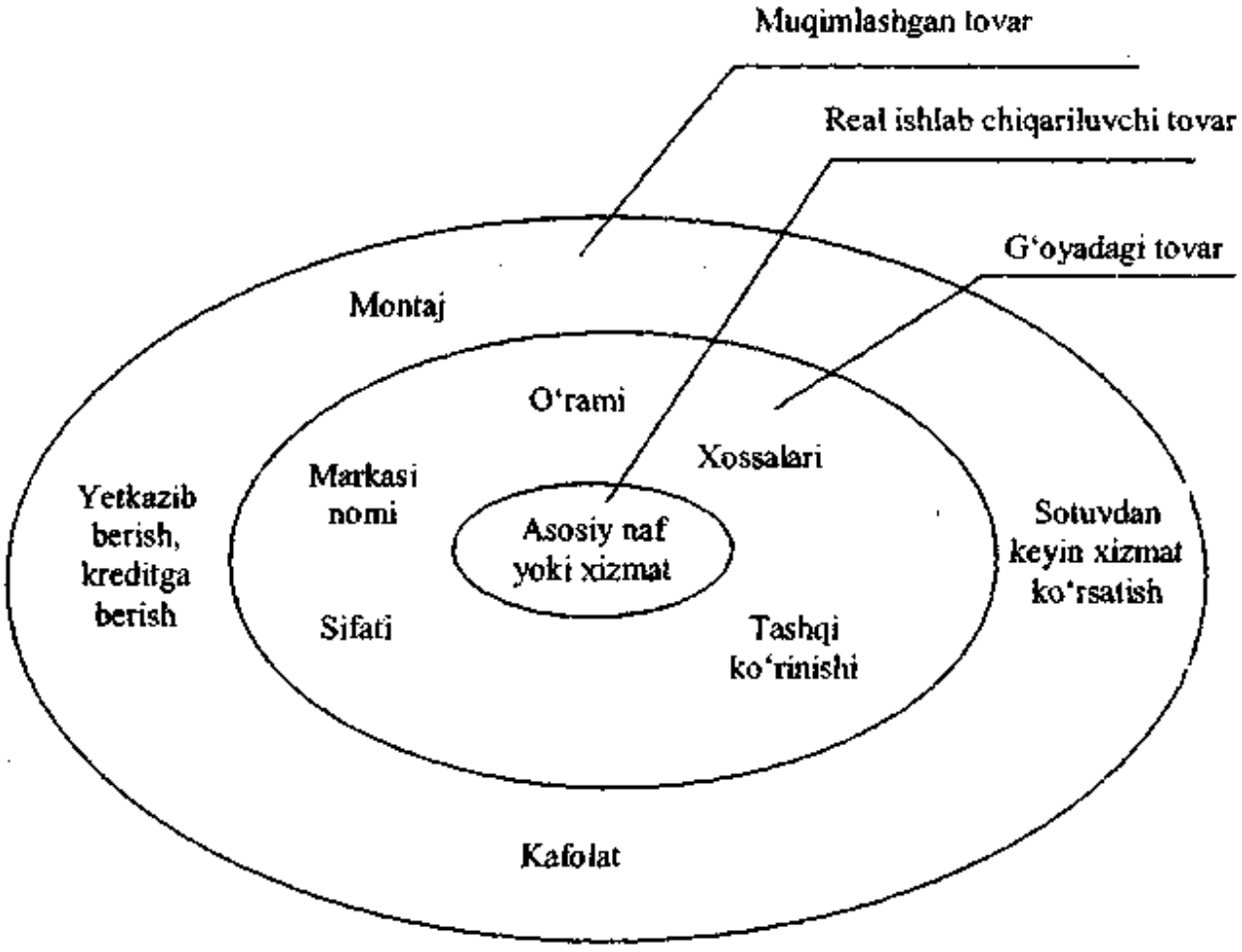
Mahsulot real iste’molda 5 ta sifatga ega bo‘lishi lozim: sifat darajasi, xususiyatlar yig‘indisi, spetsifik tuzilish, marka nomi va maxsus qadoqlash. Qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatish tovarni mustahkam tovar qilib qo‘yadi.

3.2.1-jadval

Tovarlar tasnifi

Tasnif belgilari	Tovarlar
Moddiyligi	Mahsulot, xizmat
Iste'mol xarakteri	Keng iste'mol uchun, ishlab chiqarish uchun
Muddatiylik darajasi	Uzoq muddat foydalanish uchun, qisqa muddat foydalanish uchun
Ishlab chiqarish usuli	Oldindan bozorda mavjud, kam uchraydigan, noyob
Qayta ishlanganlik darajasi	Xomashyo, yarim fabrikatlar va qismlar, tayyor mahsulot
Ishlab chiqarish jarayonida qatnashish darajasi	Materiallar va butlovchi qismlar, kapital, mulk, yordamchi materiallar va xizmatlar
Talab xarakteri	Kundalik talab, dastlabki tanlov, maxsus talab, passiv talab
Maqsadi va bahosi	Favqulotda holatlar uchun, imij, oliy kategoriyali noyob buyumlar

Tovarning uch darajasi



3.2.1-chizma.

Ushbu mahsulotni ishlab chiqarish uchun korxonada qanday o‘zgarishlar sodir bo‘lishi lozim:

- ishchilarning malakasiga bo‘lgan talab qanday o‘zgaryapti, ishchilarni malakalisiga almashtirish shartmi, zarur malakaga ega bo‘lgan ishchilarni qayerdan topsa bo‘ladi;
- qancha xodimni qayta o‘qitish yoki maxsus tayyorlash zarur;
- ishlatiladigan mahsulot yoki yetkazib beruvchilar o‘zgaryaptimi;
- texnologiya qanday o‘zgaryapti va yangi uskunalar zarurmi;
- yangi ilmiy izlanishlarga zarurat bormi.

3.2.2-jadval

Ishlab chiqarish va iste’mol uchun mo‘ljallangan tovarlarning farqli jihatlari

Ishlab chiqarish uchun mo‘ljallangan tovarlar	Iste’mol uchun mo‘ljallangan tovarlar
Bilvosita talab	Bevosita talab
Tashkilot, firma uchun sotib olinadi	Shaxsiy foydalanish uchun sotib olinadi
Mijozlar kam	Mijozlar ko‘p
Qaror qabul qiladigan kishilarni aniqlash murakkab	Qaror qabul qiladigan kishilarni aniqlash oson
Oldi-sotdi jarayoni murakkab	Oldi-sotdi jarayoni oddiy
Qisqa seriyada ishlab chiqariladi	Uzun seriyada ishlab chiqariladi
Xarid motivlari nisbatan ratsional	Xarid motivlari emotsional yoki irratsional
Murakkab tovarlar	Oddiy tovar
Xarid bahosi yuqori	Xarid bahosi yuqori emas
Texnik xizmat ko‘rsatishga ehtiyoj katta	Texnik xizmat ko‘rsatishga ehtiyoj katta emas
Tor, ammo chuqur axborot	Keng, ammo sayoz axborot
Bevosita sotish qiymati yuqori	Bevosita sotish qiymati past

O‘tkazilgan tahlilning natijasi yangi tovar yoki xizmatni o‘zlashtirish va uni moliyalashtirish to‘g‘risida xulosa chiqarishga imkon beradi.

3-test

Sizning g‘oyangiz

1. Tovarlar bo‘yicha g‘oyangizni aniqladingizmi? Ha/Yo‘q.
2. O‘z g‘oyangiz bo‘yicha bozorda tadqiqot o‘tkazdingizmi? Ha/Yo‘q.
3. Biznesingizni bozorning qaysi sektorida yuritishni aniqladingizmi? Ha/Yo‘q.
4. Bu segment biznes qilish uchun yetarli darajada kattami? Ha/Yo‘q.
5. Bo‘lg‘usidagi iste’molchilaringizni o‘rganib chiqdingizmi? Ha/Yo‘q.
6. Hozirgi vaqtda siz ishlab chiqarmoqchi bo‘lgan tovar bo‘yicha foyda va afzalliklar, bozor segmenti aniqlanganmi? Ha/Yo‘q.
7. Hozirda mavjud bo‘lgan talablar asosida tovar ishlab chiqarasizmi? Ha/Yo‘q.
8. Sizning tovaringiz raqobatchilar tovarlaridan ajralib turadimi? Ha/Yo‘q.
9. Kelajakda sizning buyurtmachilaringiz qancha tovar sotib olishi va bu qachon sodir bo‘lishini hisoblab chiqdingizmi? Ha/Yo‘q.
10. Mahsulotingiz qanday sotilishini aniqladingizmi? (bevosita, chakana, distribyutorlar orqali) Ha/Yo‘q.
11. Bozorning qancha ulushini egallay olishingizni real aniqladingizmi? Ha/Yo‘q.
12. Kelgusi bir necha yilda bozorning o‘sish ehtimolliklari mavjudmi? Ha/Yo‘q.
13. Potentsial buyurtmachilar bilan suhbatlashdingizmi va mahsulotingiz ularga yoqdimi? Ha/Yo‘q.
14. Sotuvning sinov turini o‘tkazdingizmi va u siz qilgan hisob-kitoblarni oqladimi? Ha/Yo‘q.
15. Mahsulotingiz loyihangiz obro‘sini oqlaydimi? Ha/Yo‘q.
16. Mahsulotingizni sotish bahosini aniqladingizmi? Ha/Yo‘q.
17. Mahsulotingiz qanday ishlab chiqarilishini bilasizmi? Ha/Yo‘q.

18. Ishlab chiqarishning tahliliy xarajatlarini aniqlay olasizmi? Ha/Yo'q.

19. Qo'shimcha xarajatlar (telefon, issiqlik, yorug'lik va h.k.) haqida nimalarnidir bilasizmi? Ha/Yo'q.

20. Kelgusidagi daromadingiz qancha bo'lishini va ularni qachon olishingizni hisobladingizmi? Ha/Yo'q.

21. Biznesingiz yashashingiz uchun yetarli daromad bera oladimi? Ha/Yo'q.

22. Biznesingizni qanday xavf-xatar kutishini bilasizmi? Ha/Yo'q.

23. Bu xavf-xatarlarning qay birisi bilan to'qnash kelishingiz mumkinligini oldindan ayta olasizmi? Ha/Yo'q.

Nazorat uchun savollar

1. Tadbirkorlik g'oyasini ishlab chiqish jarayonini tushuntirib bering.
2. Tovar va xizmatlarning hayotiylik siklini chizma yordamida tushuntiring.
3. Tovarning hayotiylik sikli bosqichlarini sanab o'ting.
4. Ishlab chiqarish va iste'mol uchun mo'ljallangan tavorlarni farqli jihatlarini sanab o'ting.
5. Tovarlarni tasniflovchi belgilar qaysilar?
6. Tovar ishlab chiqarish jarayonini tahlil qiling.

Mavzuga doir testlar

1. Korxona uchun eng ideal mahsulot – bu:

A) bozorda talab shakllanayotgan mahsulot

B) arzon mahsulot

C) bozorda raqobatchilari yo'q bo'lgan mahsulot

D) yuqori narxdagi mahsulot.

2. Tovar va xizmatlar hayotiylik siklining to'yinish bosqichidan keyin qaysi bosqich keladi?

A) pasayish

B) o'sish

C) bozorga kiritish

D) ishlab chiqarish va namoyish qilish.

3. Tovarni yangi bozorlarga olib chiqishdan oldin qaysi bosqich bosib o'tiladi?

A) pasayish B) zamonaviylashtirish

C) bozorga kiritish D) ishlab chiqarishni to'xtatish.

4. Tovarning hayotiylik siklininng qaysi birida foyda va iste'-molchilar bo'lmaydi?

A) yaratish, ishlab chiqish B) bozorga kiritish

C) yetilish, bozorning to'yinishi D) ekspansiya, o'sish.

5. Tovarning bayotiy siklininng qaysi birida sotish hajmi past bo'ladi va raqobatchilar uncha ko'p bo'lmaydi?

A) yaratish, ishlab chiqish B) bozorga kiritish

C) yetilish, bozorning to'yinishi D) ekspansiya, o'sish.

6. Tovarlar ishlab chiqarish jarayonida qatnashish darajasiga qarab qanday tasniflanadi?

A) uzoq va qisqa muddatli foydalanish uchun

B) xomashyo, yarim fabrikatlar va qismlar, tayyor mahsulot

C) materiallar va qismlar, kapital, mulk, yordamchi materiallar va xizmatlar

D) kundalik talab, dastlabki tanlov, maxsus talab, passiv talab.

7. Qaysi tasnif belgisiga ko'ra tovarlarni xomashyo, yarim fabrikatlar va qismlar, tayyor mahsulot kabi turlarga ajratamiz?

A) qayta ishlanganlik darajasi B) talab xarakteri

C) maqsadi va bahosi D) muddatiylik darajasi.

8. Mahsulot real iste'molda qaysi sifatlarga ega bo'lishi lozim?

A) sifat darajasi, xususiyatlar yig'indisi, spetsifik tuzilish, marka nomi va spetsifik qadoqlash

B) sifat darajasi, xususiyatlar yig'indisi, spetsifik tuzilish, spetsifik qadoqlash

C) sifat darajasi, xususiyatlar yig'indisi, spetsifik tuzilish, chidamlilik va marka nomi

D) sifat darajasi, xususiyatlar yig'indisi, spetsifik tuzilish, qo'shimcha funksiyalar va spetsifik qadoqlash.

9. Quyidagilardan qaysi bir jihat iste'mol uchun mo'ljallangan tovarlarning farqli jihati hisoblanmaydi?

A) mijozlar ko'p

B) oldi-sotdi jarayoni oddiy

C) keng, ammo sayoz axborot

D) qisqa seriyada ishlab chiqariladi.

10. Quyidagilardan qaysi bir jihat ishlab chiqarish uchun mo'ljallangan tovarlarning farqli jihati hisoblanadi?

A) bevosita talab

B) qaror qabul qiladigan kishilarni aniqlash oson

C) xarid bahosi yuqori

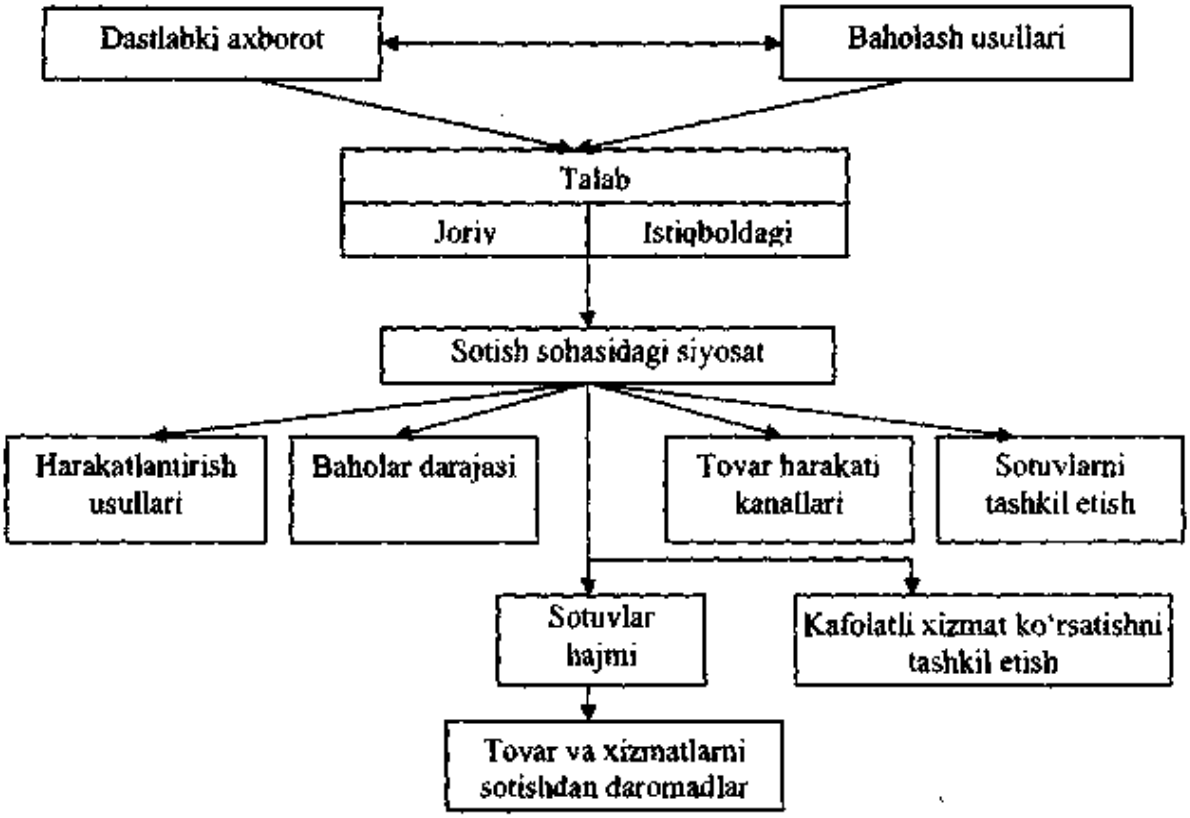
D) keng, ammo sayoz axborot.

IV BOB. BOZOR TAHLILI

4.1. Bozor tadqiqotlari

Har qanday korxona rejasida ularning tovar va xizmatlariga bo'lgan bozordagi talab hajmi, baho shakllanishi, tovarning bozordagi xaridorlari va xarajatlari kabi omillarga asoslangan holda korxonaning kelajakdagi daromadlarining taxminiy hajmi aniqlanadi. Bozor tadqiqotlari xulosalari quyidagilarni o'z ichiga olgan hisobotda o'z aksini topadi (4.1.1-chizma).

Bozor sharoitlarini tadqiq qilishning asosiy mazmuni



4.1.1-chizma.

4.1.1-chizmadan ko'rinadiki, bozor sharoitlarini tadqiq etish mazmuni quyidagilardan tashkil topadi:

- bozor talabini o'rganishda tadqiqot o'tkazish uchun zarur bo'lgan dastlabki axborot;
- tadqiqotda qo'llaniladigan talabni baholovchi uslublar tavsifi;
- tovarlar va xizmatlarga bo'lgan bozor talablari hajmini aniqlash, shu jumladan hozirgi va kutilayotgan talabning hajmi va tarkibi;

- tovarning bozorga yo'naltirish yo'llari va tavsifi;
- tovar va xizmatlar sotuv hajmini baholash bashorati;
- o'z ichiga baholar darajasini va sotuvni olgan, tovarning savdo siyosati tanlovi tavsifi;
- kafolat va ta'mirlashni tashkil etish tavsifi;
- tovar va xizmatlarni sotishdan olingan daromadlarni baholash.

Bozor talabi hajmi – bu ma'lum mintaqadagi va ma'lum muddat mobaynida iste'molchilar tomonidan sotib olingan tovarlar va xizmatlar hajmi. Agar sotish sohasi o'z ichiga viloyat, o'lka, shaharni qamrab olsa, bu bozor *mahalliy bozor* hisoblanadi. Agar soha o'z ichiga butun milliy hududni olsa, bu *mamlakat bozori*dir.

Jahon bozori – bu milliy bozorlar yig'indisi bo'lib, ular orasida xalqaro savdo, shu jumladan xizmatlar va litsenziyalar savdosi va xalqaro kapital ko'chishi amalga oshiriladi.

Bozorning asosan to'rtta shakli ajratiladi:

- raqobatlashgan bozor;
- monopolistik bozor;
- oligopolistik bozor;
- sof monopol bozor.

4.1.1-jadval

Bozorning asosiy shakllari tavsifi

	Firmalarning soni va o'lchamlari	**Mahsulot tavsifi**	**Bozorga kirish va undan chiqish shartlari**	**Axborotlarni olishning osonligi**
Sof raqobat	Ko'p sondagi bir xil tovar va xizmatlar ishlab chiqaruvchi firmalar	Bir turdagi mahsulot	Hech qanday qiyinchilik yo'q	Har qanday turdagi axborotlarni olish imkoniyati
Monopol raqobat	Chekli sondagi korxonalar mavjudligi	Har xil turdagi mahsulot	Hech qanday qiyinchiliklar yo'q	Biroz qiyinchiliklar mavjud
Oligopoliya	Firmalar soni ko'p emas, yirik firmalar mavjud	Har xil yoki bir xil turdagi mahsulotlar	Ayrim to'siqlar bo'lishi mumkin	Ba'zi cheklashlar mavjud
Monopoliya	Bir yoki bir necha yirik firmalar mavjud	Kamyob mahsulotlar	Bozorga kirishda deyarli o'tib bo'lmaydigan to'siqlar	Ba'zi cheklashlar mavjud

Raqobatlashgan bozor ko'pgina bir-biriga o'xshash tovarlar sotadigan sotuvchi va xaridorlar bozoridir. Bunda hech bir alohida sotuvchi yoki xaridor bozordagi baholar darajasiga ta'sir ko'rsata olmaydi.

Monopolistik bozor bu yakka hukmronlik asosidagi bozor bo'lib, unda sotuvchilar yoki ishlab chiqaruvchilarning soni cheklangan bo'ladi, ularning har biri bozor baholariga ta'sir ko'rsata oladigan bozor turidir.

Baholar diapazoni kengligi sotuvchilarning xaridorlarga bir-birining sifati, afzalliklari, tashqi ko'rinishi bilan farq qiluvchi turli tovarlarni taklif qila bilish qobiliyati orqali asoslanadi (4.1.1-jadval).

Endi bevosita sotuvchi va xaridorlar bozori hamda uning o'ziga xosliklari xususida to'xtalib o'tamiz.

Sotuvchi bozori

"Sotuvchi bozori" – bu shunday bozor turiki, unda tovarlarga bo'lgan talab (D) taklifdan (S) yuqori bo'ladi, ya'ni D > S.

"Sotuvchi bozori"ning asosiy jihatlari:
- taqchillikning mavjudligi;
- tovarlar sifatining yetarli emasligi;
- yuqori baholar.

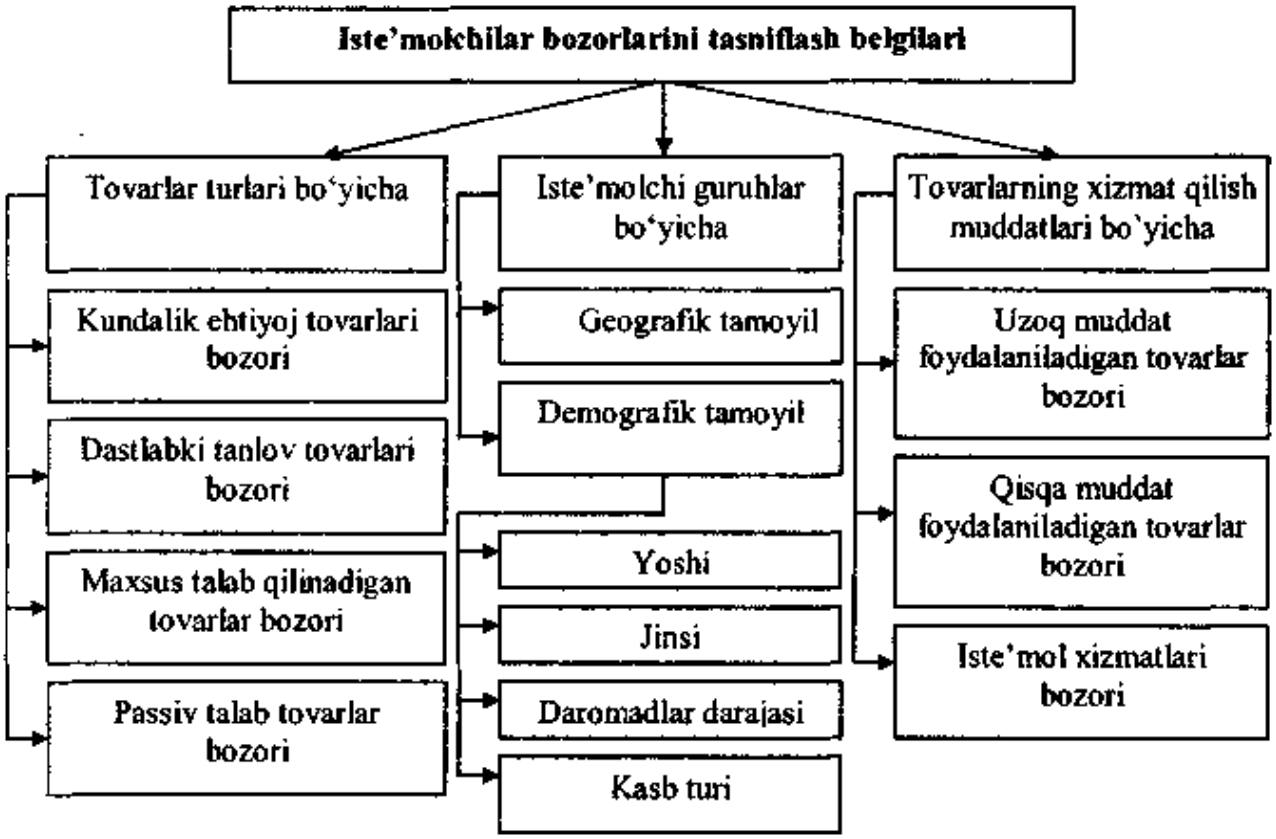
Xaridor bozori

"Xaridorlar bozori" – bu shunday bozor turiki, unda talab (D) taklifdan (S) past bo'ladi, ya'ni D < S.

"Xaridorlar bozori" ning asosiy jihatlari:
- tovar yetishmovchiligi yo'q;
- tovar sifatini yaxshilash tendensiyalari;
- baholarning bir xilligi yoki pasayish tendensiyasi.

Ta'kidlash joizki, bugungi kunda turli iqtisodiy adabiyotlarda har xil mualliflar tomonilan iste'molchilar bozorlarining turli xil tasniflari talqin etiladi. Bizning fikrimizcha, iste'molchilar bozorlarini quyidagicha tasniflash maqsadga muvofiq bo'ladi (4.1.2-chizma).

Iste'molchilar bozorlari tasnifi



4.1.2-chizma.

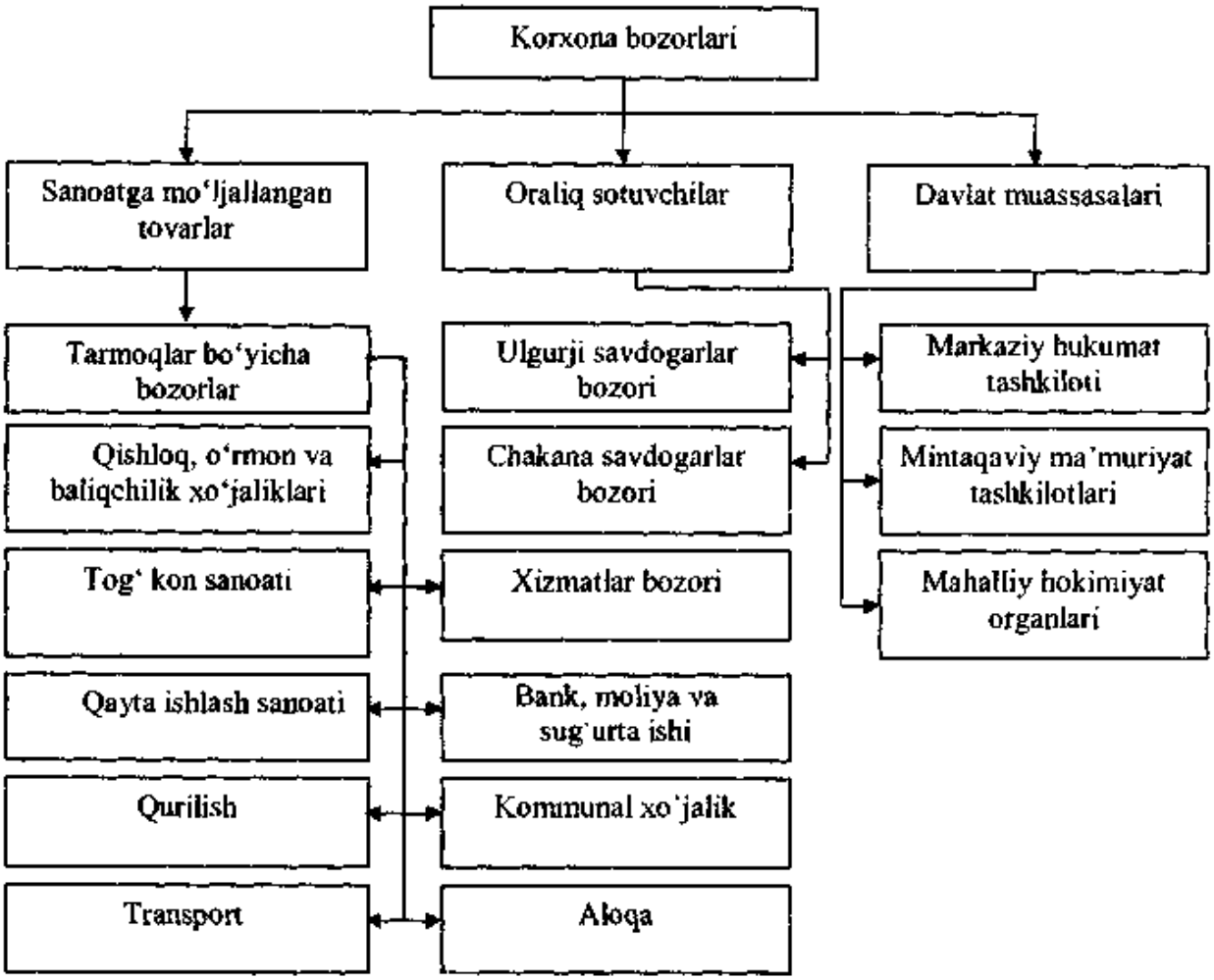
Oligopolistik bozor bir-birining marketing strategiyalari va bahoni shakllantirish siyosatiga ta'sir qiluvchi bir necha sotuvchilardan iborat bozor. Sotuvchilar kam bo'lishi, bu bozorga yangi sotuvchilarning kirib kelishi qiyinligi bilan izohlanadi. Agarda har bir korxona o'z tovarlari bahosini 10% ga kamaytirsa, xaridorlar o'sha sotuvchining tovarlarini sotib ola boshlashadi. Boshqa ishlab chiqaruvchilar esa yo baholarni pasaytirishga yoki qo'shimcha xizmatlar ko'rsatishga majbur bo'ladilar. Agarda korxona baholarni ko'tarsa, boshqa ishlab chiqaruvchilar unga ergashmasliklari ham mumkin. Shunda u o'z baholarini avvalgi holatga tushirishi yoki xaridorlarni yo'qotishi mumkin.

Shuningdek, korxonalar bozorlari ham o'z navbatida bir qancha turlarga tasniflanadi va buni quyidagi 4.1.3-chizmada ko'rishimiz mumkin.

1. Sanoat tovarlari bozorida iste'molchilar, keng assortimentdagi tovarlar bozoridagi iste'molchilarga qaraganda kamroq bo'ladi.

2. Sanoat tovarlariga bo'lgan talab noelastik bo'lib, keng assortimentdagi tovarlarga bo'lgan talabga qarab aniqlanadi, tez o'zgaruvchan bo'ladi.

Korxonalar bozorlari turlari va tavsifi



4.1.3-chizma.

3. Korxonalar bozoridagi xaridorlar o'z sohasini chuqur egallagan mutaxassislar (professionallar) hisoblanadi.

Sof monopoliyada bozorda faqat bitta sotuvchi bo'ladi. Bu davlat tashkiloti, xususiy boshqariluvchi va boshqarilmaydigan monopoliya bo'lishi mumkin.

Bozorning hajmini aniqlash uchun, ushbu tovar bozori konyunkturasi bo'yicha dastlabki ma'lumotlarni aniqlash zarur.

Marketing tadqiqotlari tizimi va statistik ma'lumotlarni chop qilish yaxshi yo'lga qo'yilmagan mamlakatlarda bunday axborotni yig'ish ma'lum qiyinchiliklarni tug'diradi. Bunda dastlabki axborotni yig'ish shu mamlakatda ishlab chiqarilmagan yangi bozorga kirib kelgan tovar uchun ham murakkab hisoblanadi.

Biroq ayrim tovar va xizmatlar turlari uchun ichki bozorda tadqiqotlar o'tkazish zarurati yo'q. Bu ayniqsa, zaxirasi juda ko'p bo'lgan tabiiy resurslardan foydalanishda yoki real xalqaro bozor mavjudligida qo'llaniladi. Masalan, qishloq xo'jaligida ishlab chiqarishning juda ko'p hajmda doimo mavjudligi tufayli o'g'it ishlab chiqaradigan zavodlar bozor konyunkturasini o'rganishi juda muhim emas, chunki o'g'itga doimo cheksiz talab mavjud. Ammo ta'kidlash kerakki, o'g'itlarning har xil turlaridan bozorni to'ldirish uchun ularning turlariga bo'lgan talabni o'rganish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Yangi tovarlar bo'yicha dastlabki axborot sifatida o'xshash tovarlar importi haqidagi axborotlar xizmat qilishi mumkin, shuningdek ijtimoiy-madaniy rivojlanish darajasi bir xil bo'lgan mamlakatlardagi shu tovarlarga bo'lgan talab hajmidan ham foydalanish mumkin.

Bozorda mavjud tovarlar bo'yicha dastlabki axborot shu guruhdagi yoki o'rinbosar tovarlar guruhidagi tovarni sotish bo'yicha ma'lumotlarni hisob-kitob qilishni taqozo etadi. Bunda axborot ikki turga ajratiladi: ma'lum tovar bo'yicha umumiy ma'lumotlar va maxsus ma'lumotlar.

Umumiy ma'lumotlarni ifodalovchi, makroiqtisodiy ko'rsatkichlarni tavsiflovchi ma'lumotlarga quyidagilar kiradi:

- talabga ta'sir qiluvchi demografik va iqtisodiy ko'rsatkichlar: aholi soni, yosh va jins tuzilishi, jon boshiga to'g'ri keladigan daromad, yalpi daromadning o'sishi va taqsimlanishi;
- shu mahsulot iste'moliga ta'sir etuvchi siyosiy barqarorlik, amaliyot va qonunchilik, masalan: importdagi cheklashlar, import bojlari, subsidiyalar, sanoat korxonalarini rag'batlantirish vositalari, kreditlar ustidan nazorat, milliy va xorijiy valyutalarning o'zaro nisbati;
- keyingi uch va besh yil ichida mamlakatdagi ishlab chiqarish darajasi;
- shu davr mobaynida mazkur tovarning natura va pul ko'rinishidagi import ko'rsatkichlari;
- o'xshash va o'rin bosuvchi tovarlar ishlab chiqarish va import hajmi;
- shu tovarlarni ishlab chiqarish bo'yicha mamlakatning iqtisodiy siyosati;
- eksport hajmlari.

Mahsulot bo'yicha maxsus ma'lumotlarni to'plash uchun zarur masshtablar va tadqiqot muddati aniqlanadi hamda statistik va boshqa manbalar ma'lumotlaridan foydalaniladi.

Har bir tadqiqotdagi ma'lumotlar manbayi alohida ko'rsatiladi. Ko'pgina ma'lumotlarni rasmiy nashr qilinadigan axborotlardan olish mumkin. Masalan, turli so'rov natijalari, davlat va institutlar tomonidan o'tkaziladigan tadqiqot natijalari, statistik ma'lumotlar. Bunday ma'lumotlar bozorni tadqiq qilish uchun hamma vaqt ham yetarli bo'lmaydi.

Odatda import va eksport haqidagi ma'lumotlarga davlat organlari ega bo'ladilar. Ammo bu axborotlar umumiy bo'lib, ularni sinflarga ajratish lozim.

Bozorda mavjud bo'lgan mahsulotlarga bo'lgan talab o'tgan 1–2 yil ma'lumotlari asosida baholanadi. Masalan, ma'lum tovarning haqiqiy iste'moli hajmini topish uchun quyidagi formuladan foydalaniladi:

$$S_X = Q_J + (I - E) + (Z_{JB} - Z_{JO})$$

bu yerda: S_X – haqiqiy iste'mol hajmi; Q_J – joriy yilda ishlab chiqarilgan tovarlar hajmi; I – import; E – eksport; Z_{JB} – joriy yil boshiga zaxira hajmi; Z_{JO} – joriy yil oxiriga zaxira hajmi.

Bu hisob-kitobga ishlab chiqaruvchilar o'zlari tomondan shu mahsulot iste'moli hajmi, ishlab chiqarish va iste'molning noma'lum, ko'zda tutilmagan omillari ta'sirini hisobga olib tuzatishlar kiritishi zarur.

Biror mahsulotga bo'lgan talabni baholashda kvotalar bilan bog'liq bo'lgan, hamda bozorning monopol va oligopol tavsifga ega bo'lgan milliy ishlab chiqarish bo'yicha cheklashlarni ham hisobga olishi zarur (4.1.2-jadval va 4.1.4–4.1.5-chizmalar).

Ba'zi bir omillar ta'siri natijasida talab grafigi chap yoki o'ng tomonlarga siljishi va oqibatda avvalgi narx asosida talab oshishi yoki pasayishi mumkin.

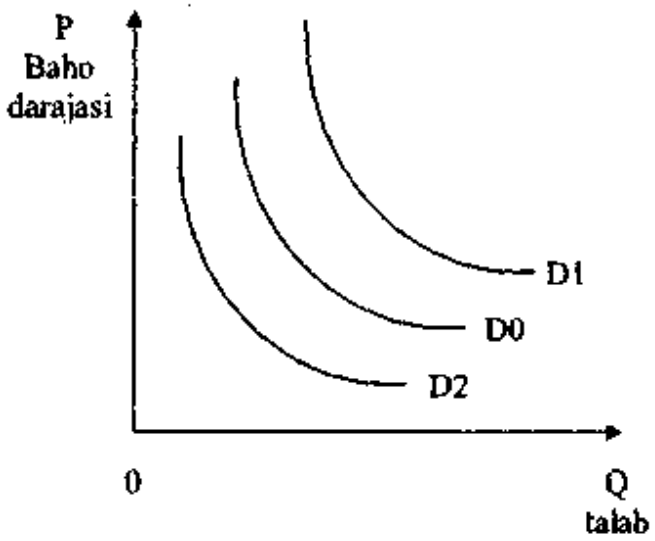
Ishlab chiqarish va sotishdagi shart-sharoitlarning o'zgarishi natijasida taklif grafigi o'ngga yoki chapga siljishi mumkin va avvalgi narx holatida ham taklif pasayishi yoki oshishi mumkin.

4.1.2-jadval

Talab va taklif o‘zgarishining umumiy shart-sharoitlari

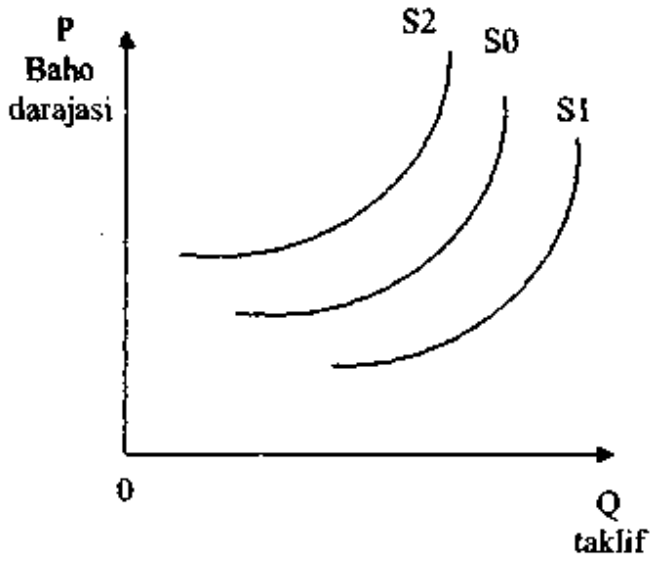
№	Omillar	O‘zgarishlar		Grafik siljishi (Ch –chapga, O‘ – o‘ngga)
		Narxlar	Talab, taklif	
	Talabga ta’sir qiluvchi omillar			
1	Xaridorlar sonining ko‘payishi	O‘sish	Ortish	O‘
2	Xaridorlar daromadining o‘sishi	O‘sish	Ortish	O‘
3	Xaridorlar tomonidan tovarni afzal ko‘rishning o‘sishi	O‘sish	Ortish	O‘
4	O‘rinbosar tovarlar baholarining o‘sishi	O‘sish	Ortish	O‘
5	To‘ldiruvchi tovarlar baholarining o‘sishi	Pasayish	Kamayish	Ch
6	Iste’molchilar kutishlari	Har xil	Har xil	O‘ yoki Ch
7	Inflyatsiya va inflyatsiyani kutish	Har xil	Har xil	O‘
	Taklifga ta’sir qiluvchi omillar			
1	Yetkazib beruvchilar sonining oshishi	Pasayish	Ortish	O‘
2	Resurslar baholarining oshishi (xomashyo, ishchi kuchi va h.k.)	O‘sish	Kamayish	Ch
3	Samarali texnologiyalarning paydo bo‘lishi	Pasayish	Ortish	O‘
4	O‘rinbosar tovar bahosining o‘sishi	O‘sish	Ortish	O‘
5	To‘ldiruvchi tovar bahosining o‘sishi	Pasayish	Kamayish	Ch
6	Soliqlarning o‘sishi	O‘sish	Kamayish	Ch
7	Davlat dotatsiyalari, kredit	Pasayish	Ortish	O‘
8	Yetkazib beruvchilarning kutish-lari	Har xil	Har xil	Ch yoki O‘
9	Inflyatsiya va inflyatsiyani kutish	O‘sish	Har xil	Ch yoki O‘

Turli omillar ta'sirida talab hajmining o'zgarishi



4.1.4-chizma.

Turli omillar ta'sirida taklif hajmining o'zgarishi



4.1.5-chizma.

Muayyan tovarga bo'lgan talabni oldindan aniqlash maqsadida o'tkaziladigan bozor tadqiqotlari ko'p vaqt va mablag' talab qiladi hamda quyidagilarni o'z ichiga oladi:

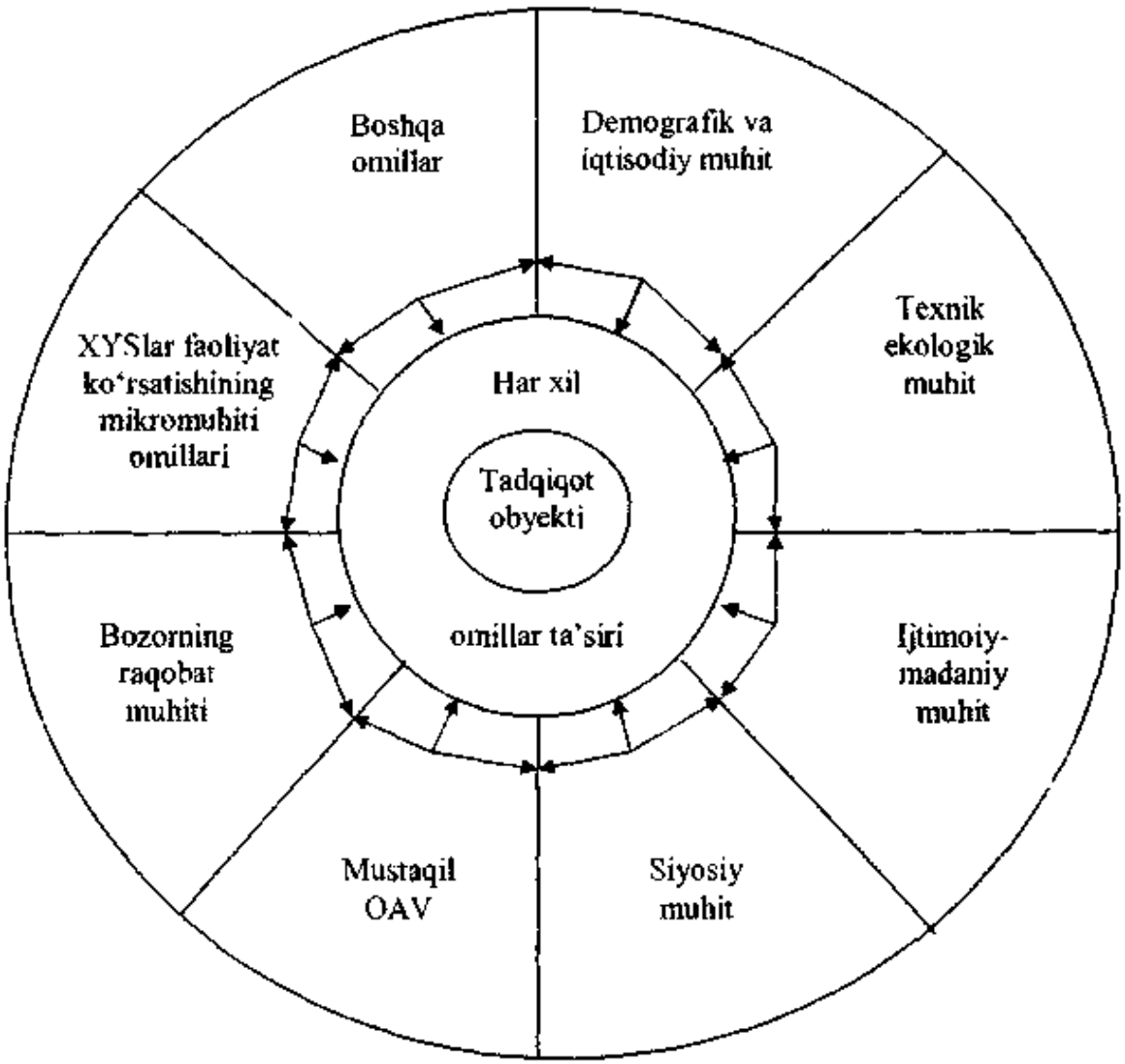
1. Tashkilot, ishlab chiqarish korxonalari, moliyaviy tashkilot xodimlari va investorlardan anketa so'rovlari o'tkazish yo'li bilan aniqlanadigan biznes va ishlab chiqarishni rivojlantirish rejalari tahlili.

2. Asosiy iste'molchi guruhlarni tanlab olib o'tkazilgan mahsulot va xizmatlar iste'moli so'rovnomasi tahlili.

3. Savdo korxonalari egalari orasida o'tkaziladigan savdo tahlili.

Bu tadqiqotlar umumiy talab, uning o'sishi, savdo amaliyoti va uslublari, iste'molchilar nimalarni afzal ko'rishlari, iste'molchilar yoki iste'molchi guruhlar didining o'zgarishi, daromadlar va narxlar elastikligi haqida yetarlicha axborot beradi (4.1.6, 4.1.7-chizmalar).

Tovar bozorlarini tadqiq qilishning majmuaviylik tamoyili

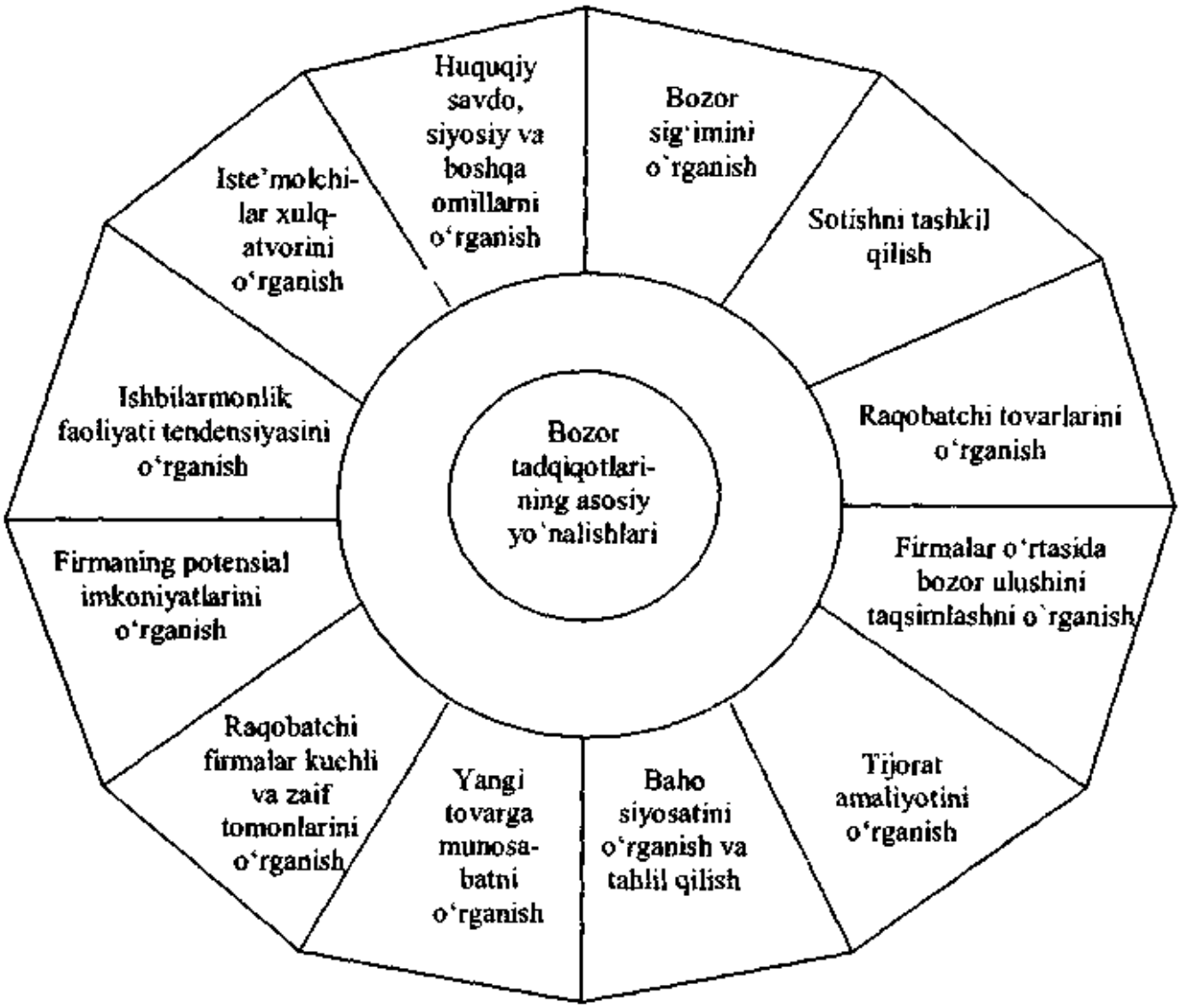


4.1.6-chizma.

Ushbu tamoyil o'rganiluvchi obyektga ta'sir qiladigan barcha omillarni har tomonlama qarab chiqishni nazarda tutadi.

Bozor marketing tadqiqotlarining asosiy vazifalari: tovar talabi va taklifi o'rtasida optimal nisbatni aniqlash; raqobatchilar tovarlari holati va o'z tovarlarining bozor holatini o'rganish; bozorda ko'zda tutilgan foydani olishga imkon beradigan tovarlar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish kabilarni o'z ichiga oladi.

Tovar bozorlarini o‘rganishning asosiy vazifalari va yo‘nalishlari



4.1.7-chizma.

Bunday tadqiqotlarni tashkil qilish o‘z ichiga quyidagilarni oladi: tovarlarni tanlash, iste’molchilar kategoriyalari, savdo korxonalari va ishlab chiqaruvchilarni aniqlash, bozorning ma’lum segmentlarini tanlash, so‘rov o‘tkazish tuzilishi va doirasini aniqlash, so‘rov o‘tkazish, uni yig‘ish va ma’lumotlarni tahlil qilish.

Tadqiqotlarning aniqligi va ishonchliligi so‘rov anketasi sifati, so‘rovda qatnashuvchilarning tayyorgarligi, savollarning aniq qo‘yilishi va ma’lumotlarning qayta ishlanish sifatiga bog‘liq.

Bozorni tahlil qilishda xatolar asosan quyidagi holatlarda uchraydi:

A) savollarning aniq qo'yilmaganligida;

B) so'raluvchilarning savollarni tushunmaganligida;

C) ataylab noto'g'ri javob berishda;

D) javobning to'g'ri tushunilmaganligida va h.k.

Bozor ko'lami asosan tovar turi, kutilayotgan investitsiya hajmi va boshqa bir qator omillarga ham bog'liq.

4.2. Talabni bashorat qilish usullari

Talabni bashorat qilish, bozorni qisqa muddatli konyunkturasini bashorat qilishning ajralmas qismi hisoblanadi, hamda tadbirkorlar faoliyatini o'rta va uzoq muddatli rejalashtirishdagi 3 ta asosiy elementdan biri hisoblanadi.

Talabni bashorat qilishda iste'molchilarning talablari va xohishlari, shu tovar iste'moliga va dinamikasiga ilmiy-texnik taraqqiyotning ta'siri, davlat organlari rejalari va dasturlari hamda turli firmalarning shu tovar iste'moliga bo'lgan talabining oshishi yoki kamayishini e'tiborga olish lozim. Talabga bevosita iste'mol va import hajmi, hamda zaxiralar o'zgarishi sifatida baho beriladi (4.2.1-chizmaga qarang)

Talabni bashorat qilishda turli uslublardan foydalanish mumkin:

A) tendensiyalar usuli (ekstrapolyatsiya);

B) normativ usul;

C) iste'mol darajasi usuli (daromad va baho bo'yicha talab elastikligi bilan birga);

D) yakuniy iste'mol usuli;

E) iqtisodiy-matematik usullar;

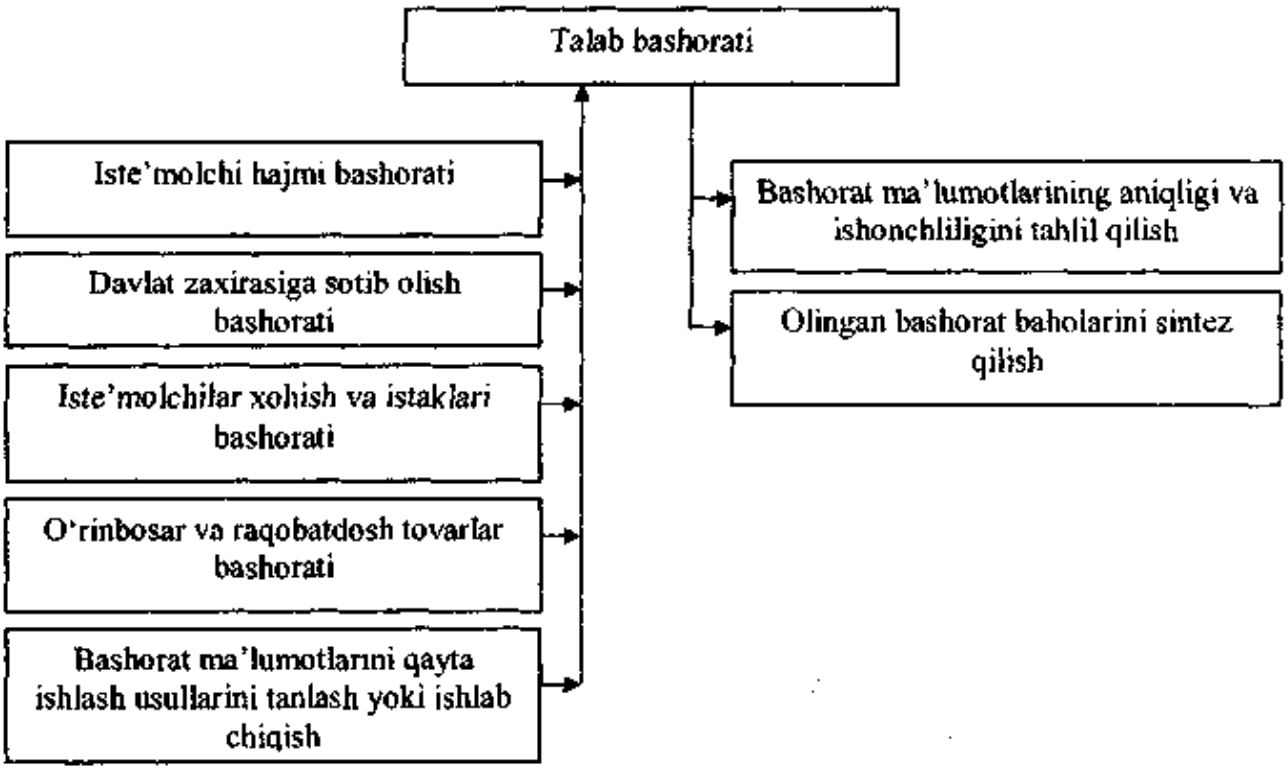
F) yetakchi ko'rsatkich usuli;

G) tanlanma usul;

H) anketa so'rovlari va hokazolar.

Tendensiyalar usuli – o'tish davridagi ma'lumotlarni ekstrapolyatsiya qilish va tendensiyalarni, uning ko'rsatkichlarini aniqlashdan iborat. Bunda asos sifatida arifmetik chiziqli trendlar, Kobba-Duglas funksiyasi, avtoregressiya qo'llanishi mumkin.

Talabni bashorat qilishning umumiy modeli



4.2.1-chizma.

Holbuki, yillik talab qiymatlari o'zgarishlarga moyil bo'lib, uzoq muddatli tendensiyalarni aniqlash uchun uzoq muddatli o'tgan davr ma'lumotlari zarur bo'ladi. Qoidaga ko'ra, qisqa muddatli qatorlar bashorat tuzish uchun qo'llanilmaydi, ammo anomal tebranishlar bo'lmagan sharoitda minimal davr sifatida besh yillik ma'lumotlar olinishi lozim.

Iste'mol darajasi usuli. Iste'mol darajasi usuli muayyan mahsulotning bevosita iste'molini hisoblashda muvaffaqiyatli qo'llaniladi va mashhur standart koeffitsiyentlarga asoslanadi. Masalan, avtomobillarga talab 1000 kishiga to'g'ri keluvchi avtomobillar miqdori yoki muayyan daromadlilar guruhida mavjud avtomobillar koeffitsiyenti asosida hisoblanadi. Mavjud avtomobillar soni umumiy talabdan ayirib tashlanadi va qolgan miqdor avtomobillarga bo'lgan qo'shimcha talabni ifodalaydi. Bashoratni tuzishda yangi avtomobillar parkini yangilash ehtiyojlari ham hisobga olinadi.

Iste'mol darajasini aniqlovchi asosiy omil bu iste'molchi daromadi hisoblanib, u oila budjetidan u yoki bu tovar uchun mablag' ajratishga ta'sir ko'rsatadi.

Iste'mol darajasi usuli talabning daromad va baho bo'yicha elastikligini o'rganishni nazarda tutadi. Daromadga ko'ra talabning o'zgarish masshtablari talabning daromadlar bo'yicha elastikligiga asosan o'lchanadi. Bunda u nafaqat alohida mahsulotlar bo'yicha, balki daromadlar guruhi, mamlakatlar mintaqalari bo'yicha farqlanadi.

Daromad bo'yicha talab elastikligi quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$E_I = \frac{\Delta Q}{\Delta I} * \frac{I}{Q},$$

bu yerda, E_I – daromad bo'yicha talab elastikligi; Q – talab miqdori; I – jon boshiga daromad;

Agar E_I ning miqdori birdan katta bo'lsa, talab elastik va aksincha birdan kichik bo'lsa talab noelastik deyiladi. Daromad bo'yicha talab elastikligi koeffitsiyenti aniqlangandan keyin shu koeffitsiyentni keyingi yil uchun qo'llash mumkin.

Baho bo'yicha talab elastikligi ham shunga o'xshash topiladi:

$$E_P = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q},$$

bu yerda, E_P – baho bo'yicha talab elastikligi; Q – talab miqdori; P – baho.

Ishlab chiqarish uchun mo'ljallangan tovarlarga talabni o'rganish uchun iste'mol koeffitsiyenti yoki oxirgi foydalanish usuli qo'llaniladi. Uning mohiyati muayyan tovarlarni iste'mol qilish variantlarini aniqlash va mos koeffitsiyentlarni o'rnatish bilan aniqlanadi.

4.3. Bozorni segmentlarga ajratish

Hozirgi kunda butun bozor segmentatsiyasidagi mavjud talabni aniqlagandan so'ng, ma'lum bir mahsulot nomenklaturasida talabni bashorat qilish, bozorni bo'g'inlarga bo'lgan holda aniqlash zarur.

Bozor segmenti – butun bir bozorni bo'g'inlarga ajratishdir.

Segmentlashning maqsadi – har biriga bozorning bir segmenti sifatida qarash mumkin bo'lgan iloji boricha bir-biriga o'xshash fe'l-atvorga ega xaridorlar guruhini topishdir.

Bozorni segmentlash turli parametrlarga qarab amalga oshiriladi. Bozorni segmentlash quyidagi usullar bo'yicha amalga oshiriladi:

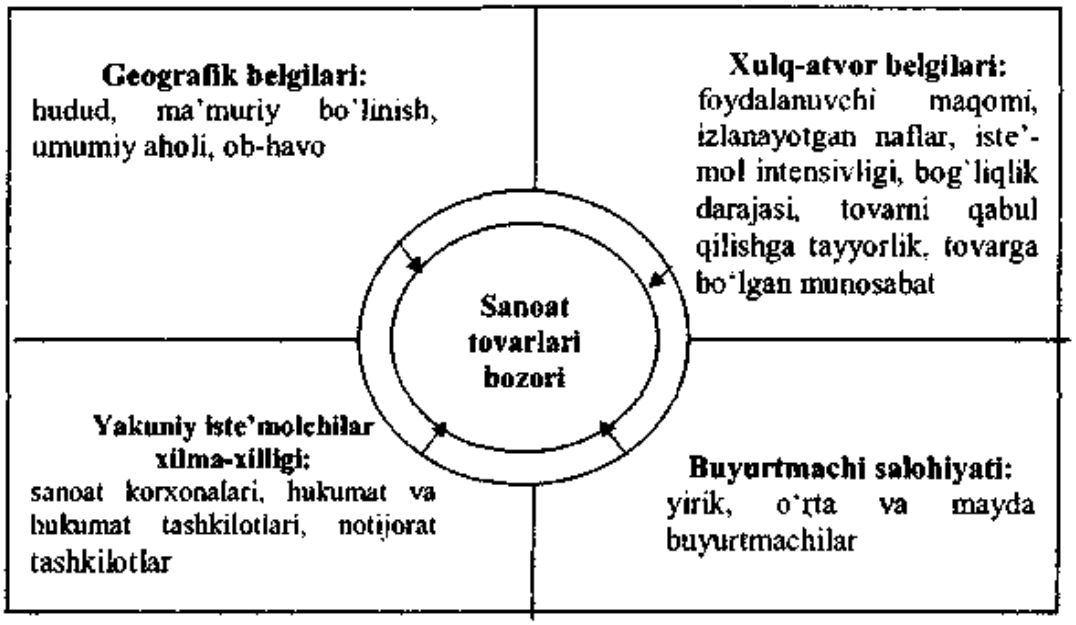
• mahsulot xarakteri bo'yicha bir xil xarakterlar guruhini topish (ishlab chiqarish va texnik mahsulot, shaxsiy iste'mol mahsulotlari);

• iste'molchilar darajalariga ko'ra;

• geografik chegaralashlar bo'yicha.

Ma'lum bir hodisaga asoslanib, segmentlash chuqurlashishi mumkin, bunda yangidan yangi tavsiflar jalb qilinadi. Iste'molchilarga bog'liq holda bozorni segmentlash mezonlari quyidagi parametrlardan iborat bo'lishi mumkin: yoshi, jinsi, millati, yaxshi ko'rgan ishi, ma'lumoti, hayot tarzi, ijtimoiy kelib chiqishi, kasbi, daromad darajasi, jismoniy shaxslar uchun oilaviy hayot tarzi, firmalar uchun faoliyat turi, joylashgan joyi, firma tuzilishi, savdo hajmi, xodimlar soni (4.3.1-chizma).

Sanoat tovarlari bozorlarini segmentlarga ajratishning ko'p qirraliligi va ko'rsatkichlarini tanlash xususiyatlari



4.3.1-chizma.

Bir necha maqsadlarni amalga oshirish uchun bozorni ko'p segmentlarga ajratish lozim. Agar firma imkoniyatlari va zaxiralari ikki yoki undan ortiq mahsulotni ishlab chiqarish va marketingni amalga oshirish hamda iste'molchilar xohishlari turli xil bo'lgan ikki yoki undan ortiq bozorga ega bo'lish imkoniyatiga ega bo'lsa, bu maqsadga muvofiq

bo‘lar edi. Segmentlash deyarli barcha firmalar uchun xos. Bozorni segmentlashda quyidagi savollarga javob topish zarur.

- mahsulotning asosiy xaridorlari kimlar bo‘ladi: bevosita iste’molchi, boshqa mahsulot ishlab chiqaruvchi, ulgurji va chakana sotuvchilar;
- iste’molchi to‘g‘ri kelgan sotuvchidan mahsulot sotib oladimi yoki doimo bir sotuvchidan mahsulot sotib olishni afzal ko‘radimi;
- qaysi hududlarda mahsulotga doimiy talab mavjud;
- yangi taklif qilinayotgan mahsulotni ma’qul ko‘ruvchi xaridorlar qayerda joylashgan, yana qaysi bozorlarga kirib borish lozim;
- iste’mol qilinayotgan mahsulotning soni qancha va uni o‘rash va qadoqlashni nima aniqlab beradi.

Bozorni segmentlarga ajratish ma’lum bir loyiha uchun savdoni rejalashtirishga yordam beradi. Ko‘p hollarda bozor hajmini bashoratlash va baholashni bozorni segmentlarga ajratgan holda aniqlash mumkin.

Ishlatilishi, geografik hududi yoki iste’molchilar turlari kabi omillar orqali bozor segmentlarga ajratiladi. Lekin ba’zi mahsulot bozorlarini bu omillar orqali segmentlarga ajratish qiyin. Ba’zi hollarda, masalan, sut mahsulotlari bo‘yicha bozorlarni hududlar bo‘yicha segmentlash mumkin; lekin boshqa hollarda asosan, po‘lat, aluminiy va qog‘oz ishlab chiqaruvchi korxonalarning bozor chegaralari milliy chegaralardan ham o‘tishi mumkin.

4.4. Umumiy talab hajmini bashorat qilish

Mahsulot va xizmatlarga bo‘lgan talabni bashorat qilishda ichki va tashqi bozorlar hajmini o‘rganish zarur. Ichki bozorlarda talabni bashorat qilish uchun eng avvalo quyidagilarni aniqlash zarur:

A) ma’lum bir muddat mobaynida bozor konyunkturasi o‘zgarishlari va shu davrdagi iste’molchi to‘g‘risidagi ma’lumotlarni aniqlash, tahlil qilish va umulashtirish;

B) bozor segmentlari bo‘yicha iste’mol ma’lumotlarini sinflarga ajratish;

C) o‘tmishdagi talabning asosiy omillarini va ularning talabga bo‘lgan ta’sirini aniqlash;

D) biror-bir uslubni ekstropolyatsiya qilish yoki ularning birgalikdagi majmuasi orqali talabni baholash.

Yangi mahsulotlar uchun talabni bashorat qilish ancha qiyin masala, uni boshqa mamlakatlardagi ishlab chiqarilayotgan shunga o'xshash mahsulotlarga bo'lgan talabga qarab aniqlash mumkin. Masalan, ekologik toza elektromobillarga bo'lgan talabni boshqa mamlakatlarda shu avtomobillarga bo'lgan talabni o'rganish orqali aniqlash mumkin va bunda umumiy daromadlar darajasi va aholining turmush darajasini e'tiborga olish lozim. Kelajakdagi talabni aniqlash omillari mahsulotning turi va uning ishlatilishiga bog'liq bo'ladi. U qisqa va uzoq muddatli oraliq mahsulotlar va ishlab chiqarish vositalari, hamda bir marta foydalaniladigan va ko'p marta foydalaniladigan mahsulotlarga qarab turli xil bo'ladi. Ba'zi mahsulotlar, ya'ni iste'mol mahsulotlari aholi soni va uning tuzilishi, daromadlar darajasi va uning sarflanishi, shahar aholisi o'sishi va shu kabi iqtisodiy ko'rsatkichlarga bog'liq bo'ladi. Boshqa hollarda talab darajasi ikkilamchi xarakterga ega. Masalan, elektr lampalarga va elektr jihozlarga bo'lgan talab elektr energiya ishlab chiqarish va uning taqsimlanishiga bog'liq. Ba'zi mahsulot turlariga bo'lgan talab ikkinchi bir mahsulotning talabiga bog'liq. Masalan, gazeta uchun ishlatiladigan qog'ozga bo'lgan talab, gazeta tiraji oshgandagina oshadi, bu esa o'z navbatida aholining ma'lumoti darajasi oshgandagina sodir bo'lishi mumkin.

Xizmat ko'rsatish bekatlaridagi benzonasoslarga bo'lgan talab transport vositalari parkida xizmat ko'rsatish bekatlari soniga bog'liq. Shuning uchun ham talab darajasiga ta'sir qiluvchi yirik, umumlashtirishga bo'ysunmaydigan omillar har bir mahsulot uchun alohida aniqlanadi.

Eksport bozorlarini baholash, milliy bozorlarni baholashga qaraganda ancha boshqacha bo'ladi, eksport qilish zarur bo'lgan mahsulot tahlili eng avval eksport hajmi, eksport qilinayotgan mahsulot turlari, eksport mahsulotlari narxlari, import qiluvchi mamlakatlarda boshqa maxsus parametrlar haqidagi axborotlarni to'plash va baholashlardan boshlanadi. Masalan, mashina ishlab chiqaruvchi mamlakatlar ba'zi parametrlar

bo'yicha batafsilroq o'ziga xoslikka ega va ma'lum bir mahsulot uchun ularni alohida aniqlash lozim. Bu turdagi ma'lumotlarni odatda eksportchilardan yoki ushbu mahsulotni ishlab chiqarayotgan, import qiluvchi mamlakatdan olish mumkin.

Keyin bu ma'lumotlar ishlab chiqarilishi kutilayotgan mahsulot bilan solishtirilishi lozim. Shundan keyin bu mahsulotni import qilayotgan davlatlardagi bozor hajmi baholanadi. Endigina ishlab chiqarilishi yo'lga qo'yilayotgan mahsulot uchun tadqiqot, eng avvalo, shu mamlakatning o'tmishdagi import tahlili, import qilinayotgan mahsulot narxi, eksportyor mamlakatlar tahlili va import qilinayotgan mahsulot tavsifidan boshlanadi. Shuning uchun birinchidan, xalqaro bozordagi mahsulotlarning narxi va sifatini aniqlash zarur. Ikkinchidan, mahsulotlarning ko'p qismi xalqaro bozorda taklif qilingan bo'lsa, ma'lum bir mahsulot tavsifi asosida, geografik reja asosida kutilayotgan eksport taqsimotini o'tkazish lozim.

Nazorat uchun savollar

1. Bozor tadqiqotlari deganda nimani tushunasiz?
2. Bozor tadqiqotlari o'z ichiga nimalarni oladi?
3. Bozorning asosiy shakllarini tushuntirib bering.
4. Iste'molchilar bozorlarini tasniflash belgilari qaysilar?
5. Talabga ta'sir qiluvchi omillarni sanang.
6. Taklifga ta'sir qiluvchi omillar qaysilar?
7. Talabni bashorat qilish usullarini sanang va ularni tushuntirib bering.
8. Talab elastikligi deganda nimani tushunasiz?
9. Tovarlar bozorini o'rganishning asosiy vazifalari va yo'nalishlari qaysilar?

Mavzuga doir testlar

1. Bozorning qaysi shaklida kamyob mahsulotlar bo'ladi?

A) monopoliya
B) oligopoliya
C) sof raqobat
D) monopol raqobat.

2. Sotuvchi bozorining asosiy jihatlari qaysilar?

A) taqchillikning mavjudligi, tovarlar sifatlarining yetarliligi. yuqori baholar

B) taqchillikning mavjudligi, tovar sifatini yaxshilash tendensiyalari, yuqori baholar

C) tovar yetishmovchiligi yo'q, tovarlar sifatlarining yetarliligi, yuqori baholar

D) taqchillikning mavjudligi, tovarlar sifatlarining yetarli emasligi, yuqori baholar

3. Quyidagilardan qaysi biri xaridor bozorining asosiy jihati hisoblanmaydi?

A) tovar yetishmovchiligi yo'q

B) tovarlar sifatining yetarli emasligi

C) tovar sifatini yaxshilash tendensiyalari

D) baholarning bir xilligi yoki pasayish tendensiyasi.

4. Daromad bo'yicha talab elastikligi qaysi fomula bilan topiladi?

A) $E_P = \frac{\Delta Q}{\Delta I} * \frac{I}{Q}$

B) $E_P = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{I_0}{P_1}$

C) $E_P = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{Q_0}{Q_1}$

D) $E_P = \frac{\Delta Q}{\Delta I} * \frac{Q}{I}$

5. Bozorni bo'g'inlarga ajratish – bu:

A) bozor infratuzilmasi

B) bozor turlari

C) bozor segmenti

D) bozor hajmi.

6. Narx bo'yicha talab elastikligi formulasini toping.

A) $E_P = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q}$

B) $E_P = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P_0}{P_1}$

C) $E_P = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{Q_0}{Q_1}$

D) $E_P = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{Q}{P}$

7. Bozorlarni tahlil qilishda qanday holatlarda xatolarga yo'l qo'yiladi?

A) savol to'g'ri qo'yilganida

B) savolga to'g'ri tushunilganda

C) javob to'g'ri tushunilmaganda

D) ataylib to'g'ri javob berilganida.

8. Iste'molchilar kutishi talabga qanday ta'sir ko'rsatadi?

A) oshadi B) kamayadi

C) oshadi yoki kamayadi D) o'zgarmaydi

9. Inflyatsiya va inflyatsiyani kutish talab egri chizig'ini qanday o'zgartiradi?

A) o'ngga siljiydi B) o'ngga yoki chapga siljiydi

C) siljimaydi D) chapga siljiydi.

10. To'ldiruvchi tovar bahosining o'sishi taklif egri chizig'ini qanday o'zgartiradi?

A) o'ngga siljiydi B) o'ngga yoki chapga siljiydi

C) siljimaydi D) chapga siljiydi.

V BOB. TIJORAT TASHKILOTINING JOYLASHADIGAN O'RNINI TANLASH

5.1. Tijorat tashkilotining joylashish o'rnini tanlashning mohiyati va ahamiyati

Korxona yoki tashkilotning joylashish o'rni tadbirkorlikning turli sohalaridagi natijalariga sezilarli ta'sir o'tkazadi. Joylashish o'rni haqidagi qaror strategik ahamiyatga ega. Shuning uchun ham biznes rejani ishlab chiqishda korxonaning joylashish o'rnini asoslashga alohida e'tibor qaratish lozim. Joylashish obyektining asosini muhitdagi tabiiy va iqtisodiy sharoitlarning hududiy tabaqalashuvi tashkil qiladi. Muhitning iqtisodiy xilma-xilligi va unga muvofiq obyektning joylashishi quyidagi omillar uyg'unlashuvi sababli vujudga keladi:

- u yoki bu turdagi mahsulot va xizmatlarni iste'mol qilish intensivligi;
- zarur zaxiralarning notekis taqsimlanganligi;
- ishlab chiqarish omillarining to'liq safarbar qilinmaganligi (xomashyo, suv, mehnat resurslari, ko'chmas mulk va boshqalar);
- xomashyoni va tayyor mahsulotni iste'molchilarga yetkazib berishdagi turli xil transport xarajatlari;
- mahalliy qonunchilik xususiyatlari (soliqlar, cheklovlar, mahalliy hokimiyatning qo'llab-quvvatlashi);
- tabiiy va infratuzilmaviy sharoitlar.

Korxona joylashish o'rnini tanlashda uch holatda muammo kelib chiqishi mumkin:

1. Yangi savdo tashkiloti tashkil qilinganda.
2. U yoki bu sabablarga ko'ra firma boshqa joyga ko'chirilganda.
3. Korxonaning yangi bo'limlarini ochganda yoki ishlayotgan bo'limlar boshqa joyga ko'chirilganda.

Yangi korxona tashkil qilishda joylashish o'rnini tanlash ancha qiyin, chunki foydalaniladigan boshlang'ich ma'lumotlar ancha noaniq bo'ladi. Ko'pincha, tadbirkor faoliyat maydonini biladi, ba'zi ma'lumotlarni muayyan joyda ish boshlagandan keyingina oladi.

Firmani ko'chirish hollari odatda eski joylashish o'rnining kamchiliklari ko'ringandan keyin yoki yangi joyning afzalliklari namoyon bo'la boshlagandan so'ng amalga oshadi. Bu vaqtda tavakkalchilik xavfi ham

yuqori bo‘ladi. Chunki eski hududiy aloqalar uziladi va yangilari bilan aloqa yo‘lga qo‘yilmagan bo‘ladi.

Korxonaning yangi bo‘limlarini ochish yoki amaldagi bo‘limlarining boshqa joyga ko‘chirilishi yangi joyning ko‘pgina ustunliklarga ega bo‘lgandan keyingina amalga oshiriladi. Masalan, xaridorlarga yaqin yerdaligi, ishchi kuchi arzonligi yoki maxsus hududlardagi davlat subsidiyalarining mavjudligi.

Har qanday holatda ham, eng avvalo, hudud tanlanadi, ya’ni makro-joylashuv, so‘ngra esa mikrojoylashuv, ya’ni ma’lum bir joylashuv tuzilishiga ega bo‘lgan aniq nuqta aniqlanadi. Foydaliroq bo‘lgan joylashuv, uni tanlashda bir necha muqobil variantlar tahlil qilinadi.

Joylashishning muqobil variantlari sifatida quyidagilar bo‘lishi mumkin:

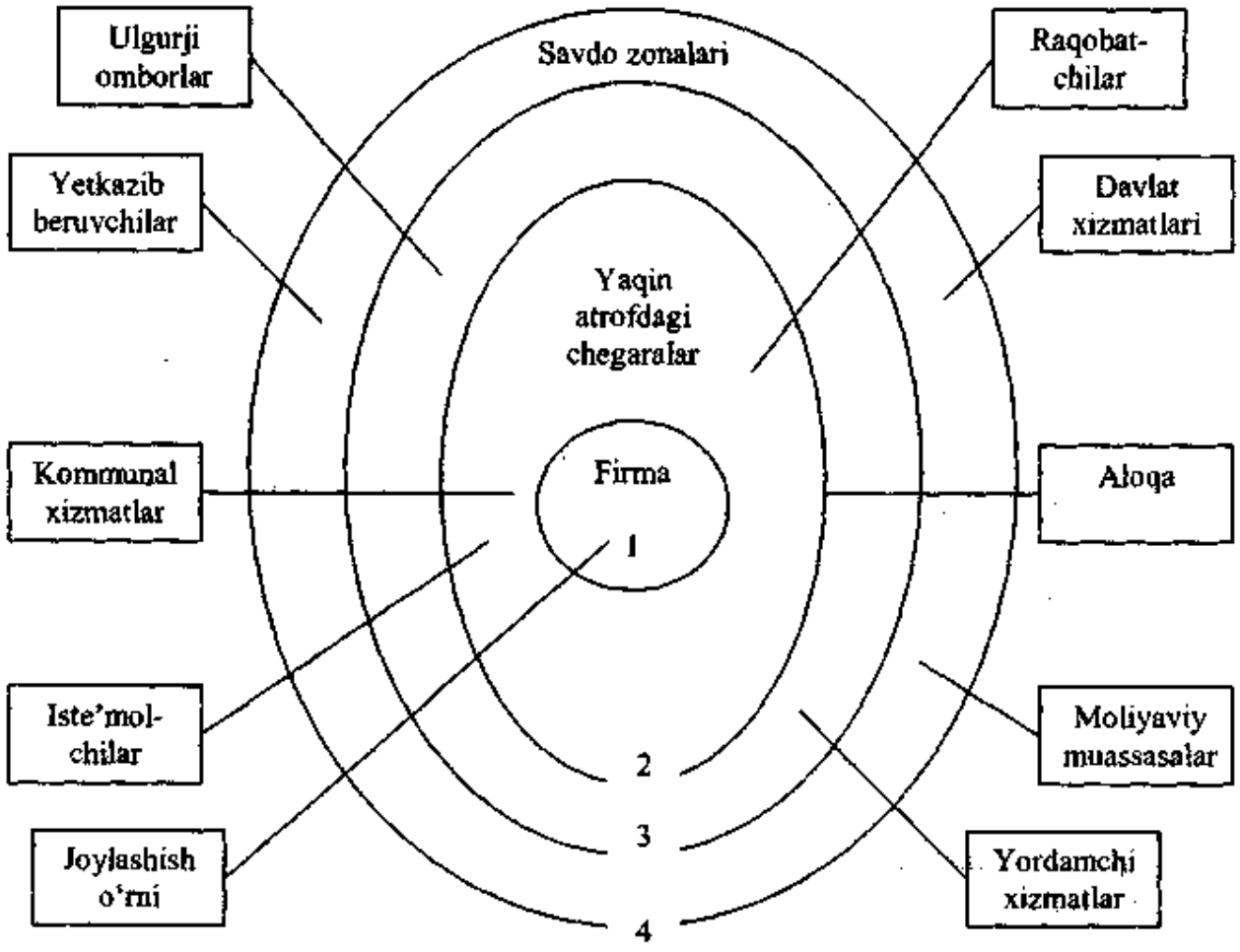
a) geografik maydon, ya’ni firma yoki kompaniya, uning bo‘limlari, filiallari joylashishi mumkin bo‘lgan xorij mamlakati, mamlakatning ichkarisi, katta, o‘rta yoki kichik shaharlar, qishloqlar, aholi yashash punktlari, chekka joylar, magistral yo‘llar yoki boshqa transport tugunlari aniq bir nuqtani bildiradi;

b) joylashishni rasmiylashtirish usullari: joyni sotib olish, ijaraga olish yoki birgalikda foydalanish.

Joylashish o‘rnining sifati ko‘pgina omillar orqali aniqlanadi: joylashish o‘rni shu hududda yerdan foydalanishning shakllari va iqtisodiy muhitga yaqinligi. Ushbu ikkita tavsif birgalikda obyektning iqtisodiy joylashish o‘rnini tashkil qiladi (5.1.1-chizma).

Tijorat tashkiloti situsi eng kamida yerdan foydalanish va iqtisodiy muhitning aniq bir ta’sirlari doirasida hamda to‘rt xil darajadagi kotsentrik aylanalarni o‘z ichiga oluvchi fazoda shakllanadi: 1 – joyning o‘rni; 2 – yaqin atrof-muhit; 3 – chegaradosh hudud; 4 – butun bir savdo zonasi. Yirik korxonalar aloqalari esa mintaqa, mamlakat va xalqaro chega-ralargacha kengayib, yetti xil darajagacha yetishi mumkin.

Tijorat tashkilotini qulay joylashtirish chizmasi



5.1.1-chizma.

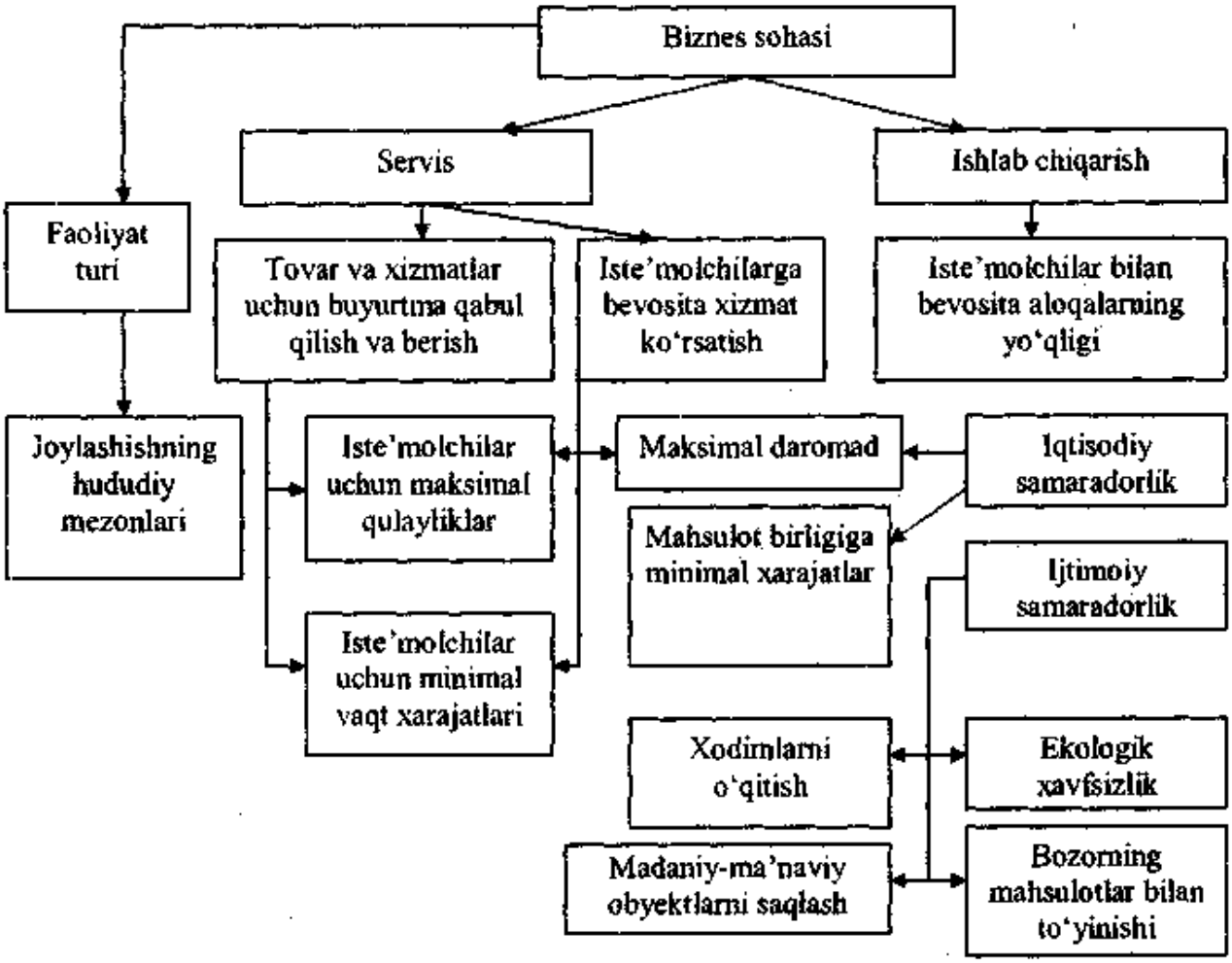
5.2. Korxonaning joylashish o'rnini tanlashdagi mezon va omillar

Firmaning joylashish o'rnini tanlashda asosiy maqsad boshqa korxonalar bilan bir xil sharoitda maksimal foyda olish. Bu iqtisodiy mezon boshqa bir qator qo'shimcha mezonlar bilan to'ldirilishi mumkin. Bularning eng ko'p ishlatiladigani kapital aylanish hajmi va bozordagi ulushining oshishidir. Bundan tashqari, iqtisodiy bo'lmagan mezonlar ham mavjud. Siyosiy ta'sir, barqaror o'sish va korxonaning ishonchliligi, ilmiy-texnik siyosat, ijtimoiy va iqtisodiy barqarorlik, obro', firmaning o'z mustaqilligini saqlashi.

Natijaviy hisob asosiy va qo'shimcha maqsadlar, miqdoriy ko'rsatkichlarga ega bo'lishi lozim. Buning uchun ularning joylashish o'rni sifatini, ya'ni uning kamchiliklari va afzalliklari yig'indisini aniqlovchi

ko‘rsatkichlar topilgunga qadar mayda maqsadlarga ajratish lozim. Joylashish o‘rnini tanlashdagi mezonlarni qismlarga ajratish ko‘p hollarda biznes turiga ham bog‘liq bo‘ladi (5.2.1-chizma).

Biznes joylashish o‘rnini tanlash mezonlarining ifodalanishi



5.2.1-chizma.

Foyda hajmi – asosiy mezon bo‘lib, daromad va har xil joylashish o‘rni uchun ketadigan xarajat o‘rtasidagi ijobiy farqdir. Iqtisodiy va noiqtisodiy maqsadlarga erishganlik darajasi foyda mezoni hamda firmaning joylashishi omillarining bir-biri bilan ma’lum bir o‘lchov asosida taqqoslanishi orqali aniqlanadi.

Texnologik jarayonlarga bog‘liq holda ishlab chiqarish tashkilotlarini joylashtirishda xomashyo manbalari yoki mahsulotlarni sotish bozorlari tomoniga intilinadi. Agar ishlab chiqarish jarayonida dastlabki xomashyo hajmi yoki og‘irligi oshsa, u holda korxonani mahsulotlarni sotish

bozorlari yonida qurgan ma'qul. Chunki mahsulotlarni bozorga yetkazishdagi xarajatlar, xomashyoni korxonaga yetkazib berishdagi xarajatlarga qaraganda ko'proq bo'ladi. Agar ishlab chiqarish jarayoni mahsulotdagi xomashyo og'irligini kamaytirsa, korxonani xomashyo manbalariga yaqin yerda qurgan ma'qul. Shuning uchun bo'lsa kerak, suvga quruq aralashmalar qo'shib tayyorlanadigan spirtsiz ichimliklar ishlab chiqarayotgan sex va zavodlar mahsulot sotish bozorlari yoniga quriladi.

Odatda, ruda, rangli metallar, ko'mir, neft qazib olish bilan shug'ullanadigan, hamda qog'oz, shakar, konserva ishlab chiqaruvchi zavod va fabrikalar xomashyo manbalariga yaqinroq joyda quriladi. Mahsulotlarni iste'mol qiladigan joylarga odatda sement, shisha, g'isht, mebel, oyoq kiyim ishlab chiqaruvchi korxonalar, tikuvchilik fabrikalari, un, go'sht, pivo ishlab chiqaruvchi zavodlarni qurish afzaldir.

Har qanday holda ham korxonaning joylashish o'rnini belgilashda hozirgi vaziyatnigina emas, balki texnologiyalar, transportlar, bozorlar va xomashyolarning kelajakdagi rivojlanish imkoniyatlarini ham e'tiborga olish lozim. Chunki istiqboldagi o'zgarishlar dastlab muvaffaqiyatli bo'lgan qarorni puchga chiqarishi mumkin.

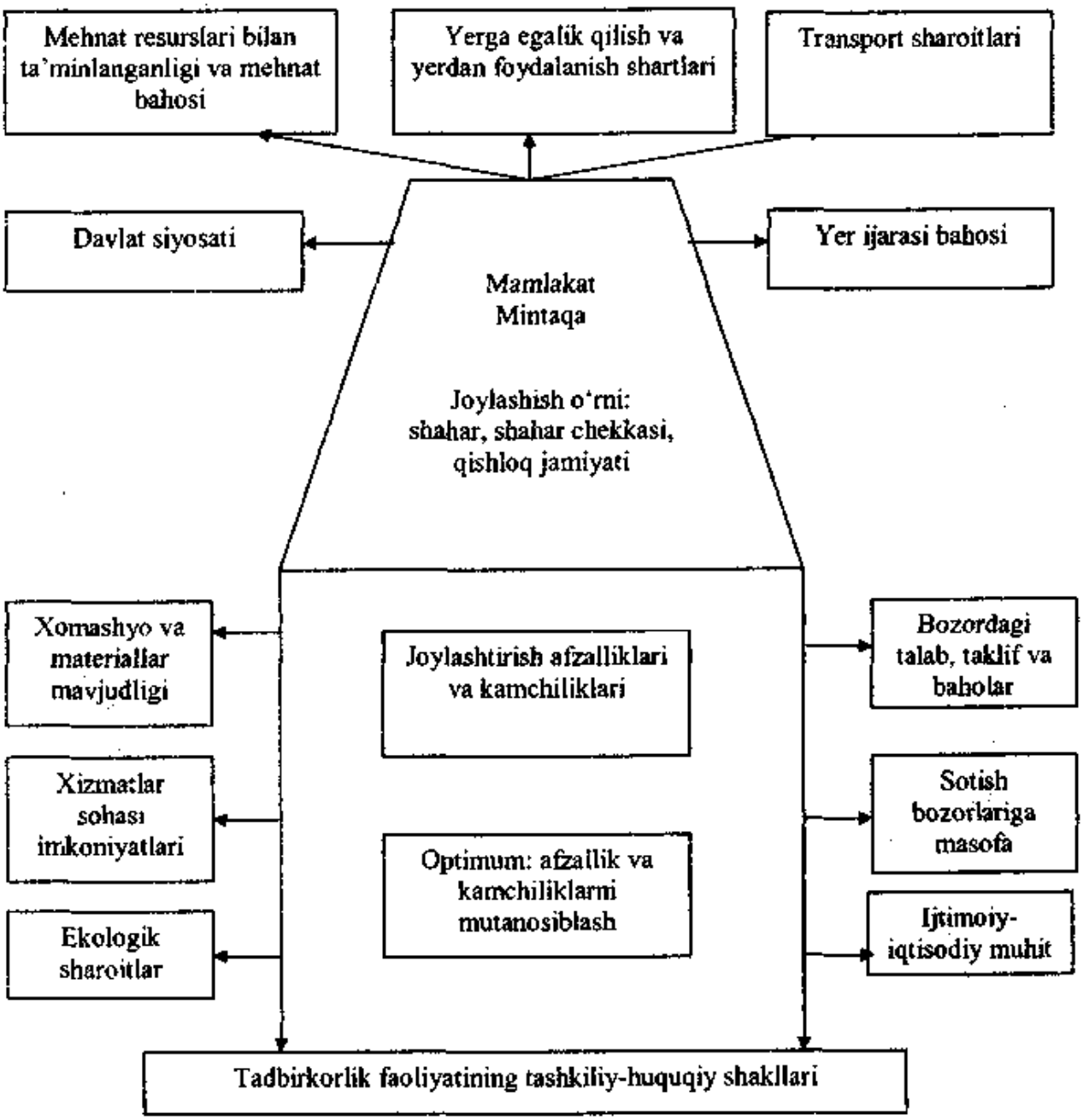
Biznesni joylashtirish o'rnini aniqlashga ta'sir etuvchi omillar to'rtta guruhga birlashadi:

1. **Tayyorlovchi** – yo'naltiruvchi – yer uchastkasi (tuzilishi, ijara yoki sotib olish bahosi), xomashyo, yordamchi va ishlab chiqarish materiallari (baholar, transport xarajatlari), mehnat zaxiralari (mazkur hududdagi yashash sharoiti va sonidan qat'i nazar mehnat salohiyati, maktablar, teatrlar, ish haqi tanlovi darajasi, xodimlar malakasi, motivatsiya, bo'sh vaqtni o'tkazish imkoniyatlari).

2. **Tayyorlashga yo'naltirilgan omillar**: tabiiy xususiyatlar (iqlimi, tuprog'i), texnik va infratuzilmaviy xususiyatlar (kooperatsiya bo'yicha sheriklar bilan yaqinlik, infratuzilmaga yaqinligi).

3. **Sotishga yo'naltirilgan omillar**: sotish salohiyati (aholi tuzilishi va unga muvofiq iste'mol tuzilishi, xarid qobiliyati, mazkur hududdagi raqobatchilik), xabarlashish imkoniyatlari, ish bo'yicha aloqalar (magistral aloqalar, transport xarajatlari, birja, reklama, yarmarkalar bo'yicha malakali xodimlar mavjudligi).

Tadbirkorlik subyektlarini joylashtirishning asosiy omillari



5.2.2-chizma.

4. **Davlat va mahalliy hokimiyat organlari joriy qilgan omillar**: xo'jalik yuritish tizimi (xo'jalik va savdo huquqi; litsenziyalash va sertifikatlash me'yorlari; daromad va kapitalni o'tkazish imkoniyatlari; korxonaning ta'sis hujjatlari, hisobotlari, audit va budjet hujjatlariga bo'lgan huquqiy talablar; mehnat qonunchiligi, xo'jalik shaklining o'zgarishlari bo'yicha tavakkalchilik xatari, ya'ni siyosiy beqarorlik,

musodara, faoliyatga oid to‘siqlar); chegaradan o‘tishni tartibga solish (bojxonalar, tashqi savdolar, uni boshqarish bo‘yicha qonunlar); atrof-muhitni muhofaza qilish bo‘yicha tadbirlar (atrof-muhitni asrashni tartibga solish, zararlarni qoplashni ta’minlash, tabiat zaxiralaridan foydalanganlik uchun to‘lovlar); davlat tomonidan yordam (subsidiyalar, ayrim hududlar uchun maqsadli dasturlar, ma’muriy yordam) (5.2.3-chizma).

Ayrim hudud va mintaqalarda davlat siyosati ishlab chiqarishni o‘sishiga salbiy ta’sir qilmasada, har xil imtiyoz, rag‘batlantiruvchi omillarni baholash uchun mahalliy hokimiyat siyosatini bilish muhim. Chunki bu turli xil imtiyoz va rag‘batlantiruvchi omillarni baholashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Respublikamiz mintaqalarida kichik biznesni rivojlantirish bo‘yicha maxsus davlat dasturlari ishlab chiqilgan va rag‘batlantiruvchi moliyaviy imtiyozlar belgilangan, geografik hududlar yaratilgan.

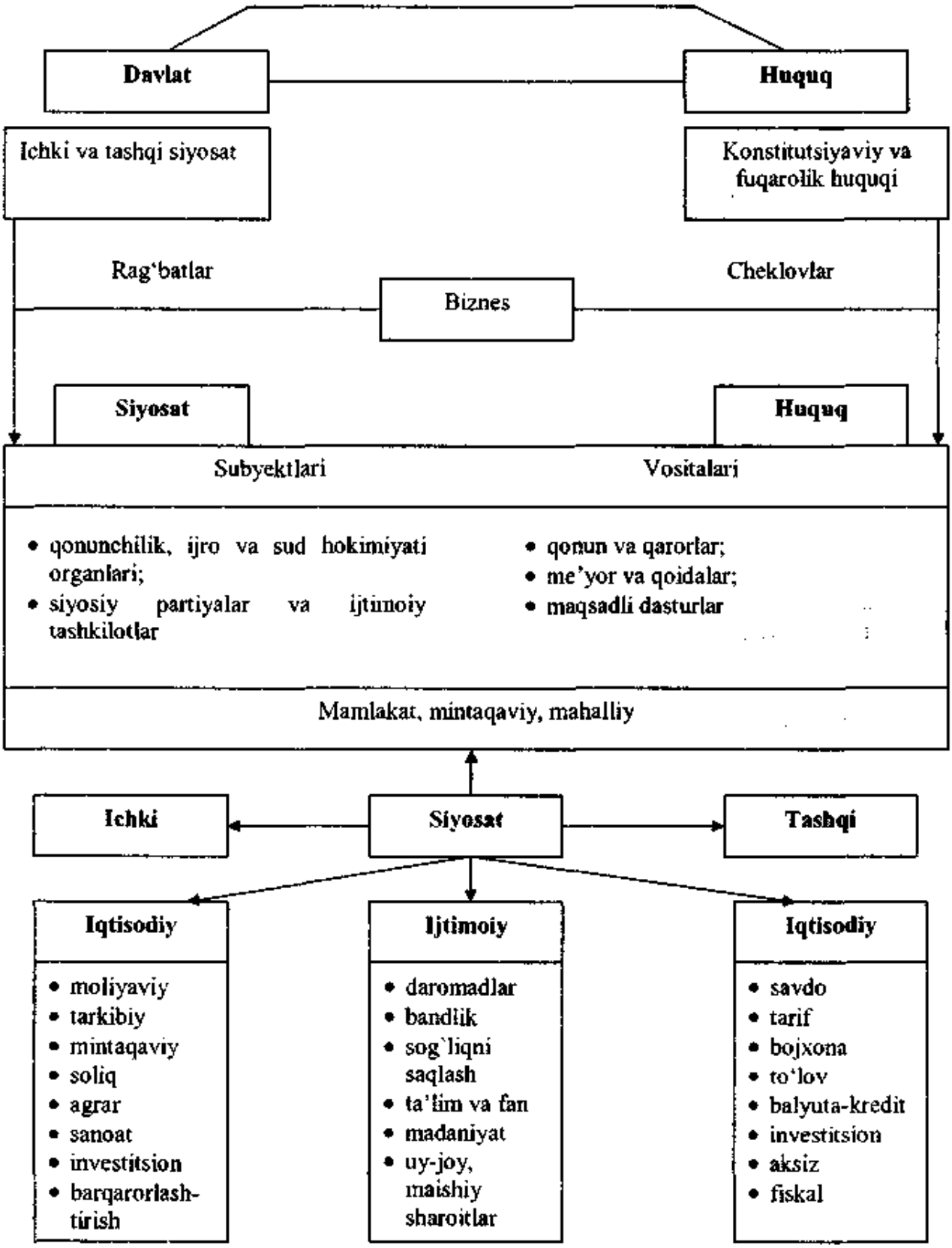
Bunday rag‘batlar yirik va o‘rta hajmli loyihalarning iqtisodiy ko‘rsatkichlariga unchalik ta’sir ko‘rsatmasligi mumkin, lekin bu rag‘batlar mahalliy omillarga kamroq bo‘ysunuvchi boshqa biznes turlari uchun muhim ahamiyatga ega bo‘lishi mumkin.

Firmaning joylashish o‘rnining variantlarini baholashda, MDH olimlari tomonidan aniqlangan, mazkur firmani joylashtirish rejalashtirilgan hududda ijtimoiy, madaniy va iqtisodiy muhitni o‘rganish va hisobga olish zarur (5.2.4-chizma va 5.2.1–jadval).

Biznesni joylashtirish o‘rnini o‘rganish, ayniqsa, sanoat ishlab chiqarish korxonasining joylashish o‘rnini o‘rganishda, chiqindilarni va ishlab chiqarishdan chiqqan ikkilamchi materiallarni tashlash vositalarini baholashni ham o‘z ichiga olishi lozim.

Ba’zi sanoat chiqindilari (zaharli, xatarli va hatto xavfli) maxsus qayta ishlashni talab qiladi. Joylashtirish o‘rnining loyihasini o‘rganishda sanoat chiqindilari hajmi va ularni muqobil yo‘qotish, tashish yo‘llarini aniqlash lozim.

Tadbirkorlik subyektini joylashtirishga ta'sir etuvchi huquqiy omillar

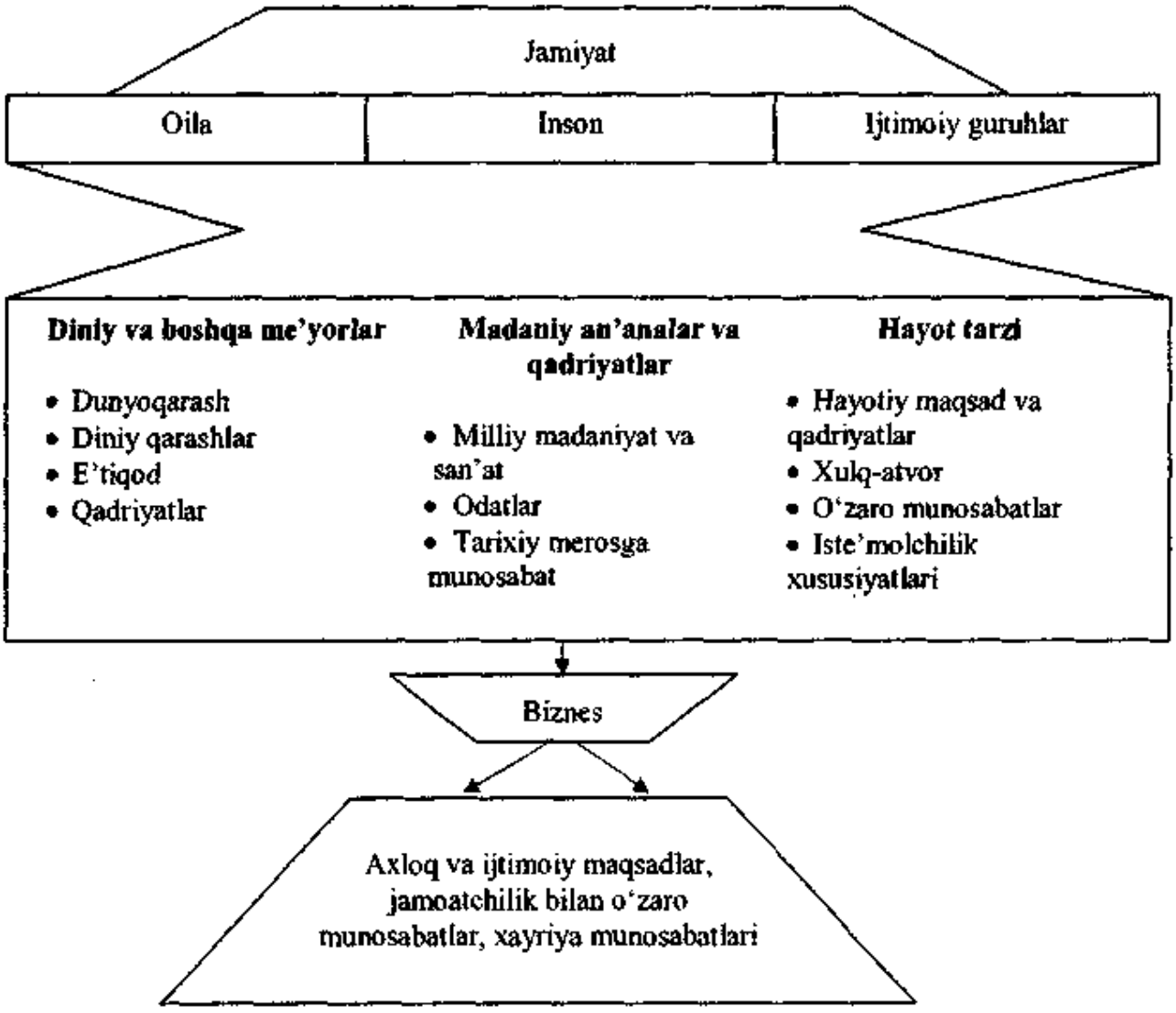


5.2.3-chizma.

Biznesning iqtisodiy muhiti

O'zgaruvchan makroiqtisodiy omillar	
Ichki	**Tashqi**
• inflyatsiya darajasi • ishsizlik darajasi • iqtisodiyotning umumiy holati • kreditlash shartlari • soliqqa tortish tizimi • muayyan sohadagi raqobatdoshlik darajasi ustuvor yo'nalishlar tizimi • davlatning ijtimoiy-iqtisodiy tizimi	• valyuta kurslari • dunyo bozori konyunkturasi • tovar va kapitallarni kiritish-chiqarish shartlari • xalqaro hodisalar • O'zbekiston iqtisodiyotining jahon tizimiga integratsiyalashuv darajasi

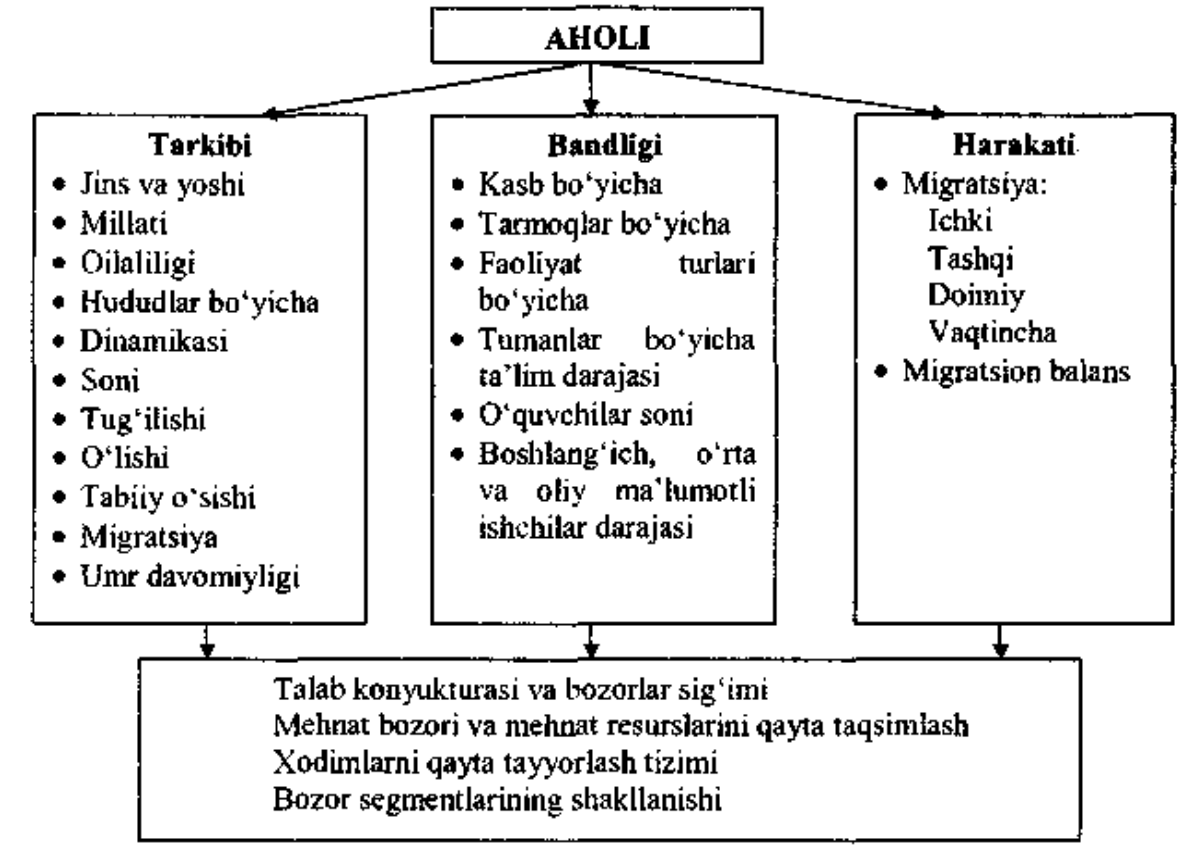
Biznesning ijtimoiy-madaniy muhiti



5.2.4-chizma.

Biznesning joylashish o'rnining alternativ tahlili mehnat resurslari, ularning malakasi va kasbi bo'yicha ma'lumotlarni hamda ularning yashash sharoitlari, ijtimoiy ta'minlanganligi, hududdagi dam olish obyektlari, demografik holat haqida axborotlarni o'z ichiga olishi lozim (5.2.5-chizma).

Tadbirkorlik faoliyatining demografik muhiti



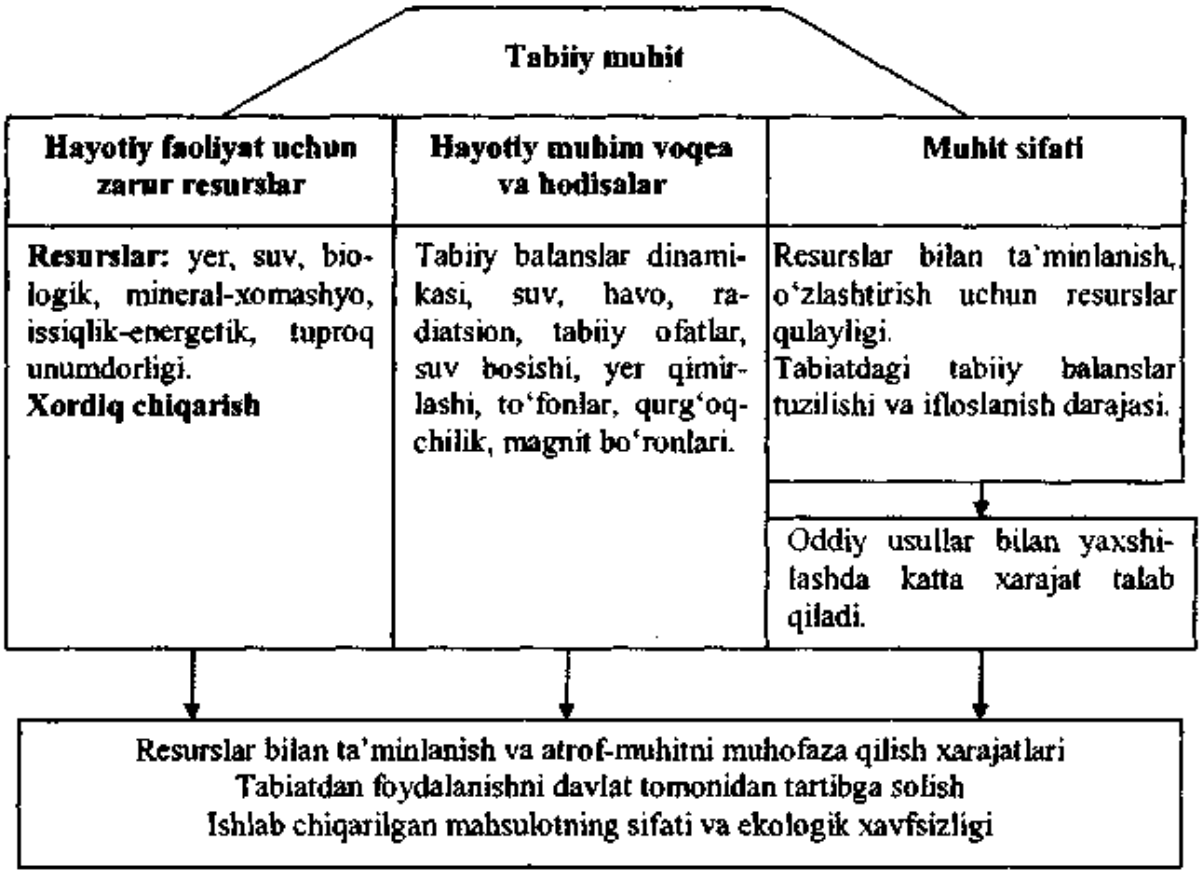
Yosh tarkibi shakllari

Ko'rsatkichlar	Rivojlanayotgan mintaqalar	Rivojlangan mintaqalar
1. Tug'ilish	Yuqori	Uncha yuqori emas
2. O'lish	Yuqori	Past
3. O'rtacha umr ko'rish davomiyligi	Past	Yuqori
4. Balog'atga yetmaganlar ulushi	Katta	Kam
5. Keksa kishilar ulushi	Kam	Yuqori

5.2.5-chizma.

Joylashtirish o'rnini tanlashda tabiiy iqlim sharoitlari ham muhim omil hisoblanadi. Namlikni kamaytirish, havoni sovitish, maxsus drenajni amalga oshirish kabi xarajatlar loyiha bahosiga ta'sir qilishidan tashqari ushbu tashkil qilinayotgan firmada ishlovchi xodimlarga tashqi muhitning qanday ta'sir qilishi ham muhim ahamiyatga ega (5.2.6-chizma).

Tadbirkorlik faoliyati va yashashning tabiiy sharoitlari



5.2.6-chizma.

Biznesning joylashuv o'rnini tanlashda asosiy va umumiy omillardan tashqari faqat shu biznes turigagina xos bo'lgan maxsus omillarni ham hisobga olish lozim. Masalan, turizmni rivojlantirish uchun beqiyos landshaft, jamoat transporti bekatlari uchun oraliq masofa va servis xizmati ko'rsatuvchi korxonalar uchun piyodalar oqimi va h.k. omillar zarur bo'lsa, agrar sohada tijorat korxonalari yoki xo'jalik yurituvchi subyektlarni joylashtirganda asosan tabiiy, iqtisodiy shart-sharoitlarga e'tibor qaratiladi (5.2.2-jadval va 5.2.7–5.2.8-chizmalar).

5.2.2-jadval

Biznesni joylashtirish o'rnini tanlashdagi maxsus omillar

BIZNES TURI		
Ishlab chiqarish	**Servis**	**Xizmatlar sohasi**
Transport magistrallarining yaqinligi	Transport oqimlari	Tumanning iste'molchilik ixtisosi
Xomashyo mavjudligi va yetkazib beruvchilarning yaqinligi	Piyodalar oqimlari	Aholi zichligi, aholining demografik tarkibi
Buyurtmachilar yaqinligi	Jamoat tarnsporti bekatlarigacha bo'lgan masofa	Transport aloqalari
Ombor binolarining mavjudligi	Avtomobillar uchun to'xtash joylari mavjudligi	Xizmatlarga bo'lgan talab darajasi va dinamikasi, xizmatlardan foydalanish chastotasi
Mehnat resurslari bilan ta'minlanish	Qulay kirish, chiqish joylariga (metro, ko'p qavatli uylar va h.k.) joylashtirish imkoniyati	Tuman yoki hududni rivojlantirish holatlari va istiqbollari

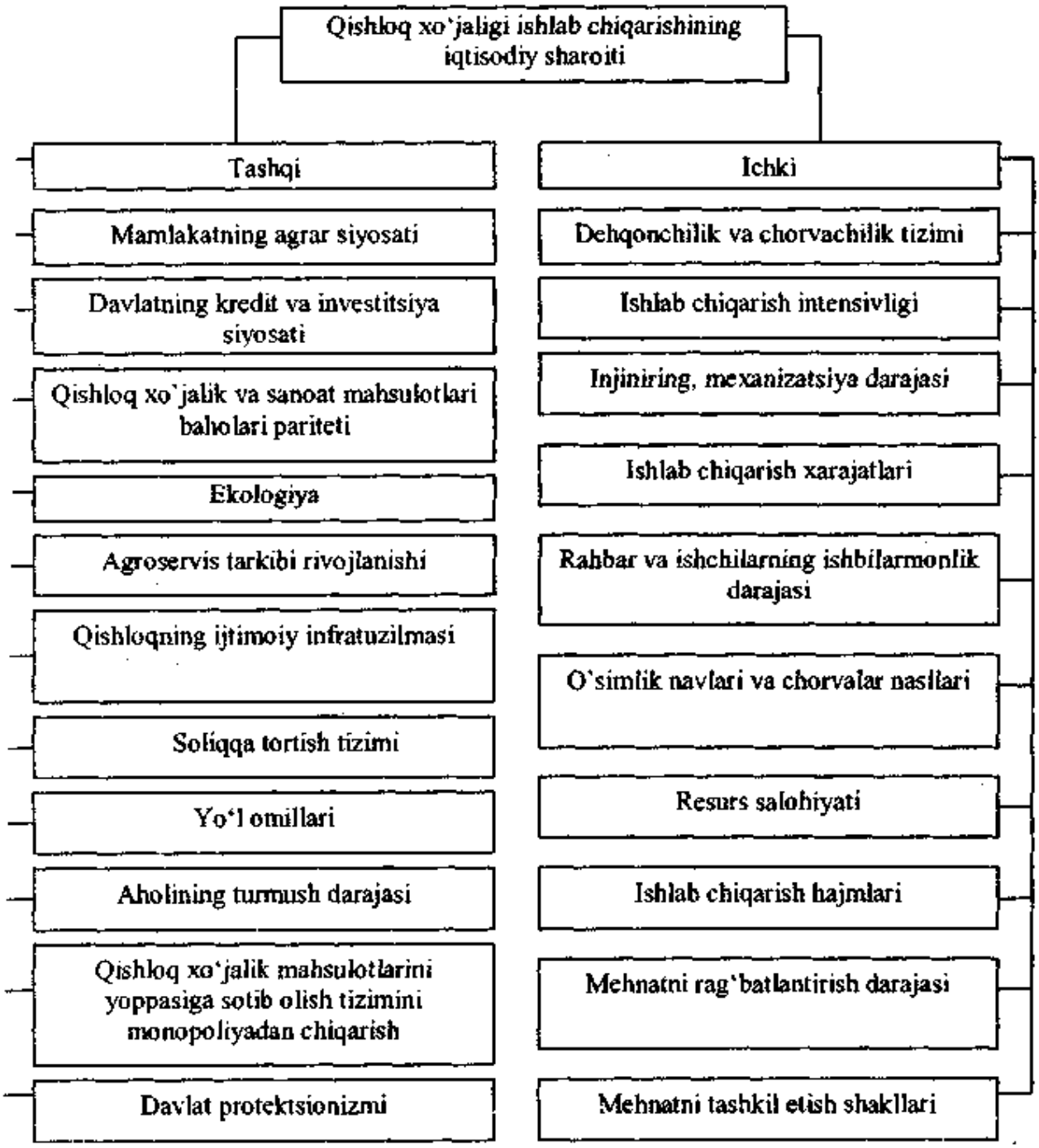
5.2.7-5.2.8-chizmalarga ko'ra, agrar sohada korxonalarni joylashtirishning tabiiy sharoitlariga oddiy usullar bilan yaxshilanadigan (*tuproqdagi oziq moddalar zaxiralari, tuproqning mikromuhiti, tabiiy o'simlik qatlami, tuproq reaksiyalari, mikrorelyef*), katta xarajatlar bilan yaxshilanadigan (*issiqlik va suv rejimlari, tuproq erroziyasi, mayda konturligi va mezorelyefi*), deyarli o'zgarmaydigan (*quyosh radiatsiyasi, havo oqimlari, tuproqning mexanik tarkibi, zot va nasl, makrorelyef*) sharoitlar kirsa, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishining iqtisodiy sharoitlari ichki va tashqi turlarga ajraladi. Tashqi sharoitlar mamlakatning agrar, kredit va investitsiya, savdo siyosatini, agroservis tarkibi va qishloq infratuzilmasi rivojlanishini, aholi turmush darajasi va soliqqa tortish tizimi, ekologiya, qishloq xo'jalik va sanoat mahsulotlari baholari paritetini o'z ichiga olsa, ichki sharoitlar esa dehqonchilik va chorvachilik tizimini, ishlab chiqarish intensivligi va xarajatlarini, injiniring va mexanizatsiya darajasini, mehnatni rag'batlantirish darajasi va shakllarini, resurs salohiyati va ishlab chiqarish hajmlarini o'z ichiga oladi.

Agrar sohada tijorat korxonalarini joylashtirishning tabiiy sharoitlari



5.2.7-chizma.

Agrar sohada tijorat korxonalarini joylashtirishning iqtisodiy sharoitlari



5.2.8-chizma.

5.3. Savdo tashkilotini joylashtirish o'rni haqida qaror qabul qilish usullari

Korxonaning joylashish o'rni haqida qaror qabul qilishda firmani joylashtirishning bir necha muqobil variantlari va tadbirkor o'z oldiga qo'ygan maqsadlarga erishish darajalari nisbiy baholanadi. Biznesning joylashish o'rni keng hududni qamrab oladi, shuning uchun bashorat qilishning aniqligi va mayda xatolar ham oxirgi joylashish o'rnini tanlashda katta ahamiyatga ega. Odatda, xususiy va umumiy model qo'llanadi. Joylashtirish o'rnini tanlashning xususiy modeli joylashish o'rnining bir yoki ikkita omilini o'z ichiga oladi. Umumiy modellar esa bir vaqtning o'zida qo'shimcha omillar majmuyini yoki hamma omillarning yig'indisini tashkil qiladi. Modellar ichida eng ko'p qo'llaniladigani – bu Veberning korxonaning transport xarajatlari modelidir. Bunda tashish xarajatlari yetkazib berish va tayyorlash joylariga uzoqdaligiga nisbatan proporsional ravishda belgilanadi.

Masala quyidagicha beriladi: sotish yoki xarid qilishning (P_i) n ta joyi va ularga mos koordinatalar (X_i, Y_i) berilgan. Bu punktlarning joylashuv o'rni masofasi S koordinatalar bilan birga (X_i, Y_i) dan N_i ni tashkil qiladi.

Bundan tashqari, tashish hajmi a_i va bir birlik mahsulot tashishga ketadigan xarajat r_i hamda uzoqlik (S)ga ketgan doimiy transport xarajatlari T_c xarajatlar ma'lum. Transport xarajatlari minimal sarflanadigan joylashish o'rni S (X, Y) ni aniqlash lozim:

$$T_C = S(a_1r_1 + a_1r_2 + ... + a_nr_n) \rightarrow \min$$

Mos ravishda koordinatalar kesishishidagi masofa uzoqligi quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$r_i = \sqrt{(x - x_i)^2 + (y - y_i)^2}\,.$$

Bu yerda transport xarajatlarining joylashish o'rni S ni koordinatalari (X, Y) ning funksiyasi sifatida ifodalash mumkin:

$$T_C(x, y) = S\sum_{i=1}^{n} a_i * \sqrt{(x - x_i)^2 + (y - y_i)^2} \rightarrow \min$$

Bu model orqali biznesning joylashish o'rnini aniqlash mumkin. Xususiy modellar kengayishi mumkin va bunda u chiziqli dasturlash usuli orqali yechiladi. Joylashtirishning umumiy modellarini yechishda foydali

qiymat tahlilini qo'llash mumkin. Uning asosida yotuvchi maqsadlar tizimi ko'p o'lchovli hisoblanadi va monetar hamda nomonetar parametrlarga ega. Joylashish o'rnining alternativ variantlari ayrim mezonlarning amalga oshish darajasiga qarab baholanadi. Obyekt joylashish o'rnining ma'lum variantlari tahlili bo'yicha kutilayotgan daromad yoki foyda aniqlanadi. Bu esa qo'yilgan maqsadga erishilganlikni bildiradi. Har bir mezon tahlil qilingandan keyin ular bo'yicha shkala ishlab chiqiladi va joylashish o'rnining har bir omili uchun minimal majburiyatlar qo'yiladi. Bu baholash me'yorlari orqali amalga oshiriladi.

Keling, hisob-kitob namunasini ko'rib chiqamiz. Xorazm viloyatida oshxona jihozlari ishlab chiqarish bo'yicha korxona tashkil qilish ko'zlanmoqda. Joylashish o'rni uchun ikkita o'rin belgilangan: A (alternativ a_1) va B (alternativ a_2), bu yerda hal qiluvchi maqsadlar – ishlab chiqarish uchun eng kam sarflar, bozorning uzoq muddatli ishonchliligi va arzon xomashyolar.

Boshqa maqsadlarni darrov tushirib qoldiramiz. Qo'yilgan maqsadga erishishga turli xil omillar ta'sir qiladi. Bulardan eng muhimlari: transportning masofasi (F_1)m korporatsiya bo'yicha sarf (F_2) va mahalliy hokimiyat organlarining qo'llab-quvvatlashi (F_3).

Hisob-kitoblar shuni ko'rsatadiki, A punkt uchun tashish masofasi B punktinikidan 2 marta ko'p, ya'ni B punkt uchun "masofa" omili ikkilangan ijobiy ta'sir qiladi.

Bundan keyingi hisob-kitoblar uchun joylashish o'rni alternativlarining matritsasini tuzish zarur bo'ladi (5.3.1-jadval).

5.3.1-jadval

Xorazm viloyatida oshxona jihozlari ishlab chiqaradigan korxona joylashish o'rnining muqobil matritsasi

Maqsadlar	TS_1 (ishlab chiqarish xarajatlari)			TS_2 (bozor)			TS_3 (xomashyo)		
Omillar/ Muqobillar	F_1	F_2	F_3	F_1	F_2	F_3	F_1	F_2	F_3
a_1	e_{11}	e_{12}	e_{13}	e_{11}	e_{12}	e_{13}	e_{11}	e_{12}	e_{13}
a_2	e_{21}	e_{22}	e_{23}	e_{21}	e_{22}	e_{23}	e_{21}	e_{22}	e_{23}

Keltirilgan matritsada e_{11}....e_{23}-omilning yagona maqsadli manosi (ekspert tomonidan 1 dan 10 gacha belgilanadi).

Maqsadlar quyidagicha ranjirlanadi:

- ishlab chiqarishdagi past xarajatlar (TS_1)=0,6;
- uzoq muddatli bozorning barqarorligi (TS_2)=0,2;
- arzon xomashyoni sotib olishning ishonchliligi (TS_3)=0,2.

Mazkur maqsadga ta'sir qiluvchi omillar 1 dan 10 gacha bo'lgan shkala bo'yicha belgilanadi, nisbiy maqsadli og'irliklar esa har bir omil bo'yicha va har bir maqsadga nisbatan bir birlik ulush sifatida sonlarda belgilanadi va matritsada keltiriladi (5.3.2-jadval).

5.3.2-jadval

Xorazm viloyatida oshxona jihozlari ishlab chiqaradigan korxona joylashish o'rnining sonli alternativ matritsasi

Maqsadlar	TS_1 (ishlab chiqarish xarajatlari)			TS_2 (bozor)			TS_3 (xomashyo)		
Omillar/muqobillar	F_1 (0,8)	F_2 (0,1)	F_3 (0,1)	F_1 (0,1)	F_2 (0,2)	F_3 (0,7)	F_1 (0,6)	F_2 (0,2)	F_3 (0,2)
a_1	5	8	7	6	4	5	8	2	9
a_2	10	4	5	8	6	3	5	2	3

Ekspertlar tomonidan omillarning ta'siri ular tomonidan belgilangan ma'nolarning omillar og'irliklariga ko'paytiriladi, tartiblanadi va har bir maqsadga muvofiq og'irliklari ko'paytiriladi va yana tartiblanadi.

Hisob kitoblar quyidagi ko'rinishda amalga oshiriladi:

$$a_1=(5\cdot0,8+8\cdot0,1+7\cdot0,1)\cdot0,6+(6\cdot0,1+4\cdot0,2+5\cdot0,7)\cdot0,2+(8\cdot0,6+2\cdot0,2+$$
$$+9\cdot0,2)\cdot0,2=(4+0,8+0,7)\cdot0,6+(0,6+0,8+3,5)\cdot0,2+(4,8+0,4+1,8)\cdot0,2=$$
$$=5,5\cdot0,6+4,9\cdot0,2+7\cdot0,2=3,3+0,98+1,4=5,68;$$

$$a_2=(10\cdot0,8+4\cdot0,1+5\cdot0,1)\cdot0,6+(8\cdot0,1+6\cdot0,2+3\cdot0,7)\cdot0,2+(5\cdot0,6+2\cdot0,2+$$
$$+3\cdot0,2)\cdot0,2=(8+0,4+0,5)\cdot0,6+(0,8+1,2+2,1)\cdot0,2+(3+0,4+0,6)\cdot0,2=8,9\cdot0,6+$$
$$+4,1\cdot0,2+4\cdot0,2=5,34+0,82+0,8=6,96.$$

Shuningdek, korxonaning joylashish o'rnini tanlashda mazkur hududdagi infratuzilmaning rivojlanganlik darajasi, tabiiy omillar va hududda yashovchi aholi to'g'risida batafsil ma'lumotlar lozim bo'ladi. Korxonaning joylashish o'rnini tanlashda muhim bo'lgan omillar quyidagilardan iborat.

1. Iqlim

1. **Havo harorati**: maksimal, minimal, o'rtacha (bir kunlik, yillik, oxirgi 10 yillik).

2. **Namlik:** maksimal, minimal, o'rtacha (bir kunlik, yillik, oxirgi 10 yillik).

3. **Quyosh vaqti**: yil davomida quyosh soatlari soni (oxirgi 10 yillik).

4. **Shamol:** shamol yo'nalishi va shamolli kunlar soni, yo'nalishi va maksimal tezligi, vayron qiluvchi shamollar (bo'ronlar va h.k.).

5. **Yog'inlar miqdori:** yog'inlar yog'ishining uzoqliligi va darajasi (maksimal, minimal, o'rtacha): 1 soat, 1 kun, 1 oy, 1 yil, oxirgi 10 yil mobaynida. Kutilmagan holatlar (do'l yog'ishi va h.k.).

6. **Chang va tutun.** Chang shamollari (uzoqliligi, yo'nalishi, 1 kub metr havoda qattiq jismlarning tarkibi); qo'shni korxonadan tutunlar.

7. **Ko'chuvchi qumlar.**

8. **Ustki qatlamlarning** suv bosimi balandligi, uzoqliligi va suv bosimining kalendar kunlari.

9. **Zilzila:** xalqaro shkala bo'yicha kuchi (masalan, Rixter shkalasi), chastotasi.

2. O'lka va maydon

1. **Maydonning joylashgan yerlari:** adresi (mamlakat, viloyat, shahar, ko'cha, uy raqami). Qo'shni korxonalar.

2. **Maydonning tavsifi:** o'lchamlari (uzunligi, kengligi, dengiz sathidan balandligi, geografik mo'ljali, topografiyasi, mavjud servitutlar, ko'chmas mulk narxi).

3. Transport vositalari

1. **Yo'llar:** yo'l va ko'priklarning kengligi, yuk ko'taruvchanligi, ko'priklarning yorituvchanligi, yo'l turlari (har xil, tosh terilmagan yo'l, shag'al yo'l), mavsumiy yo'l transport chegaralanishlari. Yo'llar tizimi (xaritada).

2. **Temiryo'llar:** temiryo'llar tizimi, harakatdagi sostavning yuk ko'taruvchanligi (yuklar miqdori), yuklash-tushirish uskunalari, mavsumiy chegaralar, omborlar va saqlaydigan joylar, ta'riflar.

3. **Suv transporti:** kanallar, daryolar tizimi, daryolar kengligi va chuqurligi, kemalarning yuk ko'taruvchanligi, yuklash-tushirish uskunalari, omborlar va yuk saqlash joylari, tariflar.

4. **Havo transporti:** uchish-qo'nish inshootlarining turi, uchish-qo'nish chizig'ining uzunligi, omborlar va yuk saqlash joylari, tariflar.

5. **Yo'lovchi transporti tizimi:** avtobuslar, tramvaylar va h.k.

4. Suv bilan ta'minlanganlik

1. **Tavsif.**

2. **Aralashmasi:** qattiqligi, korroziyalanuvchanligi, gazlar.

3. **Harorati:** kunduzi – maksimal, minimal, o'rtacha, yillik – maksimal, minimal.

4. **Bosimi:** maksimal, minimal.

5. **Suv bilan ta'minlash manbalari:** maksimal miqdorda, mumkin bo'lgan ulanish joyi, mavjud tizimning materiali va diametri, bosimi, bahosi.

6. **Suv bilan ta'minlashning boshqa manbalari:** manbaning ustki qatlami, yerosti manbalari.

5. Energiya bilan ta'minlanganlik va aloqa vositalari

1. Davlat va shaxsiy manbalarning elektr energiya quvvati.
2. Kuchlanishi, ulanish joyi.

3. **Suyuq yonilg'i:** miqdori, yonish issiqligi manbasi. Maydongacha bo'lgan masofa, yetkazib berish vositasi, narxi.

4. **Ko'mir, gaz:** miqdori, yonish issiqligi, manbasi, narxi.

5. **Bug':** miqdori, bosimi, ulanish joyi, narxi.

6. **Aloqa vositasi:** telefon tizimi, quvvati, ulanish joyi, tariflari.

7. **Teleks:** radiotelefon, telegraf.

6. Chiqindilarni yo'qotish

1. **Axlatxonalar:** turi, joylashgan yeri, poyezdlar, foydalanganlik uchun to'lov.

2. **Kommunikatsiya tizimi:** turi, simlaming diametri va materiali, ulanish joyi, foydalanganlik uchun to'lov.

7. Kadrlar

1. **Muhandis-texnik ishchilar va xodimlar:** tayyorgarlik turi va darajasi, lavozim okladi, ishchilar, malakalarining turi va darajasi, real ish haqi, beriladigan imtiyozlar, soliqlar, ustamalar va h.k. ishlab chiqarish munosabatlari va mehnat qonunchiligi.

8. Budjet va huquqiy holat

1. **Huquqiy holatlar:** qurilish qonunchiligi, chegaralanishlar, xavfsizlik choralari, ustamalar bo'yicha qonuniy me'yorlar.

2. **Sug'urta turlari:** yong'indan sug'urtalash, baxtsiz hodisalardan sug'urtalash, bo'ronlar natijasida kelgan talofatlardan sug'urtalash. Ishlash joyidan tibbiy xizmatdan foydalanish huquqi. Qurilish, montaj va xizmat ko'rsatish uchun asbob uskunalar.

9. Yashash sharoitlari

Yashash sharoitlari, ovqatlanish, dam olish, maktablar, madaniyat obyektlari, savdo tashkilotlari, tibbiy ta'minlanganlik.

Nazorat uchun savollar

1. Savdo korxonasi haqida tushuncha bering.
2. Faoliyatdagi firma o‘z joylashish o‘rnini o‘zgartirishi nima bilan aniqlanadi?
3. Firmaning mikro va makrojoylashuvini tavsiflang.
4. Biznesning joylashish o‘rnini tanlashdagi iqtisodiy va noiqtisodiy mezonlar.
5. Biznes joylashuv o‘rnining mezonlarini detallashtirish tamoyillari.
6. Korxona joylashuv o‘rnini aniqlovchi omillar.
7. Turli xil biznesning joylashuv o‘rniga davlat qanday ta’sir ko‘rsatishi mumkin?
8. Biznes iqtisodiy muhitining makro va mikrodarajadagi asosiy omillarini sanab bering.
9. Iqtisodiy muhit o‘zgarishi bilan bog‘liq moliyaviy tavakkalchilik nimalardan iborat?
10. Biznes infratuzilmasi to‘g‘risida ma’lumot bering.
11. Hozirgi davrda O‘zbekistondagi tadbirkorlik faoliyati va biznesning siyosiy va huquqiy mohiyatiga tavsif bering.
12. Biznesning ijtimoiy madaniy muhiti.
13. Biznesning joylashuv o‘rnini belgilashga ta’sir qiluvchi demografik omillarni ko‘rsating.
14. Korxona joylashuv o‘rnini tanlashda tabiiy muhitning ahamiyati.
15. Turli xil biznes joylashuv o‘rnini tanlashdagi asosiy omillar.
16. Firma joylashuv o‘rnini tanlashda qaysi uslublardan foydalaniladi?
17. Biznesning joylashuv o‘rnini tanlashda muqobil variantlar bo‘yicha boshlang‘ich ma’lumot manbalarini ko‘rsating.
18. Aholining ish bilan bandligi tizimidagi zamonaviy o‘zgarishlar biznesga qanday ta’sir ko‘rsatadi?
19. Tabiiy zaxiralar bilan maksimal holda bog‘liq bo‘lgan biznes sohalarini ayting.

Mavzuga doir testlar

1. Biznesning joylashish o'rnini tanlashdagi asosiy mezon qaysi?

A) ekologik xavfsizlik

B) iste'molchilar uchun maksimal qulayliklar

C) foyda hajmi

D) iste'molchilar uchun minimal vaqt xarajatlari.

2. Mahsulot ishlab chiqarishda foydalaniladigan xomashyo og'irligi va hajmi korxona bilan bozor orasidagi masofaga qanday bog'liq?

A) to'g'ri B) teskari

C) bog'liq emas D) korxona uchun ahamiyatsiz.

3. Biznesni joylashtirish o'rnini aniqlashga ta'sir etuvchi omillar nechta guruhga birlashadi?

A) 5 B) 6 C) 4 D) 3

4. Quyidagilardan qaysi biri tayyorlashga yo'naltirilgan omil hisoblanadi?

A) tabiiy xususiyatlar B) xabarlashish imkoniyatlari

C) xo'jalik yuritish tizimi D) ish bo'yicha aloqalar.

5. Berilganlardan qaysi biri tashqi o'zgaruvchan makroiqtisodiy omil hisoblanmaydi?

A) valyuta kurslari B) dunyo bozori konyunkturasi

C) xalqaro hodisalar D) ishsizlik darajasi.

6. Avtomobillar uchun to'xtash joylari mavjudligi qaysi biznes turi uchun joylashish o'rnini tanlashda maxsus omil hisoblanadi?

A) xizmatlar sohasi B) servis

C) ishlab chiqarish D) barchasi uchun.

7. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishining tashqi iqtisodiy sharoiti qaysi?

A) mamlakatning agrar siyosati

B) ishlab chiqarish intensivligi

C) o'simlik navlari va chorvalar nasllari

D) resurs salohiyati.

8. Qaysi formula masofa uzoqligini hisoblashda ishlatiladi?

A) $r_i = \sqrt{(x-x_i)^2 + (y-y_i)^2}$

B) $r_i = \sqrt{(x-x_i)^2 - (y-y_i)^2}$

C) $r_i = \sqrt{(x-x_i)^2 + (y-y_i)^1}$

D) $r_i = \sqrt{(x+x_i)^2 + (y+y_i)^2}$

9. Tuproq erroziyasi dehqonchilikning tabiiy sharoitlaridan qaysi biriga kiradi?

A) oddiy usullar bilan yaxshilanadigan

B) dehqonchilikning tabiiy sharoitlariga kirmaydi

C) katta xarajatlar bilan yaxshilanadigan

D) deyarli o'zgarmaydigan.

10. Qaysi turdagi korxonalar xomashyo bazalari yoniga qurilishi kerak?

A) rangli metallar, ko'mir, neft qazib olish bilan shug'ullanadigan

B) g'isht, mebel, oyoq kiyim ishlab chiqaruvchi korxonalar

C) shakar, konserva, sement ishlab chiqaruvchi zavod

D) tikuvchilik fabrikalari, un, go'sht, pivo ishlab chiqaruvchi zavodlar.

VI BOB. ISHLAB CHIQARISHNI REJALASHTIRISH

6.1. Ishlab chiqarish dasturi

Mavjud korxona quvvatiga qarab ishlab chiqilgan ishlab chiqarish dasturi shu mahsulot bozoridagi talabga taqqoslanadi. Natijada avvaldan chiqarilayotgan mahsulot miqdori bilan birgalikda sotilishi mumkin bo'lgan mahsulot hajmi aniqlanadi.

Bozor talabi mahsulotning u yoki bu turi hajmi bo'yicha korxonaning ishlab chiqarish potensialini aniqlab beradi.

Ishlab chiqarish quvvatini ichki zaxiralardan foydalanish evaziga yoki qo'shimcha fondlarni kiritish evaziga oshirish mumkin. Ular quyidagilar:

- texnik qayta jihozlash natijasida ishlab chiqarish quvvatining o'sishi;
- rekonstruksiya natijasida ishlab chiqarish quvvatining ishga tushirilishi;
- faoliyatdagi korxonani kengaytirish yoki yangi korxona qurish yo'li bilan ishlab chiqarish quvvatini amalga oshirish hisobiga.

Ko'rib chiqilayotgan variantlar ichidan bozor talabini qondirish nuqtayi nazaridan korxona uchun eng samarali bo'lgan bitta yoki bir necha usullar tanlab olinadi va ular asosida ishlab chiqarishni tashkil qilish va texnik rivojlantirish rejasi tuziladi.

Ishlab chiqarish jarayonining ko'lami va tashkil etilishiga ko'ra ishlab chiqarishning bir necha turlari mavjud. Ular quyidagilar:

A) uzluksiz jarayonga ega bo'lgan, bitta mahsulot ishlab chiqaruvchi korxona, masalan, sement ishlab chiqarish;

B) uzluksiz jarayonga ega bo'lgan bir necha mahsulot turi ishlab chiqaradigan korxona, masalan, neftni qayta ishlovchi korxona;

C) buyurtma bo'yicha mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar, masalan, avtomobil butlovchi qismlarini tayyorlovchi korxonalar;

D) ommaviy yig'uvchi ishlab chiqarish, masalan, avtomobil dvigatellarini ishlab chiqaruvchi korxona.

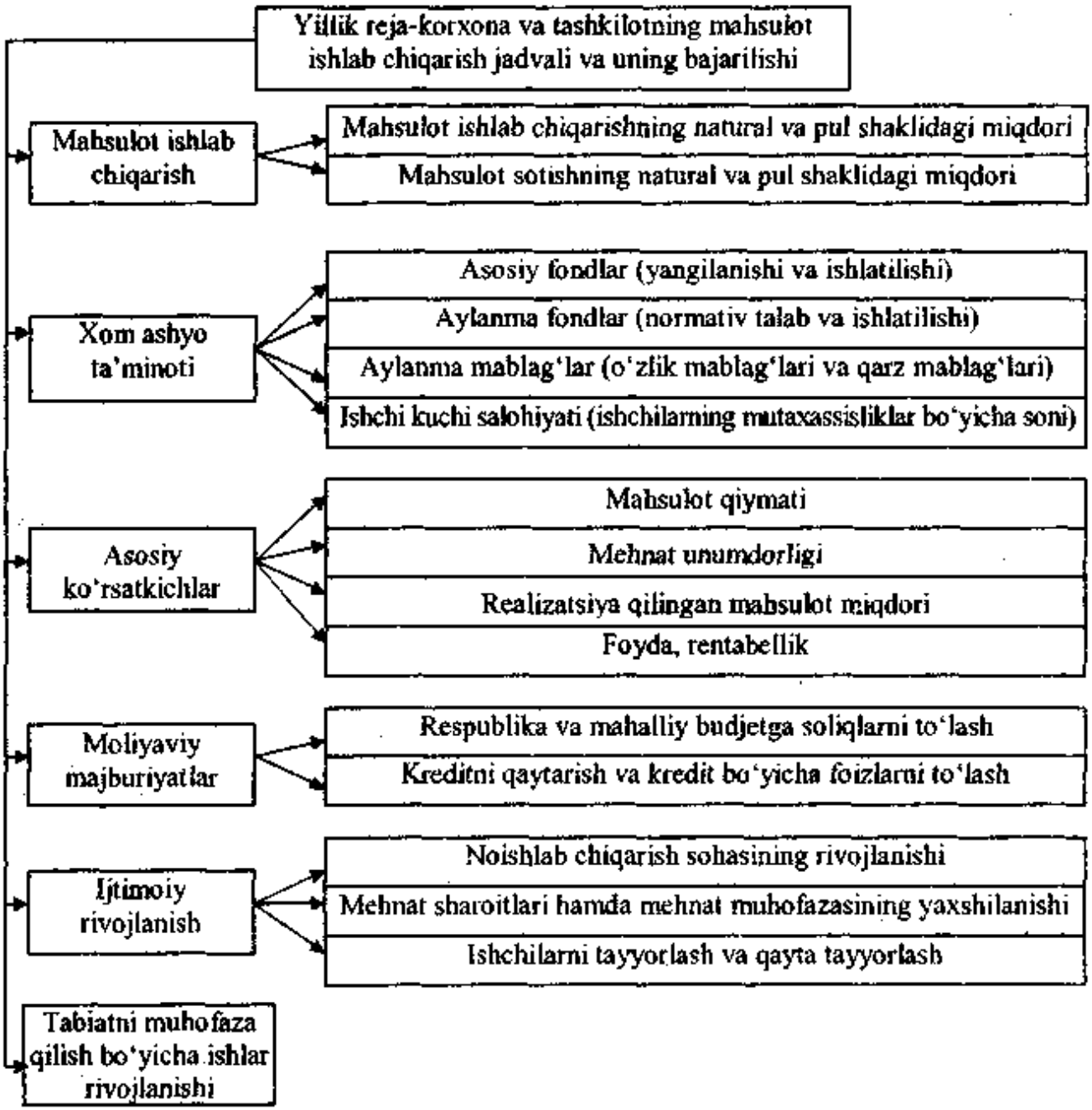
Agar korxonada ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmi, bozordagi talab hajmidan oshmasa, birinchi tur korxonalar uchun savdo hajmida muammolar yuzaga kelmaydi, ikkinchi tur korxonalar uchun esa ishlab chiqarishda ham, savdoda ham muammolar chiqishi mumkin. 3-tur korxonalar uchun eng asosiysi buyurtmalar olish hisoblanadi.

6.1.1-jadval

Korxonaning mahsulot ishlab chiqarish jadvali

Mahsulot hajmi	Yil (oy)				
	0	1	2	...	n
Mahsulot 1					
Mahsulot 2					
.....					

Korxonaning yillik rejasi



6.1.1-chizma.

Bu sharoitlarni hisobga olgan holda chiqarilayotgan mahsulot hajmining yillar bo'yicha hisoblangan ishlab chiqarish dasturini tuzish mumkin bo'ladi. Bunda savdo tashkilotlarining yillik iqtisodiy rejasini tasvirlovchi 6.1.1-jadval va 6.1.1-chizmadan foydalanish mumkin.

6.2. Korxona quvvatini aniqlash

Ishlab chiqarish quvvati deganda miqdor ko'rinishidagi mahsulot hajmi yoki ma'lum muddat mobaynida ishlab chiqarilishi mumkin bo'lgan mahsulot birligi tushuniladi. Biror vaqt bo'lagi orasida olingan ishlab chiqarish quvvati doimiy ishlab chiqarish quvvati hisoblanishi mumkin, lekin bunda ishlab chiqarish o'zgarishi va mahsulot nomenklaturasi o'zgarishini hisobga olish zarur. Quvvatning maksimum va minimum turlari mavjud.

Ishlab chiqarishning nominal quvvati – bu uskunalar me'yori bo'yicha ishlaganda ishlab chiqarishdagi uzilishlar, bekor to'xtab turishlar, bayram kunlari, asboblarning almashinishi, uskunalarning hamma qismlarini bir vaqtning o'zida ishlata olmaslik va boshqaruvning mukammal emasligi kabi omillar ta'sir qilmagan holdagi ishlab chiqarish quvvatidir.

Nominal quvvat bu ma'lum ish sharoitlarida bir yil mobaynida ishlab chiqariladigan mahsulot birligidir. Bu ishlab chiqarish quvvati bozorni to'liq tadqiq qilishdan olingan mahsulot talabiga mos bo'lishi zarur.

Maksimal ishlab chiqarish quvvati – o'rnatilgan uskunalar quvvatiga to'g'ri keladigan, texnik jihatdan erishiladigan ishlab chiqarish quvvati.

Korxonaning minimal rentabellik darajasi ko'pchilik sanoat korxonalari va loyihalarda qo'llaniladi va u o'z mazmuniga ko'ra ishlab chiqarishning minimal darajasini ko'rsatib beradi. Kuniga 200 t qaymoq ishlab chiqaradigan sut zavodi norentabel hisoblanadi, chunki bu zavod uchun mazkur mahsulot har kuni iste'mol qilinadigan bozor zarur, shuningdek boshqa raqobatchilar tovar ishlab chiqarishi hajmini ham inobatga olish kerak. Lekin qaymoq ishlab chiqaruvchi zavodning ishlab chiqarish quvvati shunday miqdorda bo'lishi kerakki, natijada baho ma'lum ishlab chiqaruvchilar foyda olishini ta'minlashi lozim.

Yirik ishlab chiqarishlar, odatda, katta investitsiya xarajatlarini talab qiladilar. Ularda proporsional ravishda mahsulot ishlab chiqarish hajmining oshishi bir birlik mahsulot uchun sarflanadigan ishlab chiqarish xarajatlarining kamayishiga olib keladi.

Loyihaning minimal rentabellik darajasini aniqlashda jahon amaliyotidan foydalanish yaxshi samara beradi, chunki ishlab chiqarilayotgan loyihadagi ishlab chiqarish xarajatlari bilan mavjud boshqa korxonalarda ishlab chiqarilayotgan shu turdagi mahsulotni ishlab chiqarish sarfi orasida ma'lum bog'liqliklar mavjud. Agarda bu kuzatishlar zaxiralar chegaralanganligi yoki kutilayotgan talabdan yuqori ekanligi sababli amalga oshirilmasa, bu to'g'ridan-to'g'ri ishlab chiqarish sarflarining oshishi va sotish narxlarining ko'tarilishiga, tashqi bozorda raqobatbardosh bo'lmaslikka va davlat tomonidan ma'lum bir himoyaga zarur bo'lishlikka olib keladi.

Yana bir muhim omil shundaki, mavjud texnologiya va uskunalar ko'pincha ma'lum quvvatdagi ishlab chiqarish birliklari ishiga mo'ljallangan bo'ladi. Garchi texnologiyalar va uskunalar past quvvatli ishlab chiqarish korxonalariga moslashtirilgan bo'lsada, bu moslashtirish uchun xarajatlar juda yuqori bo'lishi mumkin. Shu sababdan, ba'zi ishlab chiqarish tarmoqlaridagi amalga oshirilmayotgan loyihalar ma'lum minimal ishlab chiqarish rentabelliklariga mos kelishi zarur. Bu yig'uvchi korxonalar uchun, ayniqsa, seriyali mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun to'g'ri bo'ladi. Chunki seriyali mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar uzluksiz yoki yarim uzluksiz ish tartibiga ega.

Korxona quvvatini alternativ variantlarini aniqlash uchun bashorat qilingan savdo hajmi va nominal ishlab chiqarish vaqti orasidagi birliklarga bo'lgan bog'liqlikda aniq baholash shart.

Korxona yangi mahsulot ishlab chiqara boshlagan yoki mazkur bozor uchun yangilik bo'lgan mahsulot ishlab chiqara boshlagan bo'lsa, dastlabki ishlab chiqarish quvvati talab, savdo hajmidan biroz yuqori bo'lishi kerak. Chunki ular bir necha yil davomida o'suvchi talabni qondirib borishlari kerak. Lekin rejalashtirilayotgan ishlab chiqarishda sotuvdan tushayotgan mablag' va xarajatlardan pasayib ketishi kerak emas.

Talab va sotuv hajmining oshishiga mavjud korxona quvvati yetarli bo'lmasligi mumkin. Bu esa korxonani kengaytirish zaruriyatini yuzaga keltiradi. Sotuv hajmi bashorati va korxona quvvatining bir-biriga bog'liqligi bir necha omillarga bog'liq. Masalan, bozor konyunkturasi va talabning narxlar bo'yicha elastikligi bashorati va xarajatning quvvatga nisbati va h.k.

Tanlangan nominal ishlab chiqarish quvvatiga muvofiq holda turli xil zaxiralarga bo'lgan talab va uning umumiy qiymatini aniqlash zaruriyatini yuzaga keltiradi.

Shu bilan birgalikda loyihaning xodimlar soniga bo'lgan zaruriyatini ham aniqlash lozim. Lekin xodimlarning zarur soni texnologiya va uskuna tanlangandan keyin aniq ma'lum bo'ladi. Biroq ishlab chiqarish texnologiyasi xodimlar malakasiga bog'liq bo'lsa, ko'pchilik loyihalar uchun xodimlar soni faqatgina nominal ishlab chiqarish quvvati aniqlangandan so'ng aniq bo'ladi.

6.3. Moddiy zaxiralarga ehtiyoj hisobi

Ishlab chiqarish quvvati va ishlab chiqarish dasturi aniq belgilab olingandan keyin korxonaning material zaxiralarga bo'lgan ehtiyoji hisoblanadi. Bunday hisob-kitoblar ularni ishlatish samaradorligini va ularni sotib olish va moliyalash manbalarini hisobga olgan holda o'tkaziladi.

Korxonaning material zaxiralariga bo'lgan talabini aniqlashdagi hisob-kitoblar uchun dastlabki ma'lumotlar bu ishlab chiqariladigan yoki ko'rsatiladigan xizmatlar hajmi hamda bir birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan material zaxiralariga bo'lgan ehtiyojning normativ bahosi hisoblanadi.

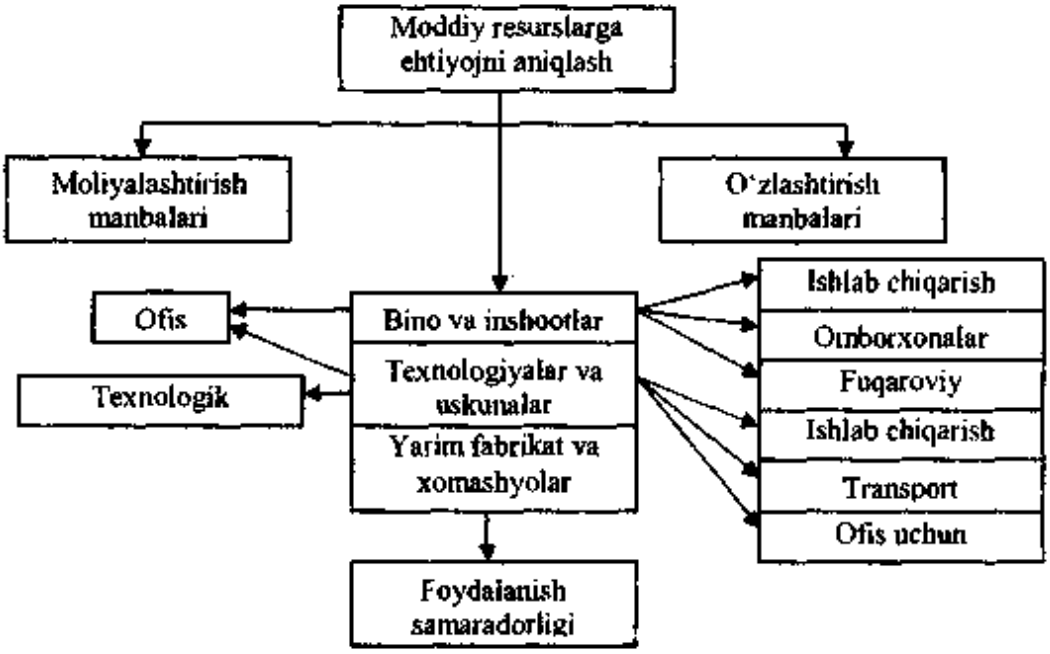
Material zaxiralariga bo'lgan talab to'g'ri hisoblashlar orqali aniqlanadi. Ya'ni materiallar sarfi me'yorining unga muvofiq bo'lgan hajm ko'rsatkichlariga ko'paytirish orqali bu ehtiyoj zaxira turiga qarab qiymat va natura ko'rinishlarida aniqlanadi (6.3.1-jadval).

6.3.1-jadval

Ishlab chiqarish dasturlariga muvofiq zaxiralarga bo'lgan talabning hisoblanishi (xomashyo va material)

Zahira nomlari	Yil					
	0			1	...	K
	Miqdori, natura, birlik	Birlik mahsulot bahosi, ming so'm	Narxi, ming so'm			
1-zaxira (xomashyo va materiallar)						
2-zaxira (yig'uvchi va ehtiyot qismlar)						
*********						
n-zaxira (energiya)						
Jami:						

Korxonaning moddiy bazasini shakllantirish



6.3.1-chizma.

Ishlab chiqarish zaxirasi ko'rsatkichi uning yil davomidagi bir kunlik me'yori bilan asoslanadi. Bu me'yor esa zaxiralarning o'rtacha bir kunlik iste'moli sifatida kunlarda yil oxiriga nisbatan ortiqcha zaxira sifatida hisoblanadi. Xomashyo yoki material bo'yicha keyingi yilga yoki sanaga o'tuvchi zaxira kattaligi quyidagi formula bo'yicha kunlarda hisoblanadi:

$$t_i^p = \frac{t_i x M_i}{K_{kun}}$$

bu yerda: t_i^p - i-xomashyo yoki material bo'yicha keyingi yilga o'tuvchi zaxira; t_i – i-xomashyo yoki material bo'yicha ehtiyoj; M_i – i-keyingi yilga o'tuvchi xomashyo yoki materialning kunlik me'yori; K_{kun} – reja-lashtirilgan davrdagi kunlar soni.

Ishlab chiqarish materiallari va ularni to'ldirish manbalarining naqdligi muhim savollardan biri hisoblanadi. Sanoatning ko'pchilik tarmoqlarida ishlab chiqarish jarayonini ta'minlovchi texnologiyalar va asbob-uskunalar mahsulot nomenklaturasi hamda asosiy mahsulot tavsifiga bog'liq. Bu mahsulotlar va ularga belgilangan baholar esa ko'pchilik tadbirkorlarning loyihalarida moliyaviy va savdo hayotiyligining asosiy omilidir. Asosan

ko'pchilik loyihalar hozirda mavjud xomashyoni, mahsulot tayyorlash yoki ishlab chiqarish uchun xomashyo naqdliligini aniqlashi va baholashi lozim. Zarur bo'ladigan mahsulotlar aniq hajmi esa faqatgina korxonaning ishlab chiqarish quvvati yoki ishlatiladigan texnologiya uskunalarining quvvati aniqlangandan keyin ma'lum bo'ladi.

Agar xomashyo mamlakatda bo'lsa, uning mavjud joyi va hududini aniqlash zarur bo'ladi. Ma'lum bir loyiha uchun materiallardan kelgusidagi foydalanishni va ularni mazkur korxonada mavjudligining ta'sirini baholash lozim.

Masalan, tabiiy gaz koni faqatgina chet hududlarda joylashishi mumkin. Lekin agarda tabiiy gaz quvurlar orqali yirik iste'mol markazlariga berilayotgan bo'lsa va bu hududda aloqa muntazam yaxshi rivojlangan bo'lsa, bu mahsulotga bo'lgan talab elektr energiya uchun emas, balki neftdan olish mumkin bo'lgan boshqa mahsulotlar sifatida qaraladi, bu elektr energiya ishlab chiqarishga qaraganda ancha samaraliroq ham bo'ladi.

Transportirovka va transport xarajatlarini ham mukammal ravishda tahlil qilish lozim. Asosiy materiallarni yetkazib berish masofasi, yetkazib berilishi zarur bo'lgan mahsulotni hozirda mumkin bo'lgan boshqa materiallar defitsiti bilan birga aniqlash lozim bo'ladi.

Xomashyolarni boshqa mamlakatlardan olib kelishdagi muammolar, birinchidan, turli xil to'siqlar, ikkinchidan, eksport qilinayotgan mamlakatda shu mahsulotlar ishlab chiqarilishi to'xtatilishi va boshqa bir qator omillar bilan bog'liqdir.

Modomiki, loyiha xarajatlarini ishlab chiqishda bir birlik mahsulot bahosi va boshqa bir qator omillar muhim ahamiyat kasb etar ekan, ularni alohida tahlil qilish lozim bo'ladi. Mamlakatimizda ishlab chiqariladigan mahsulotlar bahosini bir tomondan o'tmish va kelajakdagi tendensiyalarini hisobga olgan holda tahlil qilinsa, ikkinchi tomondan mahsulot bahosi talab elastikligiga qarab aniqlanadi. Ma'lum bir mahsulotga bo'lgan talab elastikligi qancha past bo'lsa, shu mahsulot bahosi shuncha baland bo'ladi.

Import mahsulotlarini oladigan bo'lsak, u holda ularning bojlari, tashish xarajatlari, tariflari, sug'urta xarajatlari, soliq va hokazolarni hisobga olish zarur.

Material zaxiralariga bo'lgan talabni aniqlashda yana bir asosiy omillardan biri – bu material, texnologiya ta'minotini tashkil qilishdir.

Investitsiya va ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblaganda ularga qo'shimcha omborlar qurilishiga va mahsulotlarni saqlashga sarflanadigan qo'shimcha xarajatlarni ham kiritish lozim.

6.4. Texnologiyani tanlash

Korxonaning quvvatini aniqlash asosida ishlab chiqarishga ta'sir qiluvchi bazi tashqi omillar hisobga olingandan keyin ish jarayoniga mos asbob-uskunalarni tanlash, texnologiya va uskunalarga sarflanadigan xarajatlarni aniqlash yotadi.

Texnologik iqtisodiy tadqiqotlarda asosiy mahsulotni ishlab chiqarish uchun eng samarali ishlaydigan texnolgiyalar aniqlanadi. Bunda texnologiyani sotib olishda turli oqibatlarni ham baholash lozim. Litsenziyalashni o'z ichiga olgan holda tanlangan texnologiya bilan bog'liq ta'mirlash va texnik xizmatlarni alohida ajratib ko'rsatish hamda shu xizmatlarni ko'rsatuvchi tashkilotni aniqlash zarur. Keyinchalik texnologiyalarni tanlash, sotib olish, shuningdek, mashinalar va uskunalar tanlash va sotib olish bilan bog'liq xarajatlarni aniqlash maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Ishlab chiqarish texnologiyasini tanlash ikki omilga suyangan holda amalga oshiriladi: uning kapital hajmi va ishlab chiqarish hajmi. Mamlakatdagi ishchi kuchi narxi va asosiy fondlarning qiymatidan qat'i nazar, korxonalar yo kapital hajmi omiliga yoki ishlab chiqarish hajmiga tayangan holda texnologiyalar sotib oladilar. Jahon tendensiyalari asosan kapital hajmi bilan bog'liq texnologiyalarga tayanadi, shular bilan bir qatorda kelgusida tanlangan texnologiyalarda ishlash uchun xodimlarni o'qitish xarajatlarini ham hisobga olish zarur.

Agar texnologiyalarni biror-bir boshqa korxonadan sotib olish lozim bo‘lsa, unda quyidagi texnologiyalarni sotib olish bilan bog‘liq vositalarni aniqlash kerak:

A) texnologiyani litsenziyalash;

B) texnologiyani to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotib olish;

C) texnologiyani yetkazib beruvchi bilan birgalikda ishtirok etish.

Texnologiyalarni litsenziyalash – ulardan foydalanish, ularni ishlab chiqarish, ularni sotish, taqdim etish bilan bo‘gliq jarayonlarni huquqiy jihatdan tartibga solishni anglatadi. Jumladan, zarur bo‘lgan hollarda uni turli qismlarga ajratish xizmatlari ko‘rsatiladi, masalan, texnologiyaning o‘ziga bog‘liq muhandislik xizmatlari, bosqichma-bosqich ichki integratsiyasi, oraliq mahsulotlar yetkazib berish, uskunalarni yetkazib berish.

Texnologiyalarni litsenziyalashning shartnomaviy aspektlari, texnologiyani sotib olmasdan oldin ko‘rib chiqiladigan muhim masalalardan biridir. Bunga quyidagilarni kiritish mumkin:

A) sotib olinayotgan texnologiyalarning tanlovi va ularning kafolatlari;

B) texnologiya bo‘yicha xarajatlar;

C) shartnomaning amal qilish muddati va boshqa ba’zi masalalar.

Bunda sotib olinayotgan texnologiyaga aniq tavsif berish muhim hisoblanadi. Agar gap texnologik jarayon haqida bo‘lsa, unda ishlab chiqarish jarayoni va undan kutilayotgan natijalarni tavsiflash lozim bo‘ladi. Agar ishlab chiqarish uskunasi sotib olinayotgan bo‘lsa, bunda hujjatlashtirish ishlari va ishlab chiqarish nou-xausining boshqa elementlari dasturlarini puxta ishlab chiqish zarur.

Bundan tashqari, mulk egasi taqdim etayotgan nou-xau bo‘yicha sifat kafolatini berishi, hamda litsenziya shartnomasi imzolangandan keyin to‘liq sotib oluvchiga o‘tishini tasdiqlashi shart. Texnologiya bahosi, uni to‘lash turi va to‘lab bo‘lish muddatlarini aniq belgilashi kerak. Bunda texnologiya turlaridan qat’i nazar to‘lov muddatlari 5 yildan 10 yilgacha bo‘lgan muddatni o‘z ichiga oladi.

Loyihalar nuqtayi nazaridan olib qaraganda bu muddat nou-xauning kelib chiqishini va o‘zlashtirilishini o‘z ichiga olishi muhim hisoblanadi.

6.5. Asbob-uskunalarni tanlash va binolarga bo‘lgan ehtiyoj

Texnologiya tanlovi va uskunalar tanlovi bir-biri bilan bog‘liq. Ba’zi loyihalarda ishlab chiqarish texnologiyasi keltiriladigan uskunaning bir qismi va bo‘lagi hisoblanadi. Shuning uchun ham texnologiyalar sotib olish uchun alohida shartnomalar tuzishga hojat yo‘ q. Ammo ba’zi hollarda texnologiyaning alohida sotib olishga ehtiyoj paydo bo‘lsa, uskunalarni tanlash texnologiyalarni aniqlagandan keyin amalga oshiriladi. Shunday ekan, uskunalar va mashinalarga bo‘lgan talab tanlangan texnologiyalar va uskunalarning ishlab chiqarish quvvati asosida tanlanadi. Uskunalar loyiha turidan kelib chiqqan holda tanlanadi. Qayta ishlovchi sanoat sohalarining ko‘pchiligi uchun uskunaning ishlab chiqarish quvvati qayta ishlashning har bir bosqichi uchun ishlab chiqarilishi va kelgusida ishlab chiqarish bosqichidagi uskunaning quvvati bilan bog‘lanishi zarur. Chunki uzluksiz texnologik jarayon paydo bo‘lishi kerak.

Mana, masalan, dizel motorlari yoki kompressorlardan ba’zi turlarini ishlab chiqarish uchun zarur stanoklar majmuasini turli xildagi mahsulotlar tashkil qilishi mumkin. Loyihada maxsus poydevorlar, tirgakli qurilmalar, devorlar, shiftlar qurishni talab qiluvchi montaj va uskunalarni o‘rnatish ishlari ham ko‘zda tutilishi kerak. Texnologik iqtisodiy bosqich tahlilida uskunalar va mashinalar ro‘yxati va bahosi qanchalik to‘liq bo‘lmasin, baribir ular investitsiya qarori qabul qilishda loyiha parametrlarining o‘zgarishi natijasida sezilarli o‘zgarishi mumkin. Texnologik jarayonlarning o‘zgarishini hisobga olgan holda bu o‘zgarishlar loyihaga kiritilishi shart, biroq texnik iqtisodiy bosqichlardan keyingi bosqichlarda.

Uskuna bilan birgalikda beriladigan va eskirganlari bilan almashtiriladigan zarur ehtiyot qismlar va ularning taxminiy baholari ko‘rsatilgan ro‘yxat tayyorlanishi shart.

Zarur bo‘lgan mashina va uskunalarni, ehtiyot qismlarni import mashina va uskunalariga hamda ichki bozordagi mashina va uskunalarga ajratish zarur. Import uskunalari xarajatlari, bahosi, kira va transport haqi

hamda ichki transport haqi, sug'urta va hokazo kabi uskunani zavod maydoniga keltirib tushurgunga qadar qilinadigan xarajatlar orqali shakllanadi. Shu bilan birga, uskunani o'rnatish xarajatlari ham hisoblanadi. Uskunaning o'rnatish bahosi uskuna turiga qarab uskuna bahosining 1–2% dan to 5–15% igacha bo'lishi mumkin.

Keyingi bosqich bu bino va inshootlarga bo'lgan ehtiyojlarni aniqlash va ular xarajatlari smetasini tuzishdan iborat. Qurilish dasturini ishlab chiqish uchun hamma obyektlar uch xil turkumga bo'linadi:

1. Maydonni tayyorlash va o'zlashtirish.

2. Zavod va ishlab chiqarish obyektlari; yordamchi binolar, ilmiy tadqiqot laboratoriyalari, tibbiy xizmat ko'rsatuvchi binolar, zaxiralarning tayyor va oraliq mahsulotlarni ishlab chiqarish anjomlari, ehtiyot qismlar va hokazolarni saqlash omborlari, ma'muriyat binosi, xodimlar uchun maxsus maishiy binolar, yashash uylari va boshqalar.

3. Ochiq osmon ostidagi obyektlar; binolar va muhandislik qurilish obyektlari xarajatlari tizimi natural yoki qiymat ko'rinishida tuziladi. Masalan, qurilgan maydonning metr kvadrati yoki qurilgan yopiq bino hajmining metr kubi.

Bundan tashqari, texnik iqtisodiy tahlil zavod uchun bo'lmagan inshootlar va ularning qurilish muddatlarini o'z ichiga olishi kerak. Masalan, ma'muriyat binosini zavod binosini qurmasdan oldin bitirish kerak. Yashash uchun uylar zaruriyatini ham ko'rib chiqish zarur.

Oxirgi ko'rsatilgan binolar kamdan-kam hollarda qurilmaydi. Markazdan uzoqda joylashgan yangi qurilgan zavod uchun ishchi kuchi muammosi paydo bo'ladi. Shuning uchun ham zavodda ishlovchilar uchun transport vositasi tashkil qilish zarur bo'ladi. Ammo ba'zi chekka hududlarda yagona variant – bu ta'lim beruvchi, tibbiy xizmat ko'rsatuvchi ijtimoiy ta'minot binolarini o'z ichiga olgan aholi yashash punktlarini qurishdan iborat.

Bu holatlar loyiha uchun sezilarli katta xarajatlar bo'lsada, ular muqarrar bo'ladi. Shuning uchun ham texnik-iqtisodiy tahlil bosqichida

aholi yashash punktlarini qurish yoki transport vositalari bilan ta'minlash ko'zda tutiladi. Uskunalar va fuqarolik qurilishi bo'yicha hamma ma'lumotlar 6.5.1 va 6.5.2-jadvallarda berilgan.

6.5.1-jadval

Uskunalarga bo'lgan ehtiyoj hisobi

№	Miqdori	Nomlanishi	Bittasining bahosi, ming so'm	Umumiy bahosi, ming so'm
1		Ishlab chiqarish uskunalari		
2		Yordamchi uskunalar		
3		Ikkinchi darajali uskunalar		
4		Reglament ishlari, ishlab chiqarish anjomlari uchun boshlang'ich ehtiyot qismlari va materiallar miqdori		

6.5.2-jadval

Binolar va inshootlar xarajatlari bo'yicha hisob-kitoblar

№	Miqdori	Xarajatlar	Bittasining bahosi, ming so'm	Umumiy bahosi, ming so'm
1		Maydonni tozalash va o'zlashtirish		
2		Binolar va maxsus fuqarolik inshootlari		
3		Ochiq osmon ostidagi inshootlar		

Nazorat uchun savollar

1. Korxonani ishlab chiqarish dasturi deganda nimani tushunasiz?

2. Loyiha quvvatiga erishish nuqtayi nazaridan ishlab chiqarish turlarini sanab o'ting.

3. Ishlab chiqarishning nominal quvvati deganda nimani tushunasiz?

4. Asbob-uskunalarni tanlash jarayonida qaysi omillarga asosiy e'tibor qaratiladi?

5. Ishlab chiqarish texnologiyasini tanlashga ta'sir ko'rsatuvchi asosiy omillarni sanab o'ting.

6. Maksimal ishlab chiqarish quvvati deganda nimani tushunasiz?

Mavzuga doir testlar

1. O'rnatilgan uskunalar quvvatiga to'g'ri keladigan, texnik jihatdan erishiladigan ishlab chiqarish quvvati – bu:

A) maksimal ishlab chiqarish quvvati

B) minimal ishlab chiqarish quvvati

C) real ishlab chiqarish quvvati

D) nominal ishlab chiqarish quvvati.

2. Korxonada zarur xodimlar soni nima asosida kelib chiqadi?

A) ishlab chiqaradigan mahsuloti miqdori asosida

B) qaysi tarmoqda faoliyat ko'rsatishi asosida

C) tanlangan texnologiya asosida

D) korxona joylashgan o'rni asosida.

3. Korxonaning material zaxiralarga bo'lgan ehtiyojini hisoblash qaysi bosqichlardan keyin keladi?

A) ishlab chiqarish quvvati va ishlab chiqarish dasturini aniqlashdan keyin

B) ishlab chiqarish joyi va ishlab chiqarish muddatini aniqlashdan keyin

C) sotish bozori va sotish kanallarini aniqlashdan keyin

D) korxonada ishlab chiqarishni tashkil qilgandan keyin.

4. Korxonani minimal rentabellik darajasi nimani bildiradi?

A) ishlab chiqarishning minimal darajasini

B) sotishning minimal darajasini

C) texnologiyalarning yaxshi tanlanmaganligini

D) kadrlarning bilim va ko'nikmasi yetarli emasligini bildiradi.

5. Ishlab chiqarishdagi uzilishlar, bekor to'xtab turishlar, bayram kunlari, asboblarning almashinishi, uskunalarning hamma qismlarini bir vaqtning o'zida ishlata olmaslik va boshqaruvning mukammal

emasligi kabi omillar ta'sirini hisobga oladigan bo'lsak bunda _____ aniqlanadi.

A) maksimal ishlab chiqarish quvvati

B) minimal ishlab chiqarish quvvati

C) real ishlab chiqarish quvvati

D) nominal ishlab chiqarish quvvati.

6. Yillik reja nima?

A) korxona va tashkilotning mahsulot ishlab chiqarish jadvali va uning bajarilishi

B) korxona va tashkilotning xomashyo bilan ta'minlaganlik darajasi va uning bajarilishi

C) korxona va tashkilotning mehnat resurslaridan foydalanish darajasi va uning bajarilishi

D) korxona va tashkilotning texnologiyalardan foydalanish jadvali va uning bajarilishi.

7. Korxonaning yillik rejasini belgilashda asosiy ko'rsatkichlar sifatida qaysilardan foydalanamiz?

A) mahsulot qiymati, mehnat unumdorligi, respublika va mahalliy budjetga soliqlarni to'lash

B) realizatsiya qilingan mahsulot miqdori, foyda, rentabellik, ishchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash

C) mahsulot qiymati, foyda, rentabellik, ishchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash

D) mahsulot qiymati, mehnat unumdorligi, foyda, rentabellik.

8. Ma'lum muddat mobaynida ishlab chiqarilishi mumkin bo'lgan mahsulot birligi nimani bildiradi?

A) ishlab chiqarish quvvatini

B) maksimal ishlab chiqarish quvvatini

C) minimal ishlab chiqarish quvvatini

D) potentsial ishlab chiqarish quvvatini.

9. Moddiy resurslarga ehtiyojni aniqlashda quyidagilardan qaysi biri muhim ahamiyat kasb etmaydi?

A) moliyalashtirish manbalari B) bino va inshootlar

C) ishchilar soni D) texnologiyalar va uskunalar.

10. Uskunani o'rnatish bahosi qancha bo'lishi kerak?

A) uskuna turiga qarab uskuna bahosining 1–2% dan to 5–15% igacha bo'lishi mumkin

B) uskunani o'rnatish uskuna bahosining 5–15% igacha bo'lishi mumkin

C) uskuna turiga qarab uskuna bahosining 5–10% dan to 10–15% igacha

D) uskuna turiga qarab uskuna bahosining 1–2% dan oshmasligi kerak.

VII BOB. MAHSULOTNI SOTISH VA KORXONANING TIJORAT ISHLARI

7.1. Korxonalarda mahsulot sotuvini tashkil qilish

Har qanday tijorat korxonasi ishining yakunlovchi bosqichi o'zi ishlab chiqargan yoki xarid qilgan mahsulotini sotish jarayoni bo'lib, u odatda iste'molchilar bilan imzolangan xo'jalik shartnomalari asosida amalga oshiriladi. Shartnomalarda mahsulot yetkazib berish hajmi va muddatlari, yetkazib berish shartlari, sotish baholari, to'lov shartlari, vaqtincha yetkazib bermaslik yoki vaqtincha to'lovni amalga oshirmaslik natijasida kelib chiqadigan huquqiy javobgarlik hamda muammoli holatlarni yechish usullari ko'rsatiladi.

Ishlab chiqaruvchi korxona uchun o'z mahsulotini sotish imkoniyatlarini aniqlash bozorning muhim jihatlarini o'z ichiga oladi, jumladan, narxni shakllantirish siyosati, sotuv va mahsulotni bozorga olib kirish bilan bog'liq chora-tadbirlar, mahsulotni taqsimlash, yetkazib berish tizimi va h.k.

Mahsulot sotishni tashkil qilish bo'yicha tadbirlar, odatda bozorni o'rganish va marketing tadqiqotlari o'tkazishdan boshlanadi.

Marketing bilan bog'liq tadbirlarga quyidagilar kiradi: *bozor talabini aniqlash, salohiyatli mijozlarga o'z mahsulotlari to'g'risida axborot berish, mahsulot va xizmatlarni sotishni tashkil qilish.*

Marketingning asosiy vazifalariga ma'lum tadbirlar orqali talabni shakllantirish, kerakli xaridorga kerakli mahsulotni o'z vaqtida yetkazib berish, o'z ichiga korxonaning marketing faoliyatini rejalashtirishni, shu rejalarni boshqarish va nazorat qilishni qamrab olgan marketing boshqaruvi kiradi.

Marketingning asosiy vositalari sifatida quyidagilar samarali qo'llaniladi: mahsulot, baho, kommunikatsiya, sotuvda mahsulot mavjudligi, xodimlar, firma imiji.

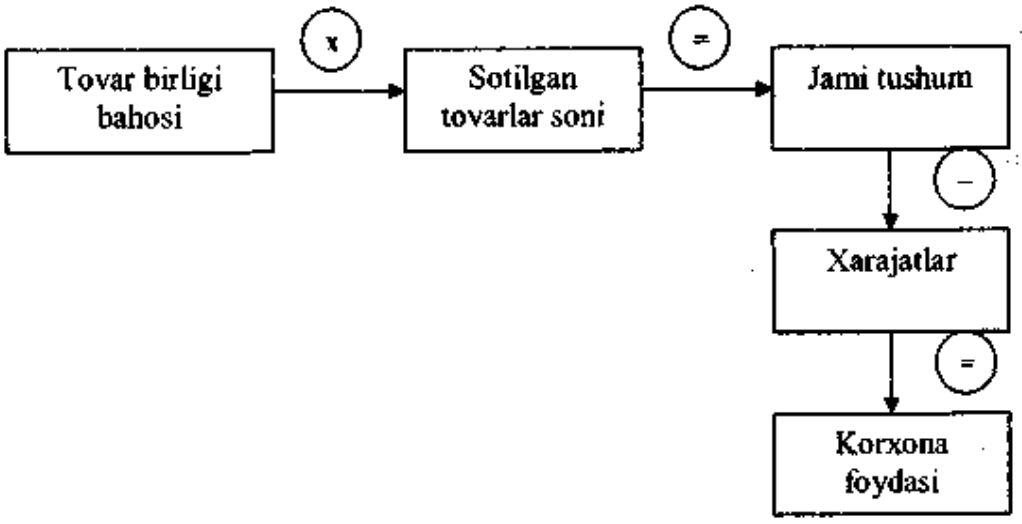
Mahsulot yuqori talabga ega bo'lgan va katta hajmda sotilayotgan bir vaqtda savdo hajmiga ta'sir qiladigan, firma daromadiga ta'sir etadigan omil bu narxdir.

Shunga qaramay, narxlar darajasi haqidagi savol nazariyada ko‘rsatilganidek, juda ham oddiy emas. Narxlarni o‘zgartirish bilan bozorga ta’sir ko‘rsatish bu san’atdir. Tovarning past narxlari uning past sifatli ekanligi to‘g‘risidagi yolg‘on ma’lumotni, axborot asimmetriyasini vujudga keltiradi. Haqiqatda esa mahsulot sifati yetarlicha yuqori bo‘lishi mumkin.

Aksincha, juda yuqori narxlar esa ba’zi xaridorlarni cho‘chitishi mumkin, natijada mahsulot sotish hajmi kamayadi.

Shuning uchun ishlab chiqaruvchi o‘z mahsulotini sotish strategiyasini to‘g‘ri shakllantirishi lozim. Marketing xizmati tomonidan mahsulot va xizmatlarga taklif qilingan narxlarni asosiy raqobatchilarning narxlari bilan solishtirish lozim, bunda transport xarajatlarini, mahsulotni omborga joylash, saqlash, xarajatlarini va kutilayotgan foyda hajmini e’tiborga olish juda muhim. Belgilangan narx iste’molchilar uchun qulayligi, bu narxlar bilan bozorni egallash mumkinligi va foyda ola bilishlikni tekshirish ham katta ahamiyatga ega. Korxonaning foyda hajmi bilan tovar narxi o‘rtasida to‘g‘ridan-to‘g‘ri bog‘liqlik mavjud (7.1.1-chizma).

Korxonaning foydasini aniqlash



7.1.1-chizma.

7.2 Korxonada mahsulotga narx belgilash va narx siyosati

Har qanday korxonada ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarga narx belgilash va narx siyosatini muvaffaqiyatli amalga oshirish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu sababli tadbirkorlik subyektlarida narx siyosatini shakllantirishda narxlar darajasi va dinamikasiga ta'sir qiluvchi omillar, narx siyosatini amalga oshirish vositalari, tamoyillari, narx siyosatini amalga oshirish usullari va vazifalariga alohida e'tibor qaratish maqsadga muvofiq.

Quyidagi 7.2.1-chizmada biz tadbirkorlik korxonasining narx siyosati va uni tashkil etuvchi tamoyillarni keltirib o'tamiz.

Chizmadan ko'rinadiki, *narx siyosati omillariga* ishlab chiqarish xarajatlari, davlatning budjet va soliq siyosati, bozorni tovarlar bilan to'yinganligi, talab, inflyatsiya kabi omillar kirsa, *narx siyosati tamoyillariga* davlat tomonidan ishlab chiqilgan qonun va qoidalarga amal qilish, talabni rag'batlantirish, bozordagi barqarorlikni saqlash, bir birlik kapitalga to'gri keladigan foyda kabilar kiradi.

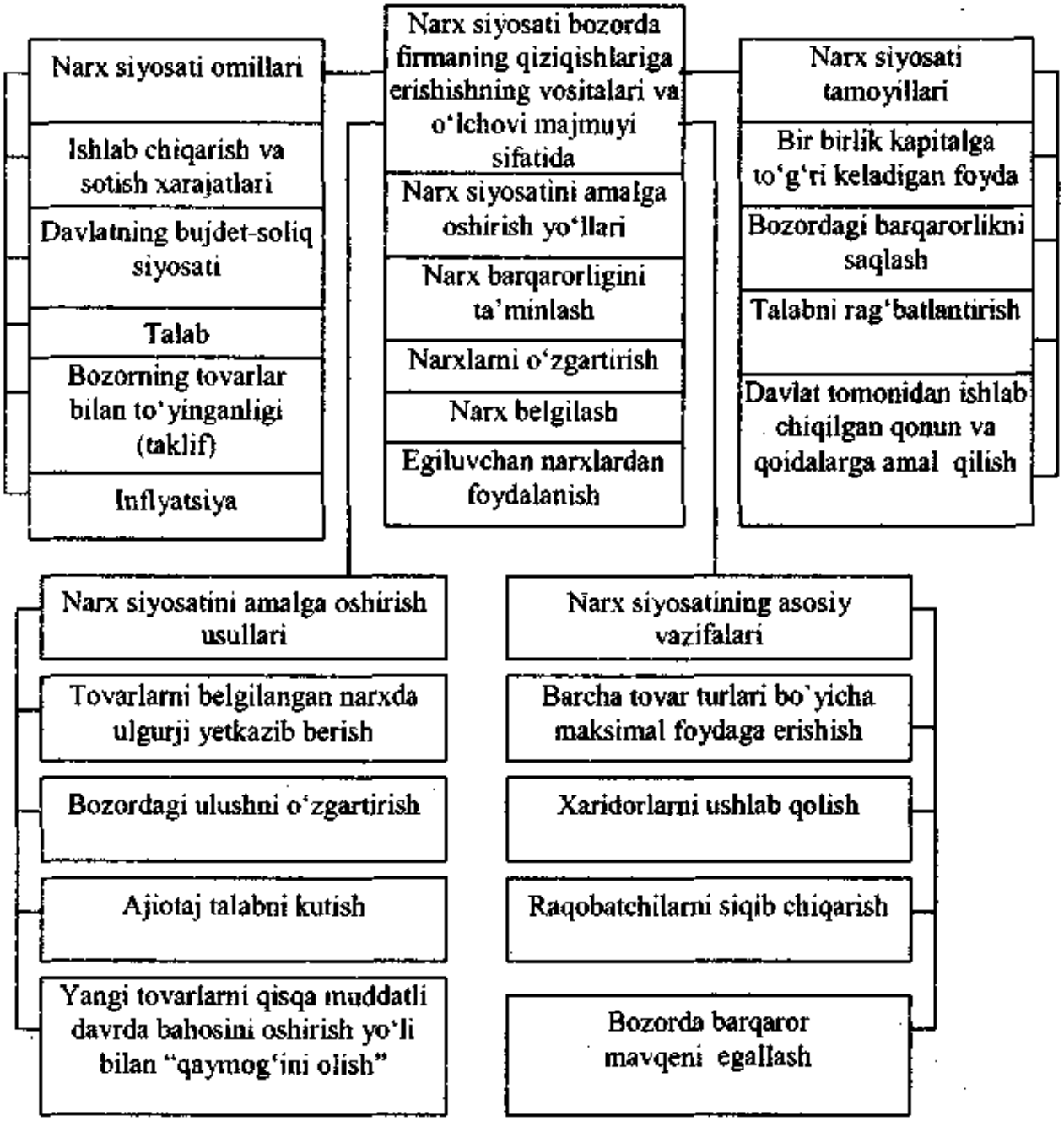
Xuddi shuningdek, narx siyosati narxlarni belgilash va o'zgartirish, narx barqarorligini ta'minlash, egiluvchan narxlardan foydalanish orqali amalga oshiriladi.

Narx siyosatining asosiy vazifalari barcha tovar turlari bo'yicha foydaga erishish, xaridorlarni saqlab qolish, raqobatchilarni siqib chiqarish, bozorda barqaror o'z mavqeyini egallash kabilardir.

Narx siyosatini amalga oshirish usullariga ajiotaj talabni kutish, tovarlarni belgilangan narxlarda ulgurji yetkazib berish, bozordagi ulushni o'zgartirish, yangi tovarlarni qisqa muddatli davrda bahosini oshirish yo'li bilan "qaymog'ini olish" kabi usullar kiradi.

Mahsulot va xizmatlarga to'g'ri narx tanlash va qo'yish ikki guruhga ajratilgan bir qator omillarga bog'liq: ishlab chiqarish xarajatlarini ifodalovchi ichki omillar va raqobat, bozorda mahsulotning o'rni, talab, ommaviy xo'jalik konyunkturasi, davlat va mahalliy hokimiyat organlari siyosati va hokazo omillarni o'z ichiga olgan tashqi omillar.

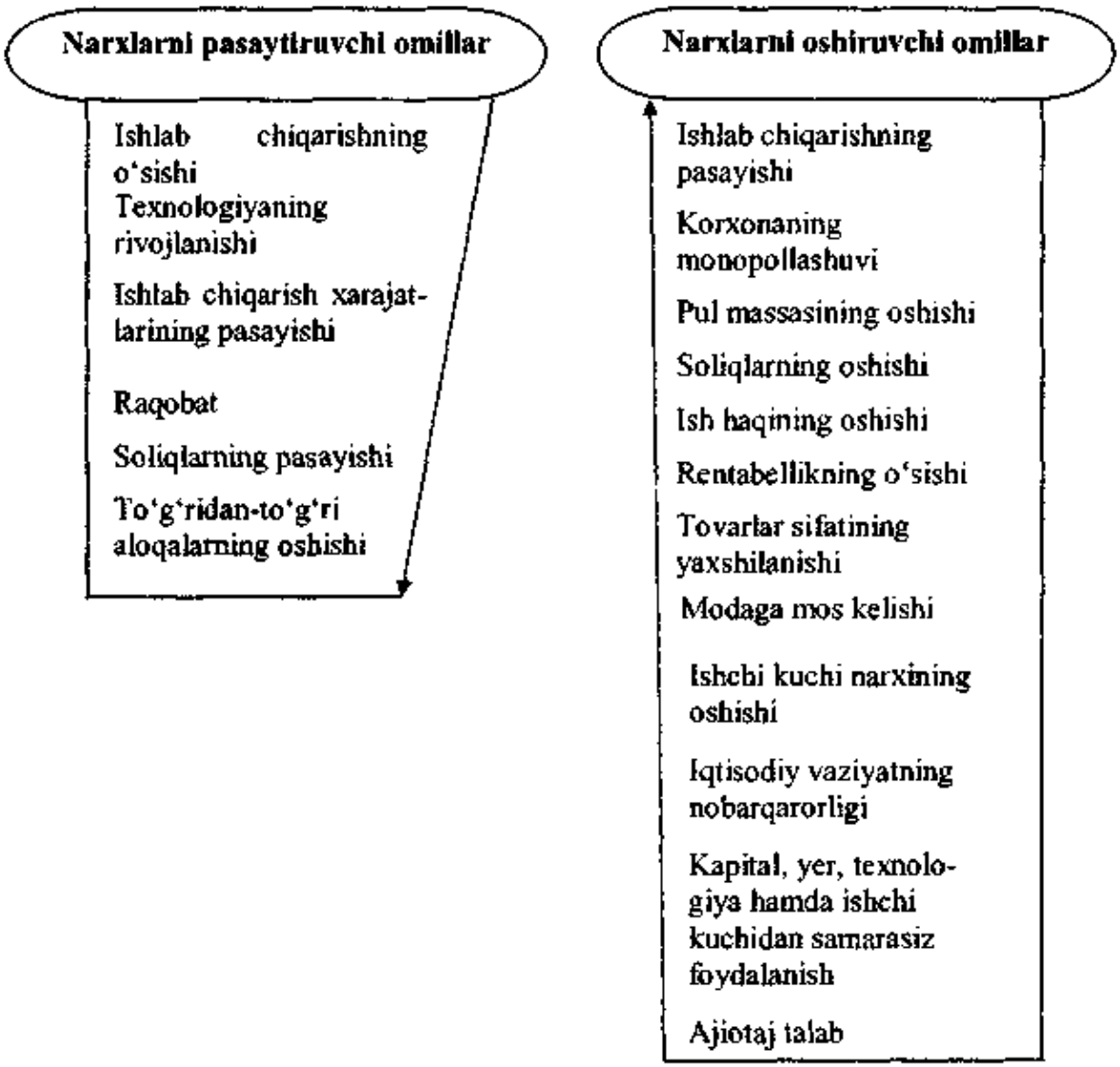
Korxona narx siyosatining asosiy unsurlari



7.2.1-chizma.

Quyidagi 7.2.2-chizmada biz narxlar darajasi va dinamikasiga ta'sir qiluvchi omillarni qarab chiqamiz. Chizmadan ko'rinadiki, narxlarni pasaytiruvchi omillarga ishlab chiqarishning o'sishi, texnologiyaning rivojlanishi, ishlab chiqarish xarajatlarining va soliqlarning pasayishi, raqobat, vositachilarsiz bevosita aloqalarning oshishi va h.k.

Narxlar darajasi va dinamikasiga ta'sir qiluvchi omillar



7.2.2-chizma.

7.2.1-jadvalda F.Kotler bo'yicha marketing strategiyasiga qo'llaniladigan narx va sifat ko'rsatkichlari berilgan.

Mahsulot narxi savdo hajmi va undan keladigan tushumlar miqdoriga sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Har qanday narx siyosati ostida ishlab chiqarish xarajatlari va bozor tuzilmasi yotadi. Ishlab chiqaruvchi nuqtayi nazari bilan qaraganda, har bir korxona uchun eng yaxshi mahsulot bu maksimal daromad keltiruvchi mahsulotdir.

Monopol korxona o'z mahsulotlarini mumkin bo'lgan eng maksimal narx asosida sotadi.

7.2.1-jadval

F.Kotler bo'yicha marketing strategiyasiga qo'llaniladigan narx va sifat ko'rsatkichlari

Narx/sifat	Yuqori	O'rtacha	Past
Yuqori	Baholar strategiyasi	Bozorga chuqur kirib borish strategiyasi	Yuqori ahamiyatlilik strategiyasi
O'rtacha	O'sish narxi strategiyasi	O'rtacha daraja strategiyasi	Ijobiy sifat strategiyasi
Past	O'g'irlash strategiyasi	Tashqi yaltiroqlilik strategiyasi	Past ahamiyatlilik strategiyasi

Kuchli raqobatga ega bo'lgan ishlab chiqaruvchi korxona hamma vaqt o'z narxlarini mumkin bo'lgan eng maksimal narxlarga va ishlab chiqarish xarajatlariga qarab o'zgartirib turishi kerak.

Ishlab chiqarishni kengaytirishni mo'ljallayotgan korxona uchun xarajatlar va mahsulot narxi o'rtasidagi bog'liqlik yetarli darajada aniq belgilanishi lozim. Biroq yangi loyihalar uchun xarajatlarni bashorat qilish yoki ba'zi standart me'yorlardan foydalanish mumkin.

Material va ishchi kuchi bo'yicha standart me'yorlarni aniqlash uncha-lik qiyinchilik tug'dirmaydi, lekin qo'shimcha xarajatlarni aniqlash ancha qiyinchiliklar tug'diradi, chunki ular ishlab chiqarish quvvatiga bog'liq.

Narxlar va yalpi daromadni tavsiflashda korxona hozirda mavjud mahsulotlarga bo'lgan narx va taklif qilinadigan mahsulot uchun narxlarni ham ko'rsatishi zarur.

Moliyaviy menejerlar korxonada narxlarni shakllantirish jarayonini 2 bosqichga ajratishadi:

1-bosqich. Bazaviy narxni aniqlash, ya'ni chegirmalarni ustama baholarsiz, transport, sug'urta, servis va h.k. xarajatlarsiz shakllangan narx.

2-bosqich. Sotish bahosini aniqlash.

Bevosita sotuv orqali sotuvchilar xaridorlar xatti-harakatlariga ta'sir qilishga harakat qiladilar. Bu usul bozor iqtisodiyoti rivojlangan dav-latlarda keng yoyilgan. U asosan shaxsiy iste'mol mahsulotlari savdosida qo'llaniladi.

Mahsulot va xizmatlar reklamasi ham keng qo'llaniladi, ya'ni umumiy qiziqish uyg'onishi uchun mahsulotlar, xizmatlar, jarayonlar yoki savollar bo'yicha biror maqsadga yo'naltirilgan ma'lumotlar tarqatish. Odatda, reklama ommaviy axborot vositalarida e'lon qilinadigan reklama xabari yoki katta auditoriyalarda bir vaqtning o'zida e'lon qilinadigan xabarlar shaklida namoyon bo'ladi.

Reklama ikki turga, ya'ni *mahsulot reklamasi* va *firma reklamasiga* ajratiladi.

Mahsulot reklamasi – bu mahsulotning iste'mol va sifat darajalari haqidagi ma'lumot. Bu reklama mahsulot haqida biror tushuncha yaratib, xaridorlarni uni sotib olishga yo'naltirishi bilan bir qatorda talabni shakllantiradi.

Firma reklamasi – bu korxona muvaffaqiyatini, obro'sini ko'rsatuvchi reklama. Firma reklamasining vazifasi – bu jamiyat va doimiy xaridorlar orasida ijobiy imij yaratish, toki ular korxonaga va u ishlab chiqarayotgan mahsulotlarga ishonchlari yuqori darajada bo'lsin.

Korxona reklamasini tarqatish va targ'ib qilish vositalari quyidagilardan iborat:

- matbuot (*gazeta, jurnal, kitoblar, ma'lumotnomalar va h.k.*);
- bosma reklama (*varaqlar, plakatlar, kataloglar, tashrif qog'ozlari va h.k.*);
- tashqi reklama (*yirik plakatlar, bir yerda turuvchi, "yugurib turuvchi satrli" yoki dasturlashtirilgan elektr yoritgichli reklamalar, hajmli qurilmalar va h.k.*);
- transportdagi reklama (*transport vositalarining ichida va tashqarisida, bekatlarda, temiryo'l vokzallari va avtobekatlarda, aeroport va daryo portlaridagi reklama va h.k.*);
- ekran reklamasi (*kino va telereklama, slaydlar*);
- radioreklama.

Biroq reklama yetarlicha qimmat bo'lib, u hamma vaqt ham xaridorlar e'tiborini qozonishda samarali vosita bo'lib hisoblanmaydi. G'arb iqtisodida maqsadga yo'naltirilgan guruhlar, ya'ni mahsulotlarning bozorga kirib borishiga ko'maklashuvchi guruhlar tashkil qilinmoqda. Ular

orasida eng faollari chakana savdo bilan shug'ullanuvchi agentlar hisoblanadilar. Ular uchun yirik firmalar savdo korxonalarida ish olib borish bo'yicha maslahatlar beradilar, ularni qayta tayyorlashni amalga oshiradilar. Yordam beruvchi yana bir guruh – bu xaridorlar bo'lib hisoblanadi, ular uchun mahsulot ko'rgazmalari, tanlovlar, viktorinalar, korxona bo'ylab sayohatlar, yarmarkalar, degustatsiya (ta'tib ko'rish)lar va boshqalar o'tkazib turiladi.

"Pablik rileyshnz" – bu bilimlar darajasini oshirish, xaridorlarda ijobiy fikr hosil qilish va aloqalar o'rnatish orqali jamiyatda ijtimoiy fikrni shakllantirish demakdir. Firma boshqaruvi tomonidan belgilangan vazifalar va umumiy maqsadlarga muvofiq firmaning obro' qozonish faoliyati bilan korxonaning hamma xodimlari shug'ullanadilar.

Publik rileyshnzning asosiy vazifasi – korxona imijini yaratish va uni saqlashdan iborat. Bu vazifani bajarish uchun quyidagilar qo'llaniladi: tashviqot, korxona boshqaruvchilari bilan intervyu tashkil qilish, ochiq eshiklar kunlarini o'tkazish, press-konferensiyalar, firma o'quv qo'llanmalarini chop qilish, korxonaning yillik hisobotlarini chop qilish lozim.

Firma uslubi (stili) – bu bir tomondan qaraganda hamma mahsulotlarning ma'lum birligini, boshqa tomondan qaraganda mahsulotning raqobatchi mahsulotga bo'lgan qarama-qarshiliklarini ta'minlovchi bir qator vositalar yig'indisidir. Firma stiliga firma belgisi, firma bloki, firma rangi, firmaning shriftlari majmuasi, firma madhiyasi, firma qog'ozlarining maxsus belgilari, firma kiyimlari kiradi.

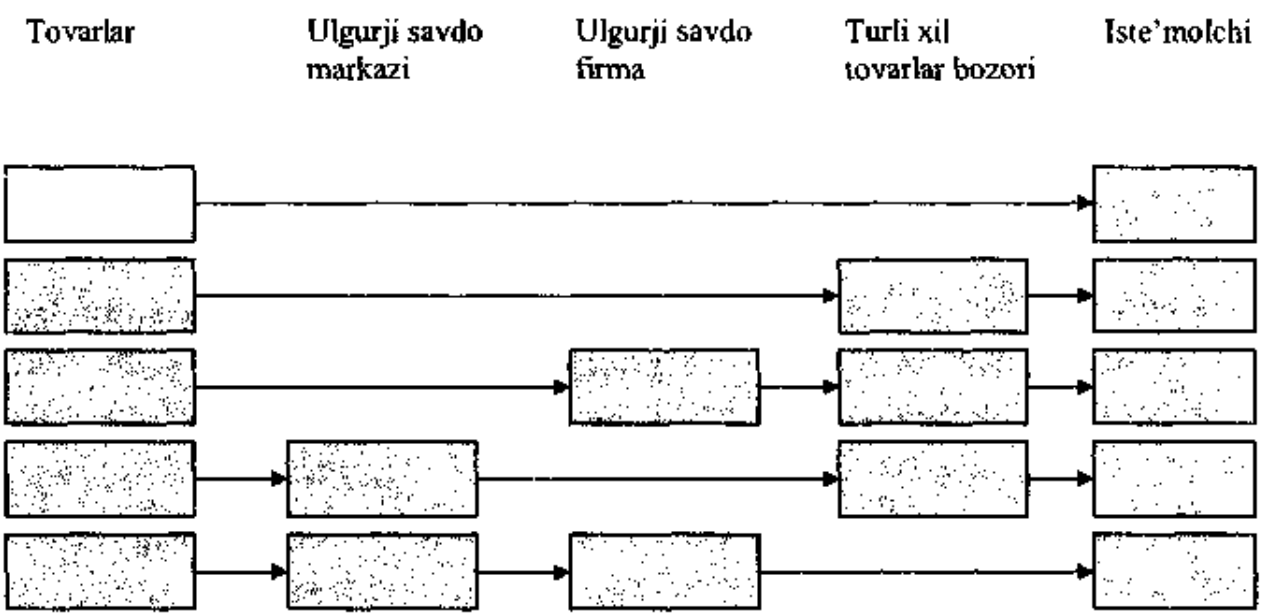
Firma uslubining vazifalari – korxonaning namunaviy ishlashini ta'minlash, hamma narsada tartibga rioya qilish, ishlab chiqarish va unga taalluqli barcha faoliyatda ham tartibga rioya qilish, xaridorlarda ular sifatli mahsulot sotib olayotganliklari to'g'risida ishonch hosil qilishlariga erishish va mahsulot haqiqatdan ham sifatli ekanligini isbotlab berish.

7.2.2-jadvalda sotuvchi marketing vositalarining maqsadlari, vazifalari, kengayish yo'llari ko'rsatib berilgan.

Mahsulot savdosi hajmining oshishini ta'minlovchi omillarning biri – bu mahsulot va xizmatlarni chakana savdo joylariga va xaridorlarga o'z vaqtida yetkazib berishdir. Rejada mahsulot va xizmatlarni yetkazib

berishning samarali, shu bilan birga eng arzon yo'llari ko'rsatib o'tilishi shart. Ularning mumkin bo'lgan variantlari 7.2.3-chizmada ko'rsatib berilgan.

Mahsulot va xizmatlarning sotuv kanallari



7.2.3-chizma.

Aniq tanlov mahsulotni tavsiflovchi ko'pgina omillarga bog'liq: zaxiralar, transport vositalarining naqdligi, saqlash xarajatlari, ishlab chiqaruvchi korxonaning chakana savdo do'konlarining uzoqligiga va h.k.

7.2.4-chizma turli tavsiflardagi mahsulot turlarining savdo kanallarini tavsiflaydi. Bular: kundalik iste'mol va ommaviy iste'mol mahsulotlari, kundalik va ommaviy iste'mol mahsulotlari maqomiga ega bo'lmagan mahsulotlar, vaqti-vaqti bilan sotib olinadigan mahsulotlar. Ular chizmada ko'rsatilgan 3 ta savdo kanalidan iborat.

O'tkazilgan tahlillar natijasida mahsulot sotish bo'yicha chora-tadbirlar va vazifalar hamda ularning yechish yo'llari belgilanadi. Buning uchun, odatda, mahsulot sotish va yetkazib berish bo'yicha usullar belgilanadi, bunda firma xususiy do'konlarga, savdo tashkilotlariga egaligi yoki analog mahsulotlar sotayotgan savdo tashkilotlari va distribyutorlarga murojaat qilish hisobga olinadi.

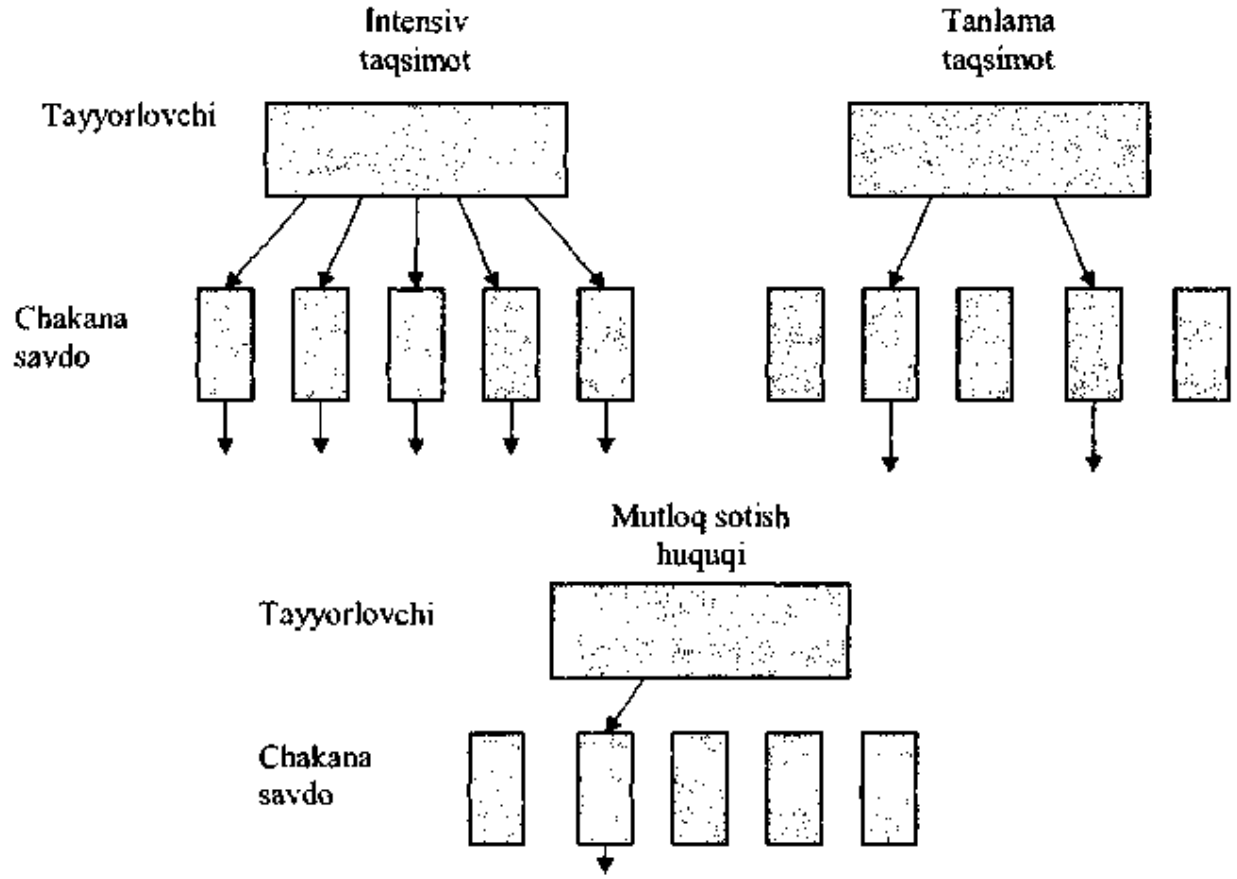
7.2.2-jadval

Bazaviy narxni aniqlash usullari

Usulning nomi	Usul tarkibi	Usulning afzalligi	Usulning kamchiliklari	Usulni qo'llash sohasi
1.To'liq xarajatlar usuli	Xarajatlarning umumiy miqdoriga daromad me'yoriga muvofiq ma'lum summani qo'shish. Agar asos sifatida ishlab chiqarish tannarxi olinsa, unda qo'shimcha pullar realizatsiya bo'yicha xarajatlarni qoplash va daromadni ta'minlashi shart. Har qanday holda ham qo'shimcha narxga bojxona to'lovlari va soliqlar ham qo'shiladi.	Hamma xarajatlar qoplanishi va reja bo'yicha daromad olish ta'minlanadi.	Talab elastikligi hisobga olinmaydi. Narx umumiy xarajatlar hisobidan doimiy xarajatlarning ulushi aniqlanmaguncha belgilanmaydi va talab darajasi aniqlanmaydi, chunki talabni aniqlash uchun narx o'rnatilishi zarur.	Bu keng tarqalgan usul. Bu usul aniq hisoblangan an'anaviy mahsulotga narx belgilashda hamda narx bo'yicha boshqa raqobatchilarga ega bo'lmagan yangi mahsulot ishlab chiqarishda qo'llaniladi. Bu usul past raqobatga ega mahsulotlarga narx belgilashda samarali bo'lib hisoblanadi.
2. Ishlab chiqarish qiymati usuli	Xomashyo, materiallar, yarim fabrikatlar sotib olish uchun ketgan xarajatlarga korxonaning shu mahsulot uchun kiritgan kapitali summasi (% foyda me'yori) qo'shiladi.	Mahsulotning qiymati shakllanishida korxonaning ulushi qo'shib boriladi.	Bu usul uzoq muddatga mo'ljallanmagan to'liq xarajatlar usuli o'rnini bosmaydi va faqat uni to'ldiradi.	Maxsus va alohida hollarda qo'llaniladi: 1. Ishlab chiqarish hajmini oshirish orqali daromadni oshirish haqida qaror qabul qilishda va raqobat kurashini davom ettirish yoki undan voz kechishda. 2. Ishlab chiqarish assortimentini o'zgartirish haqida qaror qabul qilishda. 3. Bir martalik buyurtmalar bo'yicha qaror qabul qilishda.

3. Marjinal xarajatlar usuli	Bir birlik mahsulot uchun ketadigan o'zgaruvchan xarajatlarga hamma sarflarni qoplash va daromad olish uchun ma'lum pul miqdori qo'shiladi.	Narxni shakllantirishning keng imkoniyatlari yaratiladi: doimiy xarajatlarning to'liq qoplanishi va doromadning maksimalligi. Bu usulni joriy qilish amaliy hisoblarga shartli doimiy xarajatlarni kiritish bilan asoslanadi.	Bu usul qiymatning markscha nazariyasiga asoslangan va O'zbekistonda keng tarqalmagan, uning kiritilishi xo'jalik yurituvchilarning hisob yuritishida qiyinchiliklarga olib kelishi mumkin.	Bu usul barcha korxonalarda qo'llanilishi mumkin.
4. Investitsiyalar rentabelligi usuli	Bu usul loyiha zayom vositalarini qo'llagandagina yuqoriroq rentabellikka ega ekanligiga asoslanadi.	Ishlab chiqarish mahsulotlarini realizatsiya qilish uchun zarur bo'lgan pullik moliyaviy mablag'larni hisobga oluvchi yagona usul.	Kredit uchun % to'lovlarining yuqoriligi va inflyatsiya sharoitida ularning vaqt muddatlarining noaniqligi.	Bu usul har bir mahsulot, har xil o'zgaruvchan xarajatlar talab qiluvchi keng assortimentdagi mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun juda qulay. Bozorda o'z aniq narxiga ega bo'lgan an'anaviy mahsulotlar bilan birga yangi ishlab chiqarish yo'lga qo'yilayotgan mahsulot uchun ham birdek ishlatish mumkin. Korxona uchun yangi, lekin bozorda o'z bahosiga ega bo'lgan mahsulotlar uchun ham bu usul muvaffaqiyatli hisoblanadi.
5. Marketing baholash usuli: • xaridorning ta'sirini baholash usuli • noaniq taklif yoki tender usuli	Sotuvchi xaridor olishi mumkin bo'lgan bahoni aniqlashga harakat qiladi. Xaridorlar anonim holda taklif tanlovida qatnashadi. Kimning taklif qilgan narxi sotuvchi uchun maksimal daromad keltirsa, o'sha yutadi.	Xaridorlarning teng huquqliligini ta'minlaydi.	Bu guruh miqdoriy narxlarning noaniqligidan zarar ko'radi	Bozor iqtisodi rivojlangan davrda bu usuldan davlat buyurtmalari belgilanganda foydalaniladi.

Mahsulot turlarining savdo kanallari



7.2.4-chizma.

Birinchi holatda zarur bo'lgan savdo tashkilotlari miqdori, ularning qayerda joylashganligi, xizmat ko'rsatish hududi va u yerda ish bilan band bo'lgan ishchilar soni aniqlanadi.

Ba'zi hollarda, masalan, qiyin texnika haqida so'z borganda, mahsulot sotuvi ishlab chiqaruvchi korxona yoki uning savdo bo'limlari orqali amalga oshiriladi.

Savdo hajmi yirik bo'lgan hollarda, bu ish bilan yirik savdo tashkilotlari shug'ullanadi. Agar so'z chet elga realizatsiya qilinadigan mahsulot haqida bo'lsa, unda ular savdosi bilan korxonaning chet eldagi vakolatxonalari shug'ullanadi. Lekin ko'p hollarda bunday sotuv chet elda yashovchi yoki o'z operatsiyalarini bir necha mamlakatlarda olib boruvchi agentlar orqali amalga oshiriladi va ularga xizmat ko'rsatuvchi hududda sotilgan mahsulotiga qarab ma'lum (%) haq to'lanadi. Sotuvning zarur tuzilmasi korxona tomonidan belgilanadi, ba'zi hollarda esa xorijiy hamkorlar tomonidan taklif qilingan taqsimlash tarmog'idan foydalaniladi.

TIAda faqatgina zarur xarajatlarni baholash va umumiy tuzilishni belgilash mumkin. Sotuv va taqsimlash bo'yicha to'liqroq ma'lumotlarni faqatgina korxona ishga tushirilgandan keyin aniqlash mumkin.

Mahsulot sotishning eng muhim omillaridan biri bu kafolatlangan texnik xizmat ko'rsatishdir va u ko'p turdagi mahsulot uchun zarur hisoblanadi.

Eng muhim ahamiyatga molik omillarning yana biri bu tashish xarajatlaridir, chunki yuqori transport xarajatlari ham loyihaning daromadini kamaytirishi mumkin. 7.2.3-jadvalda texnik iqtisodiy tahlillarda hisobga olinishi zarur bo'lgan savdo va taqsimot bo'yicha barcha xarajatlar berilgan.

7.2.3-jadval

Mahsulot sotish bo'yicha xarajatlar hisobi

№	Miqdor	Birlik modda tavsifi	Bir birlik bahosi	Jami xarajatlar
		Sotuv bo'yicha xarajatlar Sotuvchilar va agent tayyorlash Reklama Yo'l xarajatlari Kafolatlangan ta'mirlash va xizmat ko'rsatish *****		
		Taqsimot bo'yicha xarajatlar Konteyner va qadoqlash Fraxt Komission to'lov		
		Jami		

Mahsulotning harakatiga yordam beruvchi marketingning u yoki bu usullaridan foydalanishda o'tgan yilgi hisobotlarni tahlil qilish va samaradorligini aniqlash zarur hisoblanadi va u marketingning yillik rejasini ko'rsatib beradi. Marketingning yillik rejasi quyidagicha tuziladi:

1. Mazmuni.
2. Kirish.

3. Taqsimlovchi direktorning xulosasi.
4. Korxonaning faoliyat maqsadlari.
5. Joriy holat tahlili.
   5.1. Taxminlar.
   5.2. Korxona zaxiralari.
   5.3. Ba'zi potentsial imkoniyatlar (bashorat).
   5.4. Bozordagi egallagan o'rni.
   5.5. Sotuvning tarixiy taraqqiyoti.
   5.6. Sotuv, xarajatlar va daromadlar bashorati.
   5.7. Marketingning yangi imkoniyatlari.
6. Marketing maqsadi.
7. Marketing siyosati va strategiyasi.
8. Marketing dasturi.
9. Grafiklar.
10. Bajaruvchilar.
11. Marketing bo'yicha xarajatlar smetasi.
12. Nazorat va joriy ijroning tekshiruvi.

Marketing rejasi mazmuni o'z ichiga bozorning hamma tuzilmalari tahlilini oladi. Uning maqsadi bozorning nozik joylari, mahsulot sotuvi to'xtab qolishi sabablari, mahsulotni saqlash va yetkazib berish bo'yicha xarajatlarni nega oshib ketayotganini aniqlashdan iborat. Quyida marketing rejasi namunasi keltirilgan.

2012-yil uchun marketing rejasi

Mahsulot_____

1. Umumxo'jalik konyunkturasi.
2. Bozor tahlili.
   2.1. Mazkur tarmoq bozorlarining holati.
   2.2. Bozor hajmi va dinamikasi.
   2.3. Bozor tuzilishi.
   2.4. Bozor ulushi, uning taraqqiyoti.

2.5. Mahsulotning taqsimlanishi.

2.6. Mahsulotning harakati bo'yicha chora-tadbirlarning umumiy rivojlanishi.

2.7. Baholar va ularning harakati.

2.8. Mahsulotning iste'mol tavsifi.

2.9. Mahsulotning nimaga mo'ljallanganligi.

2.10. Mahsulotga bo'lgan munosabat.

2.11. Mahsulot haqida xabardorlik darajasi.

2.12. Mahsulotning ma'lum markalarining afzal ko'rilishi.

2.13. Raqobatchilik munosabatlari.

2.14. Raqobatchilarning soni, firmalar tavsifi, raqobatlashuvchi mahsulot va uning tavsifi.

2.15. Raqobatchilarning marketing strategiyasi.

2.16. Raqobatchilar tomonidan amalga oshiriladigan mahsulot namoyishi, reklamasi va bajariladigan chora-tadbirlari.

3. O'tgan yilgi marketing bo'yicha chora-tadbirlar.

3.1. Maqsadlar.

3.2. Chora-tadbirlar.

3.3. Farqlar tizimi.

4. 2013-yil uchun marketing strategiyasi.

4.1. Bozor hajmi bo'yicha kutilayotgan o'zgarishlar.

4.2. Mahsulotning asosiy kamchiliklari.

4.3. Narxlar.

4.4. Mahsulot bo'yicha marketing strategiyasi.

4.5. Iste'molchilarning maqsadli guruhi tanlovi.

4.6. Narx siyosati, kreditlar va chegirmalar.

5. 2013-yilda mahsulot marketinggi bo'yicha chora-tadbirlar.

5.1. Assortiment, o'zgarishlar, sifat, qadoqlash, taxlashni tashkil qilish.

5.2. Narx.

5.3. Reklama rejasi.

5.4. Mahsulot harakati rejasi.

5.5. Bozor tahlili va sinov marketingi.

5.6. Savdoni rag'batlantirish va tashkil qilish bo'yicha tadbirlar, mahalliy savdo tarmog'i funksiyalari.

6. Rentabellik hisoblari.

7. Nazorat.

8. Xulosa.

Marketing strategiyasi bu korxona imkoniyatlarini bozorda mavjud holat bilan tenglashtirish. Shunga muvofiq, bozorga kirib borish strategiyalari, korxonaning o'sish strategiyalari, mahsulotning taqsimot kanallari, kommunikatsiyalar alohida batafsil ko'rib chiqiladi (7.2.4- jadval).

7.2.4-jadval

Korxonaning bozorga kirib borish strategiyasi

Mahsulot, ish, xizmat va chora-tadbirlarning nomlanishi	**2013-yil uchun rejalashtirilgan ishlab chiqarish**	**Xarajatlar**	**Foyda**
1. Asosiy mahsulot bilan birgalikda ishlab chiqariladigan mahsulot. 2. Qo'shimcha ishlab chiqariladigan mahsulot. 3. Sanoat tavsifidagi ish va xizmatlar. 4. Noishlab chiqarish xizmatlari va aholiga xizmatlar. 5. Savdo dallollik xizmatlari. 6. Norealizatsiyaviy chora-tadbirlar, shu jumladan: A) qimmatli qog'ozlar B) qo'shma korxonadagi ulushli hamkorlik C) mulk realizatsiyasi D) bank foizlari E) valyuta qo'yilmalari bo'yicha kurs farqi			

Korxonaning bozorga kirib borish strategiyasida quyidagilar tavsiflanadi: yangi bozorga kirib borish, eski bozorga yangi mahsulotlar kiritish, o‘z mahsulotlari bilan bozorning yangi segmentlariga kirib borish.

Misol sifatida yapon firmalari tomonidan qo‘llaniladigan yangi bozorlarga kirib borish strategiyasini ko‘rib chiqamiz.

Uning mohiyati firmaning yaratayotgan mahsulotlarini ishlab chiqarish kutilmayotgan mamlakatlarda sotish va to‘plangan tajribaga tayangan holda mazkur strategiyani boshqa mamlakatlarda ham qo‘llashidan iborat. Bunda ular toki iste’molchilarda *"yapon mahsuloti – sifatli mahsulot"* degan taassurot uyg‘onguncha qimmat bo‘lmagan ommaviy mahsulotlarni eksport qilishni davom ettirishadi. Keyinchalik bu firmalar qimmatroq mahsulot eksport qila boshlashadi va bir vaqtning o‘zida, o‘sha mamlakatlarda avval tayyor holda eksport qilayotgan mahsulotlarini tayyorlovchi zavodlar qura boshlashadi.

Nazorat uchun savollar

1. Mahsulot sotuvini tashkil qilish deganda nimani tushunasiz?
2. Marketing bilan bog‘liq tadbirlarga nimalar kiradi?
3. Korxonada narx siyosatini amalga oshirishda nimalarga e’tibor berilishi lozim?
4. Narx siyosatining asosiy vazifalarini sanab bering.
5. Narxlar darajasi va dinamikasiga ta’sir qiluvchi omillarni aytib o‘ting.
6. Korxona reklamasini tarqatish va targ‘ib qilish vositalari qaysilar?
7. Bazaviy narx qanday usullar yordamida aniqlanadi?
8. Mahsulot va xizmatlarning sotuv kanallariga tavsif bering.

Mavzuga doir testlar

1. Quyidagilardan qaysi biri marketing bilan bog‘liq tadbir hisoblanmaydi?

A) bozor talabini aniqlash

B) salohiyatli mijozlarga o‘z mahsulotlari to‘g‘risida axborot berish

C) mahsulot va xizmatlarni sotishni tashkil qilish

D) mahsulot (xizmat)ni ishlab chiqarish (yaratish).

2. Marketingning asosiy vazifalariga quyidagilardan qaysi biri kiradi?

A) ma'lum tadbirlar orqali talabni shakllantirish

B) korxona xodimlari faoliyatini tahlil qilish

C) korxonaning ishlab chiqarish faoliyatini rejalashtirish

D) to'g'ri javob berilmagan.

3. Narx siyosati omillariga quyidagilardan qaysi biri kirmaydi?

A) ishlab chiqarish xarajatlari

B) davlatning budjet va soliq siyosati

C) bozorning tovarlar bilan to'yinganligi

D) korxonaning katta-kichikligi.

4. Quyidagilardan qaysi biri narxni pasaytiruvchi omil hisoblanadi?

A) ishlab chiqarishning o'sishi

B) ishlab chiqarishning pasayishi

C) korxonaning monopollashuvi

D) soliqlarning oshishi.

5. Quyidagilardan qaysi biri narxni oshiruchi omil hisoblanmaydi?

A) pul massasining oshishi B) texnollogiyaning rivojlanishi

C) ish haqining oshishi D) iqtisodiy vaziyatning nobarqarorligi.

6. Bazaviy narxni aniqlashning nechta asosiy usuli mavjud?

A) 6 B) 4 C) 5 D) 7.

7. Bazaviy narxni aniqlashning qaysi usulida miqdoriy narxlarning noaniqligidan zarar ko'riladi?

A) investitsiyalar rentabelligi usuli

B) marjinal xarajatlar usuli

C) marketing baholash usuli

D) to'liq xarajatlar usuli.

8. Bazaviy narxni aniqlashning qaysi usulida talab elastikligi hisobga olinmaydi?

A) investitsiyalar rentabelligi usuli

B) marjinal xarajatlar usuli

C) marketing baholash usuli

D) to‘liq xarajatlar usuli.

9. Bilimlar darajasini oshirish, xaridorlarda ijobiy fikr hosil qilish va aloqalar o‘rnatish orqali jamiyatda ijtimoiy fikrni shakllantirish – bu:

A) firma imiji

B) publik relayshnz

C) tovar reklamasi

D) barchasi to‘g‘ri.

10. Korxonani bozorga kirib borishidagi norealizatsiyaviy chora-tadbirlarga quyidagilardan qaysi biri kirmaydi?

A) qimmatli qog‘ozlar

B) qo‘shma korxonadagi ulushli hamkorlik

C) savdo dallollik xizmatlari

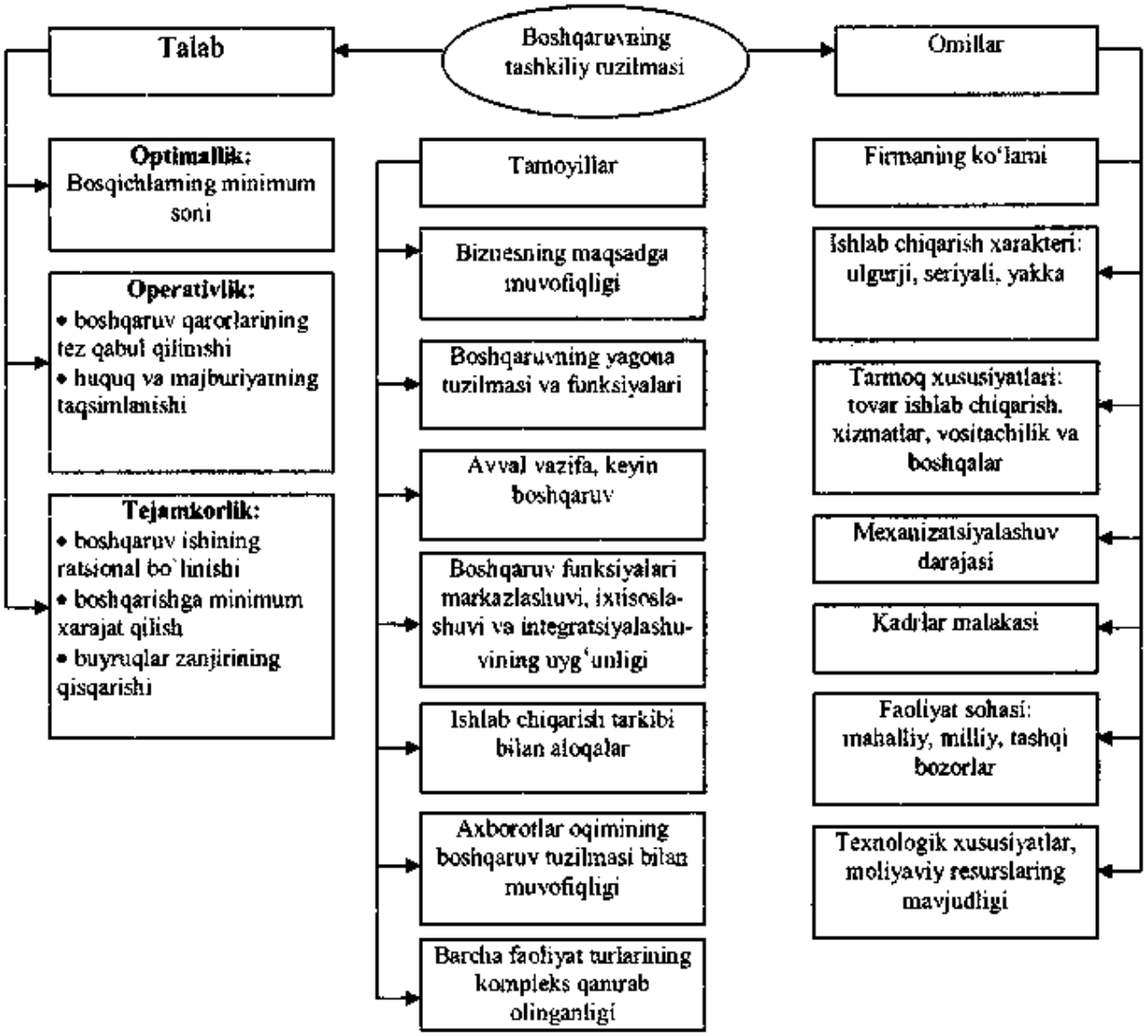
D) valyuta qo‘yilmalari bo‘yicha kurs farqi.

VIII BOB. KORXONANING TASHKILIY TUZILMASI

8.1. Tashkiliy rejalashtirish

Tadbirkorlik loyihasi uchun tashkiliy rejalashtirish muhim ahamiyat kasb etadi. Uni amalga oshirish asosida korxonaning ayrim bo'limlari bilan o'zaro mustahkam aloqa o'rnatishga qaratilgan tashkiliy tuzilma yotadi. Bunga sexlar soni va o'lchami, ularning bir-biri bilan bog'liqligi, boshqaruv va xizmat ko'rsatish bo'limlarining tashkiliy tuzilmasi va ma'muriyat kiradi (8.1.1-chizma).

Korxona boshqaruvi tashkiliy tuzilmasini belgilovchi talablar, tamoyillar va omillar



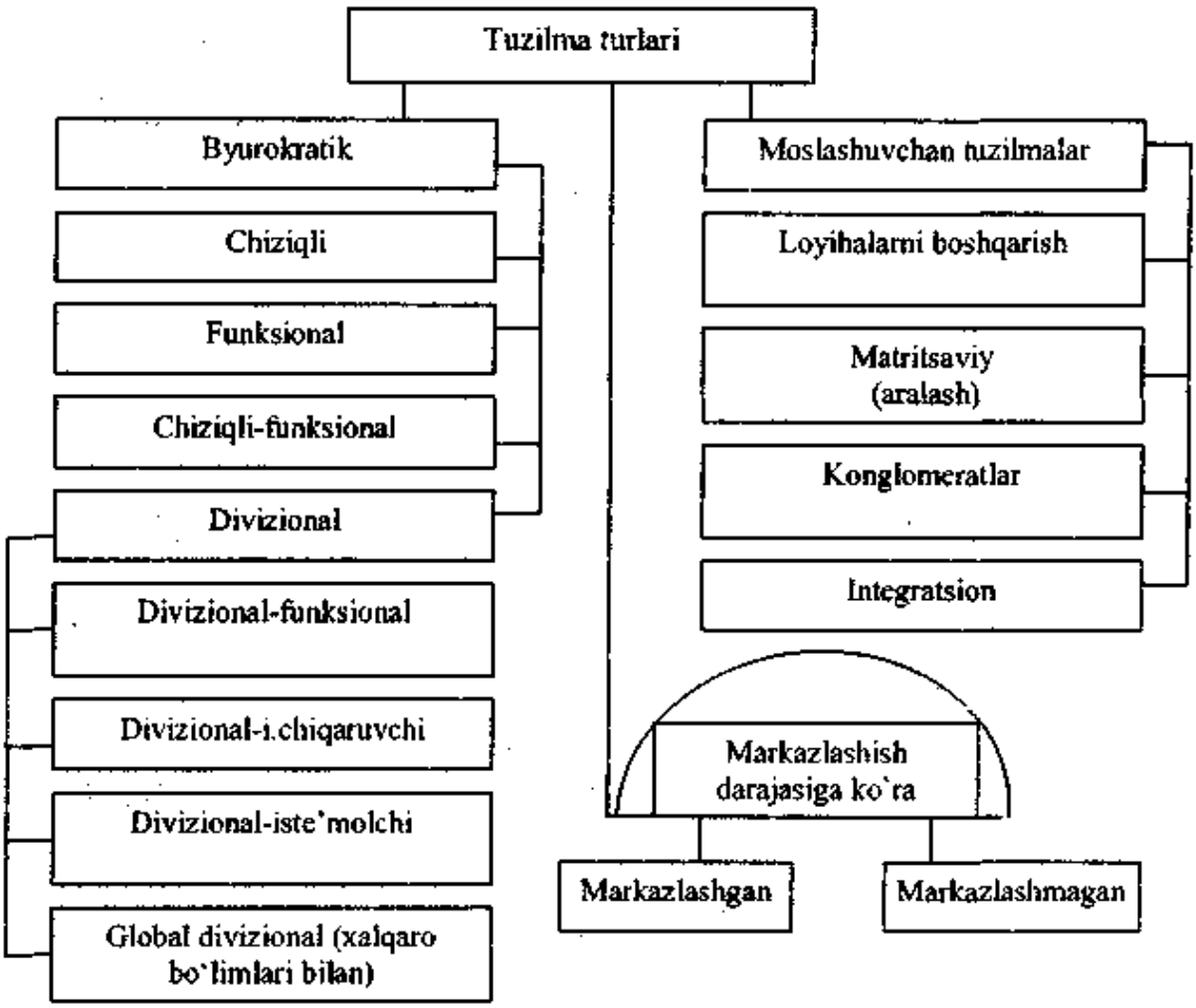
8.1.1-chizma.

Tashkiliy tuzilmaning asosiy tavsifi quyidagilar: boshqaruv funksiyalari bo'yicha boshqaruv xodimlarining soni, korxonaning boshqarish tizimi bo'yicha ierarxiya darajasining miqdori, har bir darajadagi tuzilmaviy bo'limlar soni, boshqaruvning markazlashlganlik darajasi.

Bu tavsiflarga ta'sir qiluvchi asosiy omil – bu korxona boshqaruvi bo'yicha ish hajmidir. U esa boshqaruv guruhi va boshqaruv funksiyalarining tarkibi hamda mehnat hajmi va boshqaruv masalalarini hal qilishning vaqti-vaqti bilan takrorlanib turishiga bog'liq (8.1.2, 8.1.3-chizmalar).

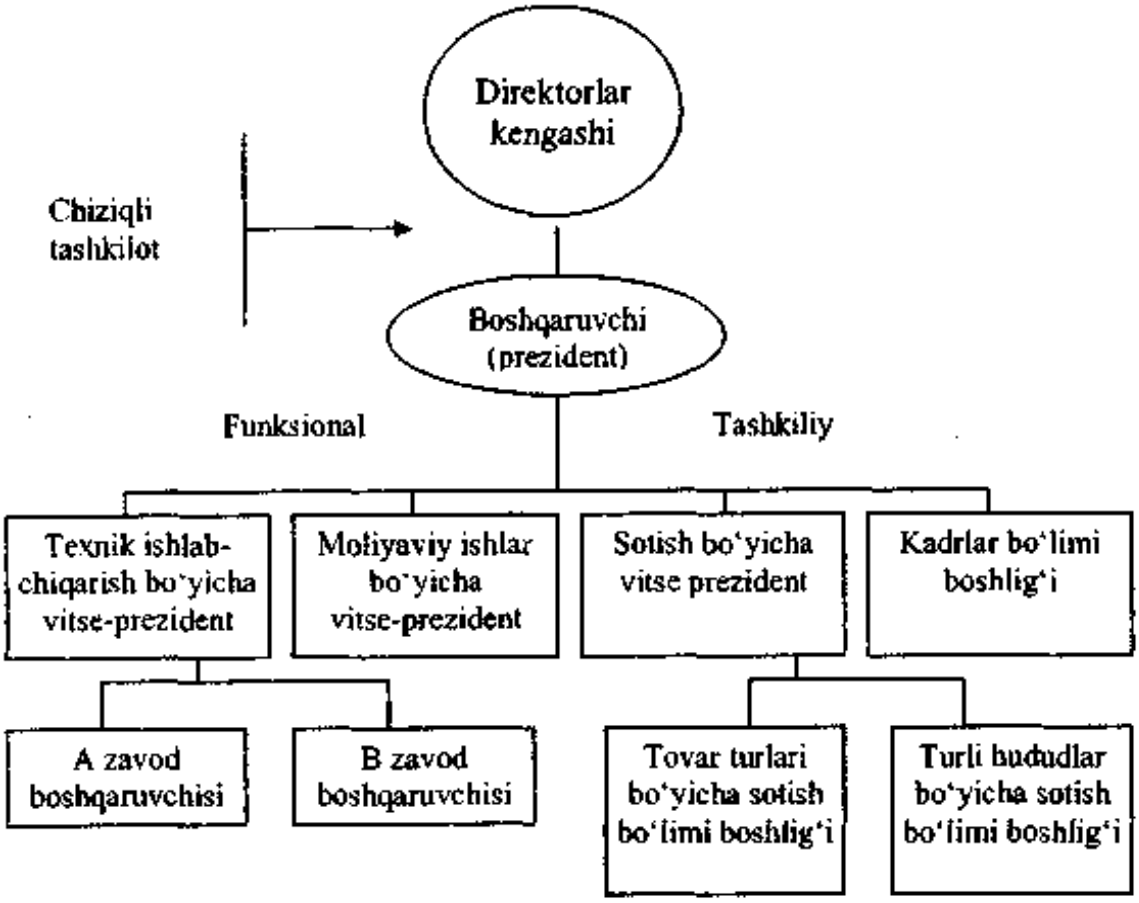
An'anaviy tashkiliy tuzilma barpo etish eng avvalo mavjud boshqaruv tizimini o'rganishdan boshlanadi. Bunda tahlilning arxiv yoki so'rov usulidan foydalaniladi. Ikkala holat ham mavjud boshqaruv xodimlari orasida bo'lganligi uchun bu usul yetarlicha samaradorlikka ega emas.

Tashkiliy tuzilma turlari



8.1.2-chizma.

Chiziqli-funktsional tuzilma



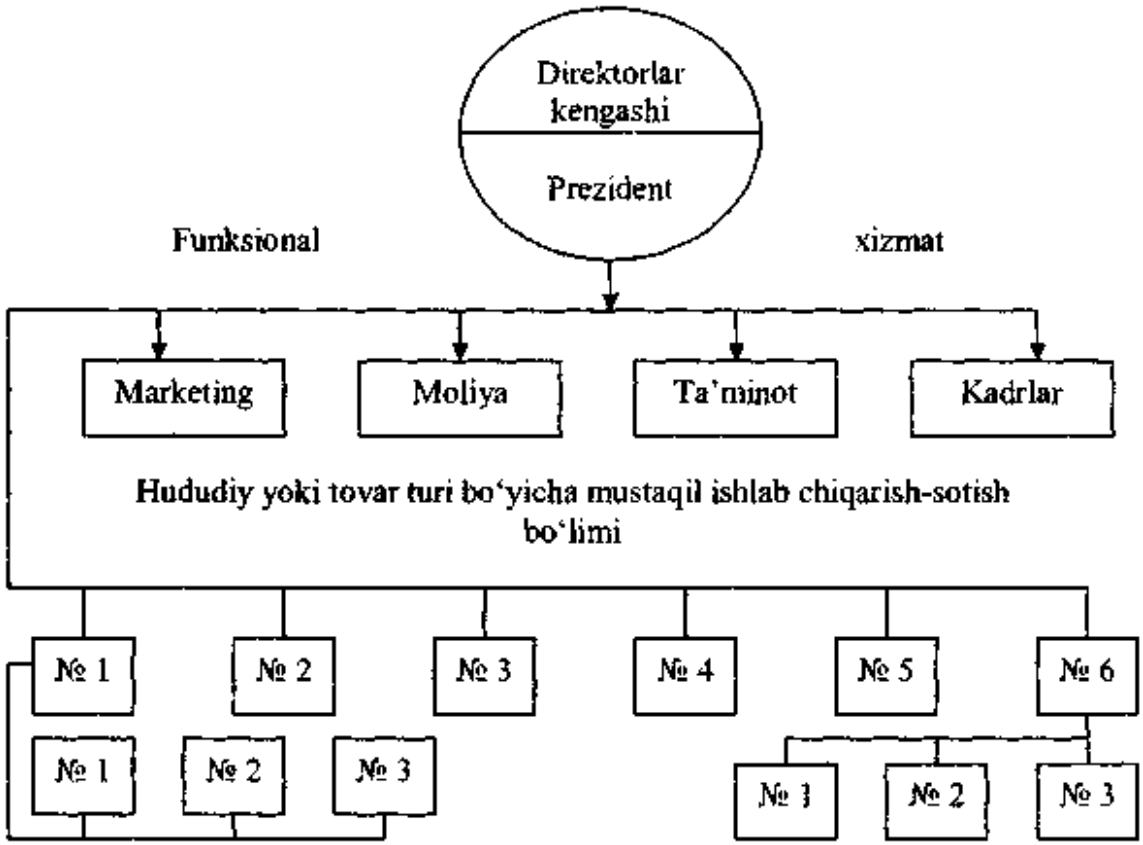
8.1.3-chizma.

Korxonaning boshqaruv tizimini ishlab chiqish qiyin va uzoq davom etadigan jarayon hisoblanadi va bir qancha bosqichlardan iborat bo'ladi (8.1.4- chizma).

Ko'pgina iqtisodiy adabiyotlarda 1-bosqich sifatida obyekt boshqaruvi rivojlanishi konsepsiyasi va uning boshqaruv tizimi ko'rib chiqiladi. Bu konsepsiyada ishlab chiqish jarayonida boshqaruv tuzilmasi roli hamda korxona asosiy faoliyatida u yoki bu faoliyatning muhimlik darajasi masalalari hal qilinadi.

Konsepsiya ishlab chiqishda modellashtirish qo'llanishi mumkin. Modellar muhit bilan tizimning o'zaro aloqadorligini yoki boshqaruv obyekti, boshqaruv tizimi va natijaviy mahsulot orasidagi bog'liqlikni o'zida aks ettirishi lozim.

Divizional-funksional tuzilma



8.1.4-chizma.

Konsepsiya ishlab chiqilgandan so'ng mavjud boshqaruv tizimida tahlillar o'tkazish mumkin. U konsepsiya ishlab chiqish bilan bir vaqtning o'zida o'tkazilishi mumkin, agar qaror qabul qiluvchi shaxs qiyinchiliklarga uchragan bo'lsa. Passiv usullar kamchiliklarini hisobga olgan holda, aktiv usullarni qo'llash mumkin. Bu usul nafaqat konsepsiya ishlab chiqishga asoslangan bo'ladi, uni boshqaruv tuzilmasi maqsad va funksiyalarini shakllantirishning oraliq shaklidan foydalangan holda ishlatish ham mumkin.

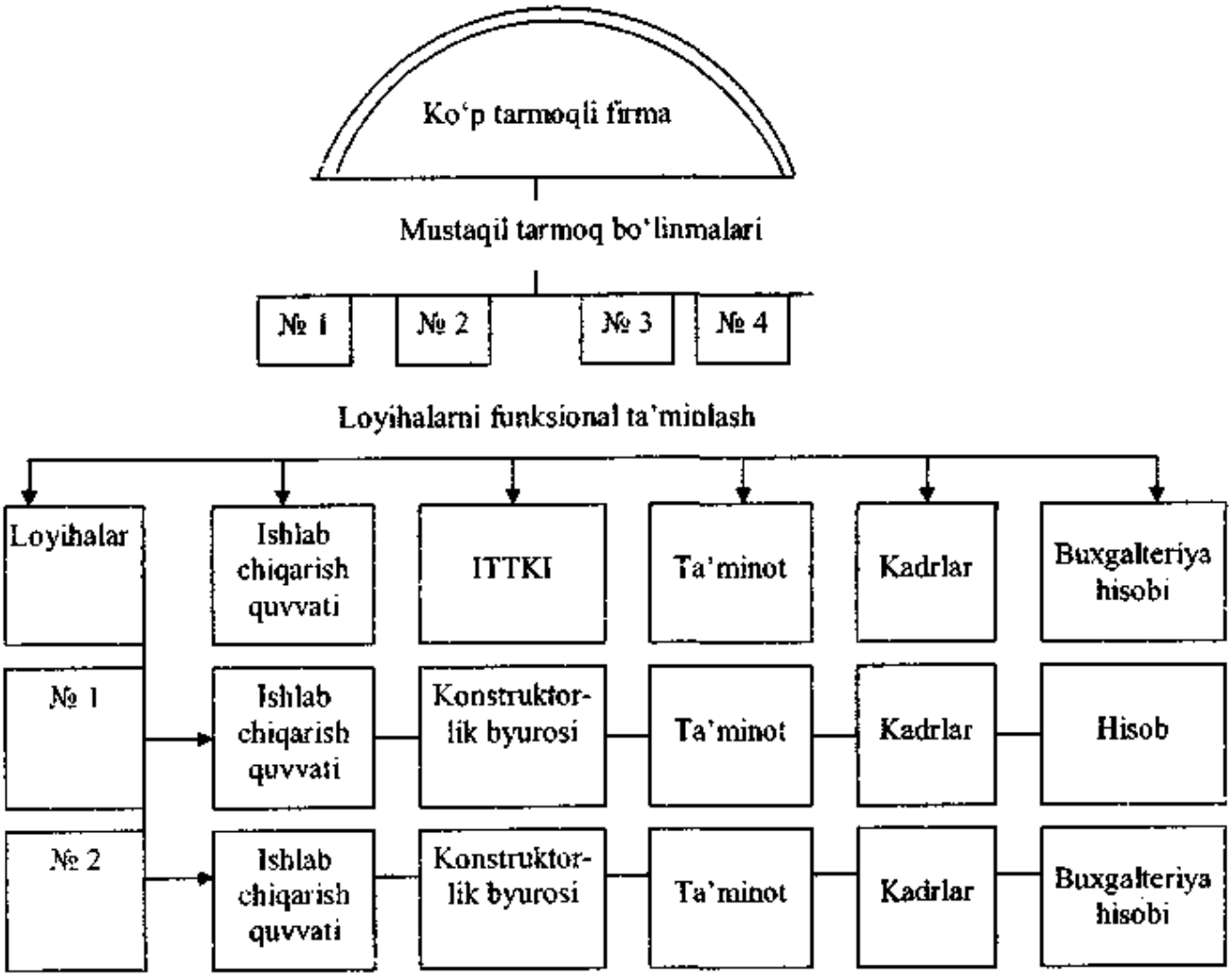
Boshqaruv tizimi shakllangan maqsad va funksiyalari tuzilmasi uning tashkiliy tuzilmasining negizi hisoblanadi. Lekin boshqaruv tizimi variantlarini ishlab chiqmasdan oldinroq korxona faoliyatining natijalari nuqtayi nazaridan funksiyalarni aniq baholash zaruriyati yuzaga kelishi mumkin.

Olingan baholarga asoslangan holda maqsadlar va vazifalar tuzilmasini qayta tuzgandan so'ng, korxona tashkiliy tuzilmasi variantlarini ishlab

chiqishga kiritilishi mumkin. Bu yerda ham turli usullardan foydalanish mumkin. Boshqaruv faoliyatlari mehnat hajmini taxminan baholash mumkin. Shu bilan birga boshqaruv tuzilmasi va texnologiyalar boshqaruvini tashkil qilishni modellashtirishda boshqa bir necha yondashuvlardan ham foydalanish mumkin. Bu holatda tuzilma variantlarini aniqlab chiqish va baholash uchun zarur bo'lgan ishchilar soni, mehnat hajmi, xarajatlar miqdori va boshqaruvning boshqa funksiyalari haqidagi ma'lumotlarning aniq baholanishlarini olish mumkin.

Loyihaning oxirgi yakuniy bosqichi – bu tashkiliy tuzilma variantlarini asoslash va tanlashdir (8.1.5, 8.1.6-chizmalar).

Matritsaviy tuzilma



8.1.5-chizma.

Oldingi bosqichlarda olingan korxonaning tashkiliy tuzilmasini takomillashtirish konsepsiyasi va natijalariga bog'liq holda, bu bosqichni amalga oshirishning turli yo'llari mavjud. Bularning qaysi birini tanlashdan qat'iy nazar, tashkiliy tuzilmaning bir necha variantlarini ishlab chiqish lozim. Bunga misol qilib, xuddi shunday boshqa firmalar tashkiliy tuzilmasi olinishi mumkin. Variantlar tashkiliy tuzilmasi nazariyalarining amalga oshishi orqali ham tuzilishi mumkin. Bular oxirgi vaqtda keng yoyilgan shakllardan hisoblanadi. Tashkiliy tuzilma varinatlari ishlab chiqilgandan keyin mazkur sharoit uchun mos bo'lganini baholash va tanlab olish va uning samaradorligini aniqlash zarur.

Boshqaruv apparatining samaradorligi ko'rsatkichi iqtisodiy, ilmiy texnik va boshqa maqsadlarni amalga oshirishdagi ishlar orqali aniqlanadi. Bunday mezonning xo'jalik hisoblaridagi miqdoriy ko'rsatkichi foydaning oshishi, zaxiralardan foydalanish samaradorligining o'sishi orqali ifodalanadi.

Korxona boshqaruv tuzilmasini ishlab chiqish va qabul qilishda korxonaning ba'zi vazifalarini bajaruvchi bo'limlari va boshqaruvning umumiy funksiyalarini amalga oshirishda zarur bo'ladigan qo'shimcha xarajatlarni rejalashtirishda asos bo'lib xizmat qiladi. Qo'shimcha xarajatlar tarkibiga umumxo'jalik xarajatlari va korxona boshqaruvining barcha xarajatlari kiritiladi (8.1.1-jadval).

Bu usulda hisoblangan xarajatlar keyinchalik ishlab chiqarish sarflarini hisoblashda ishlatiladi.

8.1.1-jadval

Qo'shimcha xarajatlar

№	Xarajatlar	Hajmi yoki kattaligi
1	Umumxo'jalik xarajatlari, jami Shu jumladan: * transport xizmatlari * bank, aloqa xizmatlari * kommunal xizmatlar, chiqindilarni tashish xizmatlari * xizmat ko'rsatuvchi xodimlarni ta'minlash * bino ijarasi va qo'riqlash * tadqiqot xarajatlari	

	* material va texnika ta'minoti * patent va litsenziyalar olish xarajatlari * mulk solig'i * bank krediti bo'yicha foiz * reklama xarajatlari	
2	Korxonaning boshqaruvi xarajatlari, jami: Shu jumladan: * boshqaruv xodimlari ish haqi * xizmat safarlari haqi * transport * umumiy xizmatlar * boshqaruv xarajatlari	
	Jami:	

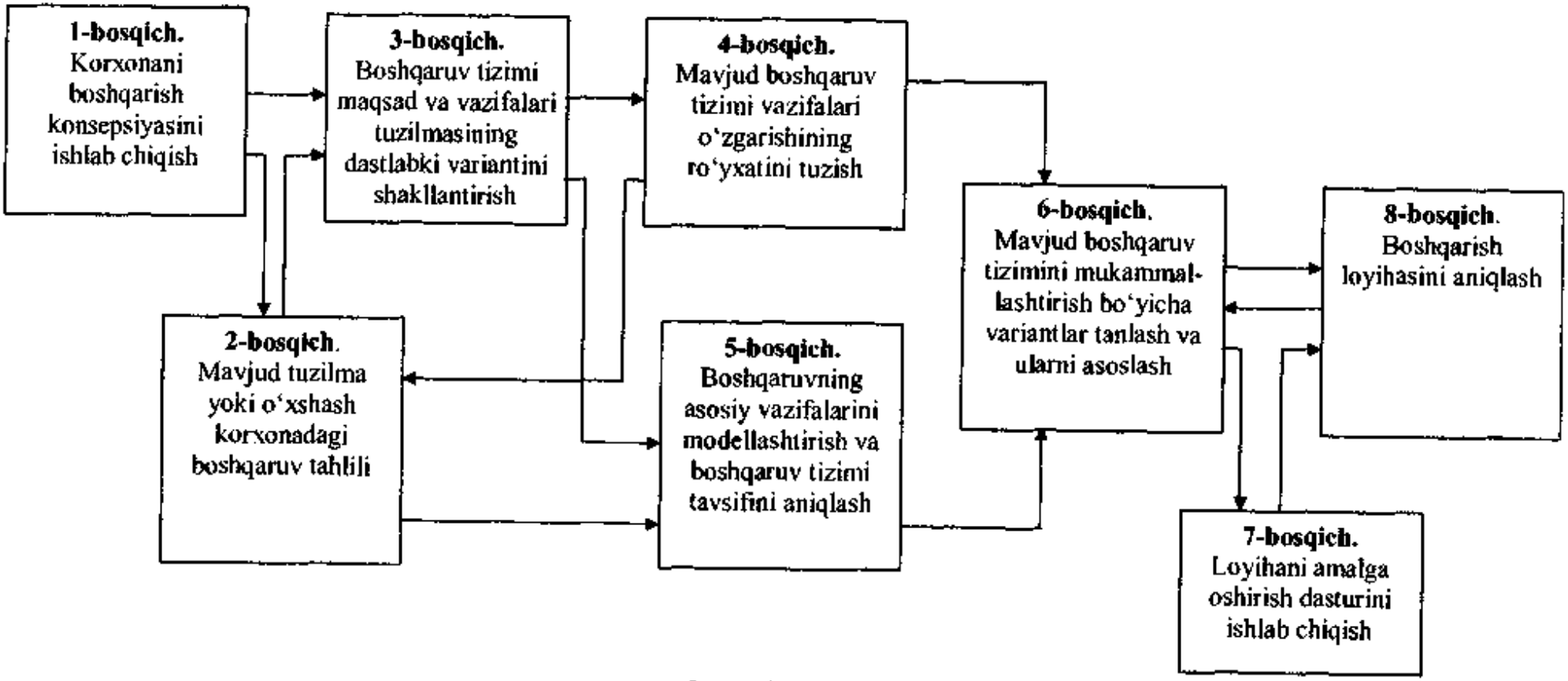
8.2. Mehnat resurslarini rejalashtirish

Tashkiliy tuzilma shaklini tanlash uning xodimlar tizimi va boshqaruv tizimini shakllantirishni taqozo etdi. Hozirgi kundagi yirik korxonalarning boshqaruv apparati tarkibiga boshqaruvning yuqori darajasi va operativ xo'jalik bo'limlarini boshqarish apparati kiradi.

Korxona boshqaruvining yuqori darajasi birinchi navbatda korxonaning strategik maqsad va yo'nalishlarini ishlab chiqishga, faoliyatning xalqaro masshtabdagi koordinatsiyalariga, turli xil ishlab chiqarish, xo'jalik va texnik qaror qabul qilishga yo'naltirilgan bo'ladi. Boshqaruv o'rta darajasi funksiyalashtirishning samaradorligini va bo'limlar faoliyatini koordinatsiyalash orqali korxonaning rivojlanishini ta'minlaydi. Boshqaruv pastki darajasining asosiy vazifasi ishlab chiqarish dasturini bajarish va turli bo'limlar doirasidagi operativ xo'jalik operatsiyalarini yechish hisoblanadi.

G'arbdagi korxonalar tajribasiga ko'ra, muvaffaqiyatsizlikka uchragan korxonalarning 90%ining asosiy sababi boshqaruv tizimining yomon tashkil qilinganligi, boshqaruv qonunlarini bilmaslik, mutaxassislarning xato tanlanganligi, boshqaruv tajribasining yo'qligi hamda boshqaruvchilarning vijdoni va adolati bilan bog'liq. Shuning uchun ham banklar va boshqa investorlar kredit berish arizalarini tahlil qilganda, eng avvalo, boshqaruv xodimlari tarkibiga, ayniqsa, yuqori boshqaruv apparatiga jiddiy e'tibor qaratadilar.

Korxona tashkiliy tuzilmasi loyihasini ishlab chiqish bosqichlari



8.1.6-chizma.

Shu sababli tadbirkor boshqaruvga kadrlarni tanlashda alohida e'tibor qaratishi lozim. Boshqaruv xodimlarining tavsifnomalarida quyidagi ma'lumotlar bo'lishi shart:

- ishlagan korxona, tashkilotlari ro'yxati;
- mazkur sohadagi ish tajribasi;
- ish haqi darajasining taxminiy miqdori.

Bunga qo'shimcha tarzda sex boshliqlari guruhi, bosh mutaxassisning ish tajribalari va hokazolar ko'rsatiladi.

Korxonaning xodimlarini shakllantirishning manbayi quyidagilar bo'lishi mumkin:

- o'z xodimlari;
- avval ishlagan xodimlari;
- tasodifiy talabgorlar;
- kollej, universitet bitkazuvchilari;
- xaridorlar va yetkazib beruvchilar;
- ishchi kuchi yollash bo'yicha agentlik.

Kadrlar potentsiali deganda, odatda, bitta kollektivga yig'ilgan, texnik, ilmiy, iqtisodiy, ishlab chiqarish va ijtimoiy masalalarni o'z vaqtida va sifatli hal qila oladigan korxonaning hamma xodimlari tushuniladi. Kadrlar potentsialini bir qator miqdor va sifat ko'rsatkichlari orqali ifodalash mumkin.

Birinchidan, bularga korxonada ish bilan band bo'lganlar soni, o'rtacha yoshi, mazkur korxonada va mazkur lavozimda ishlaydiganlar ish staji, kadrlar qo'nimliligi, ishchilarning o'rtacha ish haqiga bo'lgan munosabati va boshqa korxonalardagi xuddi shu ishchilar ish haqi va hokazolarni kiritish mumkin.

Sifat ko'rsatkichlari tavsifiga narxni aniqlash, madaniyat darajasi, ma'lumotlilik darajasi va hokazolar kiradi.

Yirik korxona uchun mehnat resurslariga bo'lgan ehtiyojni aniqlash hozirda mavjud mehnat resurslarini baholash va ularni rivojlantirish uchun dastur ishlab chiqish orqali amalga oshiriladi.

Keyingi bosqich ishchilarni qabul qilishdir. Ya'ni ularni jalb qilish, o'qitish va lavozimlari bo'yicha ko'tarilishlariga yordam berish uchun aniq ish va chora-tadbirlar grafigi tuzilishi zarur.

Kadrlar bilan ishlashni takomillashtirish chora-tadbirlari quyidagilardan iborat bo'lishi kerak:

- kadrlarni tanlash va joylashtirish bo'yicha mezonlar va usullarni takomillashtirishga aloqador takliflar;
- kadrlarni attestatsiya qilish, zaxiradagilarni ishga chiqarish, kadrlar malakasini oshirish metodlarini takomillashtirish;
- korxonaga ishchilarni qabul qilish va ularni korxonaga bog'liq qilib qo'yish maqsadida ish haqi va imtiyozlar bo'yicha takliflar;
- ishchilarning mehnat faoliyatini baholash bo'yicha metodika, korxonaning mehnat sharoitlarini takomillashtirish bo'yicha ko'rsatmalar;
- xodimlarni lavozimlari bo'yicha ko'tarish yoki ularni kam javobgarlikka ega lavozimlarga tushirish, ularni mutaxassislik tajribalarini oshirish uchun yuqori lavozimlarga yoki qiyinroq ish joylariga qo'yish usullari;
- jamoadagi psixologik-ijtimoiy iqlimni yaxshilash bo'yicha ko'rsatmalar berish.

Yuqorida ko'rsatilgan kadrlar potensialini oshirish yo'nalishlari bo'yicha mamlakatimizda va xorijda chiqarilgan qo'llanmalar ko'p va ular ma'lum korxona xususiyatlaridan kelib chiqqan holda loyihalar ishlab chiqilganda qo'llanilishi mumkin.

Mehnat resurslarini rejalashtirish ishchilar, kategoriyalar bo'yicha ishlovchilar va ITT (ilmiy-texnik taraqqiyot)ga bo'lgan ehtiyojga qarab amalga oshiriladi. Shu maqsadlar sababli ishchilar, ayrim xodimlar va xizmatchilarning shtat jadvali tuziladi (8.2.1-jadval).

Bunda, albatta, korxonadagi turli darajadagi ishchilarni o'qitish bo'yicha talab, ularning davomiylik darajasi, ularni o'tkazish joyi, sharoitlarining aniqlanishi muhim omillardan biri hisoblanadi. Ta'lim bevosita ishlab chiqarish bazalarining o'zida, boshqa ta'lim muassasalarida yoki mamlakatdagi va chet eldagi korxonalarda o'tkazilishi mumkin.

8.2.1-jadval

Ishchilarning shtat jadvali

№	Lavozimi	Smena	Soni
	№ 1 sex.		
1	*	1	
2	*	2	
3	*	3	
	№ 2 sex.		
	*	1	
	*	2	
	*	3	
	Jami		

Ko'p hollarda ta'lim markazlari ishlab chiqarishga tayyorgarlik bosqichlarida korxonaning o'zida barpo etiladi. Boshqa hollarda ma'lum bir soha mutaxassislari xorijda o'qitilishi mumkin.

Kadrlar tayyorlash dasturlari ma'lum miqdorda moliyaviy mablag' talab qiladi.

Malakali mutaxassislar tomonidan olib borilgan ishlarning samaradorligi va ishlab chiqarish oshishini hisobga oladigan bo'lsak, kadrlar tayyorlash investitsiyalash sohasining foydali qismini tashkil qiladi.

Ta'lim olish faqatgina ishlab chiqarish boshlanishidan oldin emas, balki kelgusi ishlab chiqarish faoliyati davomida ham amalga oshirilishi mumkin. Chunki malakani oshirish va boshqaruvda tajribaga ega bo'lish uzluksiz jarayon hisoblanadi.

Hisob-kitob qilishning usullari maoshni, qo'shimcha to'lovlarni, ijtimoiy ta'minotga ajratmalar va boshqalarni, standart xarajatlarni hamda yo'l va o'qitish uchun to'lovlarni o'z ichiga oladi.

Ishlab chiqarish dasturining tahlili umumiy xarajatlar va bir birlik mahsulotning tannarxini hisoblashni o'z ichiga oladi.

Chiqarilayotgan mahsulotning xarajatlar smetasi har bir ishlab chiqarilgan mahsulot, qilingan ish va xizmatlar uchun alohida kalkulyatsiya bo'limlari orqali hisoblanadi. Xarajatlar kalkulyatsiyasi xususiylashtirilgan holda, ya'ni korxonada joriy etilgan bir birlik mahsulot uchun xarajat me'yorlari orqali namoyon bo'lishi mumkin.

Xarajatlar smetasini 8.2.2-jadvalda ko'rsatilgan shakl orqali hisoblash mumkin.

8.2.2-jadval

Tannarx kalkulyatsiyasi va xarajatlar smetasi

Ko‘rsatkichlar nomlari		Yil				
		0		1	...	n
		Bir birlik mahsulot uchun, so‘m	Jami, so‘m			
1	Sotuv hajmi, jami					
2	Tannarx jami, shu jumladan					
2.1	Xomashyo					
2.2	Materiallar					
2.3	Qo‘shimcha material					
2.4	Yonilg‘i					
2.5	Elektr energiya					
2.6	Ishchilarning ish haqi fondi					
2.7	Boshqaruv apparatidagi va boshqa xodimlarning ish haqi					
2.8	Ish haqi fondiga hisoblangan mablag‘					
2.9	Uskunalar amortizatsiyasi					
2.10	Reklama xarajatlari					
2.11	O‘qitish xarajatlari					
2.12	Audit, konsultatsiya					
2.13	Kredit uchun foiz					
2.14	Yo‘l soliqlari					
2.15	Boshqa xarajatlar					
3	Ishlab chiqarish bilan bog‘liq bo‘lmagan operatsiyalar					
3.1	Daromad					
3.2	Ijaradan daromad					
3.3	Jarimadan qoldiq					
3.4	Mulk solig‘i					
3.5	Yer solig‘i					
3.6	Boshqa xarajat va daromadlar					
4	Balans foydasi					
5	Foydadan soliq va to‘lovlar					
5.1	Foydadan soliq					
5.2	Boshqa soliqlar					
6	Sof foyda					

Nazorat uchun savollar

1. Tashkiliy rejalashtirish deganda nimani tushunasiz?
2. Qanday tashkiliy tuzilma turlarini bilasiz?
3. Chiziqli-funksional tuzilmani tushuntirib o‘ting.
4. Korxona tashkiliy tuzilmasi loyihasini ishlab chiqish bosqichlarini sanab o‘ting.
5. Mehnat resurslarini rejalashtirish deganda nimani tushunasiz?
6. Kadrlar bilan ishlashni takomillashtirish chora-tadbirlarini sanab o‘ting.
7. Korxonada xodimlarni shakllantirishning qanday manbalari mavjud?

Mavzuga doir testlar

1. Korxona tashkiliy tuzilmasi loyihasini ishlab chiqish necha bosqichdan iborat?

A) 5 B) 6 C) 4 D) 8.

2. Korxona tashkiliy tuzilmasi loyihasini ishlab chiqishning 1-bosqichda nima qilinadi?

A) korxonani boshqarish konsepsiyasi ishlab chiqiladi

B) boshqaruv tizimi maqsad va funksiyalari tuzilmasining dastlabki varianti shakllantiriladi

C) mavjud boshqaruv tizimi funksiyalari o‘zgarishining ro‘yxati tuziladi

D) loyihani amalga oshirish dasturi ishlab chiqiladi

3. G‘arb tajribasiga ko‘ra muvaffaqiyatsizlikka uchragan korxonalarning necha foiziga boshqaruvni yaxshi tashkil etilmaganligi sabab bo‘lgan?

A) 80 B) 75 C) 90 D) 85

4. Boshqaruv xodimlarining tavsifnomalarida quyidagi ma’lumotlardan qaysi biri bo‘lishi shart emas?

A) ishlagan korxona, tashkilotlari ro‘yxati

B) mazkur sohadagi ish tajribasi

C) ish haqi darajasining taxminiy miqdori

D) universitetda o'rgangan fanlar ro'yxati.

5. Korxona xodimlarini shakllantirish manbalaridan qaysi biridan foydalanish salbiy oqibatlarni keltirib chiqarishi mumkin?

A) o'z xodimlari

B) avval ishlagan xodimlari

C) raqobatchi firmalardan kelgan xodimlar

D) kollejlar, universitetlar bitkazuvchilari.

6. Quyidagilardan qaysi biri boshqaruv xajatalari tarkibiga kirmaydi?

A) tadqiqot xarajatlari

B) xizmat safarlari haqi

C) umumiy xizmatlar

D) boshqaruv xarajatlari.

7. Loyihaning oxirgi yakuniy bosqichi – bu:

A) tashkiliy tuzilma variantlarini asoslash va tanlash

B) ishlatiladigan texnologiyani aniqlash

C) umumiy xizmatlarni aniqlash

D) ishlab chiqarish jarayonini tashkil qilish.

8. Quyidagilardan qaysi biri tashkiliy tuzilmaning asosiy tavsifi emas?

A) boshqaruv funksiyalari bo'yicha boshqaruv xodimlarining soni

B) korxonaning boshqarish tizimi bo'yicha ierarxiya darajasining miqdori

C) har bir darajadagi tuzilmaviy bo'limlar soni

D) boshqaruv xodimlariga belgilangan maosh qiymati.

9. An'anaviy tashkiliy tuzilma barpo etish nimadan boshlanadi?

A) boshqaruvchilar sonini o'rganishdan

B) mavjud boshqaruv tizimini o'rganishdan

C) boshqaruv bosqichlarini o'rganishdan

D) boshqaruv tizimini isloh qilishdan.

10. Kadrlar bilan ishlashni takomillashtirish chora-tadbirlariga quyidagilardan qaysi biri kirmaydi?

A) kadrlarni tanlash va joylashtirish bo'yicha mezonlar va usullarni takomillashtirishga aloqador bo'lmagan takliflar;

B) kadrlarni attestatsiya qilish, zaxiradagilarni ishga chiqarish, kadrlar malakasini oshirish metodlarini takomillashtirish

C) korxonaga ishchilarni qabul qilish va ularni korxonaga bog'liq qilib qo'yish maqsadida ish haqi va imtiyozlar bo'yicha takliflar

D) xodimlarni lavozimlari bo'yicha ko'tarish yoki ularni kam javobgarlikka ega lavozimlarga tushirish, ularni mutaxassislik tajribalarini oshirish uchun yuqori lavozimlarga yoki qiyinroq ish joylariga qo'yish usullari.

IX BOB. KORXONA BUDJETI VA MOLIYAVIY REJASI

Tadbirkorlik loyihasi bo'yicha yakuniy xulosa chiqarishda investitsiyalar va ishlab chiqarish xarajatlarini aniq belgilash lozim. Chunki loyihaning daromadliligi shularning tuzilish hajmi va amalga oshirish grafigiga bog'liq.

Oldingi bo'limlarda aniqlangan investitsiyalar va ishlab chiqarish xarajatlari rejasi umumiy moliyaviy rejada umumlashtiriladi. Bu umumiy investitsion xarajatlar va loyihaning iqtisodiy va moliyaviy rentabelligini baholash asosi bo'lib xizmat qiladi.

Investitsiyalar va ishlab chiqarish xarajatlarini umumlashtirishda loyihaning amalga oshirish muddatlarini ham hisobga olish zarur, chunki bu muddatlar naqd pulning aylanishi va uning foyda me'yorlariga ta'sir qilishi mumkin. Investitsiyalar va ishlab chiqarish xarajatlari rejasini naqd pulning aylanishi natijalari tahlilini hisobga olgan holda bir yillik qilib tuzib olish zarur.

9.1. Tadbirkorlik loyihasi uchun umumiy investitsion xarajatlar

Tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishning umumiy summasi o'z ichiga, avvalo, asosiy kapital, aylanma kapital va ishlab chiqarish sarflari shakllanishi bilan bog'liq xarajatlarni oladi.

Asosiy kapital qurilish va uskunalar bilan ta'minlashni o'z ichiga oladi, aylanma kapital esa loyihani amalga oshirish bilan bog'liq mablag'larni o'z ichiga oladi (9.1.1-jadval).

Asosiy kapital birlamchi investitsiyalar va ishlab chiqarishga tayyorlash bo'yicha kapital sarflaridan tashkil topadi.

Birlamchi investitsiyaga quyidagilar kiradi:

A) korxona uchun yer uchastkasi tayinlash;

B) binolar va fuqarolik inshootlari;

C) o'z ichiga qo'shimcha uskunalarni olgan mashina va asboblar;

D) asosiy kapitalning ba'zi qismlari, ya'ni sanoat egaligiga bo'lgan huquq.

9.1.1-jadval

Tadbirkorlik loyihasining umumiy xarajatlari

Xarajatlar guruhi	Xarajatlar guruhchalari	Xarajatlar ro'yxati	Xarajatlar tarkibi
1.Birlamchi investitsion xarajatlar	1.Asosiy vositalar uchun sarflar	A) Asosiy kapitalga investitsiya xarajatlari	1. Yer maydoni bahosi, ishlab chiqarish maydonini tayyorlash bo'yicha xarajatlar. 2. Qurilish qiymati. 3. Sotib olinayotgan uskunalar va ularni o'rnatish bahosi. 4. Boshqa asosiy vositalar, shuningdek, mahsulotni yetkazib berish, o'rash, yo'l xarajatlari va boshqalar.
		B) Ishlab chiqarishdan oldingi va ishlab chiqarishdan keyingi xarajatlar	1. Ishlab chiqarishni tashkil qilish bo'yicha dastlabki xarajatlar. 2. Tayyorgarlik ishlari uchun investitsiyalar. 3. Boshqa xarajatlar.
	1.2. Aylanma mablag' bo'yicha sarflar	A) Joriy aktivlar	1. Zaxiralar. 2. Debitor qarzdorlik. 3. Naqd pullar.
		B) Kredit bo'yicha qarzdorlik	Mahsulot yetkazib beruvchi korxonaga to'lanishi zarur bo'lgan qarzlar miqdori
2. Ishlab chiqarish xarajatlari	2.1. Zavod xarajatlari	A) Material bo'yicha	Xomashyo, materiallar, yarim tayyor mahsulot, yonilg'i, elektr energiya uchun xarajatlar
		B) Mehnat bo'yicha	Ishlab chiqarish xodimlari ish haqi to'lovlari bo'yicha xarajatlar
		C) Zavodning qo'shimcha xarajatlari	Ishlatilayotgan va ishlatilmayotgan uskunalarni ta'mirlash, ishlab chiqarish binolarini isitish va yoritish uchun elektr energiya va yonilg'i bo'yicha xarajatlar, ishlab chiqarish binolarini tozalash va ta'mirlash bo'yicha xarajatlar.

			ishlab chiqarish chiqindilarini chiqarib tashlash, texnika xavfsizligi bo'yicha sarflar, gigiyena-sanitariya xarajatlari, ekologiya bo'yicha xarajatlar va h.k.
	2.2. Ma'muriyat va qo'shimcha xarajatlar		1. Ma'muriyat xodimlari ish haqi. 2. Uzoq muddatli konsultatsiya xizmatlari bo'yicha to'lovlar. 3. Qo'shimcha xarajatlar.
	2.3. Amortizatsiya ajratmalari		Amortizatsiya ajratmalari
	2.4. Moliyalashtirish xarajatlari		1. Renta to'lovi. 2. Ustamalar, jarimalar va h.k. to'lovlar
3. Sotuv xarajatlari	3.1. Bevosita xarajatlar	A) Tayyor mahsulotni o'rash va saqlash	
		B) Sotuv bo'yicha xarajatlar	1. Reklama. 2. Savdo maklerlari to'lovi, dallollik to'lovlari.
		C) Transport xarajatlari	
	3.2. Bilvosita xarajatlar		1. Xodimlarga to'lovlar. 2. Bozorni tadqiq qilish bo'yicha xarajatlar va h.k.

9.1.2-jadval

Birlamchi investitsiyalar summasini hisoblash uchun maxsus shakl

Investitsiyalar guruhlari toifalari	Miqdori, ming so'm
1. Yer 2. Yer maydonini o'zlashtirish va tayyorlash 3. *Fuqarolik inshootlari va binolari qurilishi* A) fuqarolik binolari va obyektlari qurilishi B) yordamchi binolar va xizmat ko'rsatish binolari 4. Asosiy aksiyadorlik kapitali 5. Uskuna va mashinalar Jami birlamchi investitsiyalar	

Birlamchi investitsiyalardan tashqari, har qanday tadbirkorlik loyihasi ishlab chiqarishning oldingi bosqichlarida ba'zi bir qo'shimcha xarajatlarni talab qiladi, ular misol uchun asosiy kapitalni shakllantirish vaqtida yuzaga kelishi mumkin. Bu sarflar loyihaning tuzilishi va amalga oshirilishining turli bosqichlarida yuzaga keladigan xarajatlar yig'indisidan tashkil topadi va o'z ichiga quyidagi xarajatlarni oladi (9.1.2-jadval):

1. Dastlabki sarflar va qimmatli qog'ozlar emissiyasi bilan bog'liq xarajatlar. Shuningdek, dastlabki xarajatlarga ssuda olish bo'yicha arizalarni hujjatlashtirish, yer maydonlari sotib olish bo'yicha shartnomalar va h.k.lar uchun rag'batlar ham kiradi.

2. Dastlabki tadqiqotlar uchun xarajatlar, jumladan:

A) investitsiya oldi, konyunkturaviy muhandislik va loyihani amalga oshirish bo'yicha boshqa xarajatlar;

B) tadqiqotlarni tayyorlash, qurilish va montaj ishlarini loyihalash hamda boshqarish bo'yicha bergan yordamchilarga rag'batlar;

C) boshqa xarajatlar.

3. O'z tarkibiga quyidagilarni olgan ishlab chiqarishga tayyorgarlik ko'rish bo'yicha xarajatlar:

A) ish haqi, ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar, ishlab chiqarishga tayyorlanishda yordam bergan xodimlarga to'lovlar;

B) borish-kelish xarajatlari;

C) ishchilar uchun vaqtinchalik yashash joylariga, ma'muriyat uchun vaqtinchalik binolarga xarajatlar;

D) ishlab chiqarish kutilayotgan mahsulot reklamasi, sotuv tizimini tashkil qilish va reklama e'lonlari uchun xarajatlar;

E) kadrlar tayyorlash bo'yicha xarajatlar;

F) qurilish jarayonidagi qarzlarning foiz to'lovlari.

4. Ishga tushirish bo'yicha xarajatlar (9.1.3-jadval).

Aylanma kapital – bu korxonani ishlab chiqarish dasturini amalga oshirish uchun zarur moliyaviy mablag'.

Aylanma kapital joriy aylanma mablag'dan qisqa muddatli majburiyatlarning ayirmasiga teng, ya'ni unga debitorlik qarzlari, tovar moddiy boyliklar, tayyor mahsulot va naqd pullar kiradi. Qisqa muddatli majburiyatlar to'lanishi lozim bo'lgan pullardan tashkil topadi.

9.1.3-jadval

Ishlab chiqarishga tayyorgarlik bosqichidagi kapital xarajatlar (investitsiya)

Toifalar	Kattaligi
1. Investitsiya oldi tadqiqotlari	
2. Tayyorgarlik bo'yicha izlanishlar	
3. To'liq rejalar tuzish, savdolarda ishtirok qilish	
4. Loyiha amalga oshirilishi boshqaruvi	
5. Fuqarolik inshootlari, uskunalar, korxonalarni koordinatsiyalash	
6. Ishchilar, xodim va xizmatchilarni ishga yollash va tayyorlash bo'yicha ma'muriyat apparatini tashkil qilish	
7. Ta'minot bo'yicha kelishuv	
8. Sotuv bo'yicha kelishuv	
9. Aloqalarni o'rnatish	
10. Dastlabki xarajatlar va qimmatli qog'ozlar chiqarish bo'yicha xarajatlar	

1. **Debitorlik schyotlari** – bu moddaning hajmi kompaniyaning savdo kredit siyosati tomonidan aniqlanadi. Har bir kompaniyada mahsulot umumiy sotuv hajmining ma'lum ulushda berilishi har xil bo'ladi va u konkret bir vaziyatga bog'liq.

2. **Tovar moddiy boyliklar**. Aylanma kapitalga bo'lgan talabga harakatsiz turadigan moddiy tovar boyliklar hajmi sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Iloji boricha ularning hajmini minimallashtirishga harakat qilish lozim.

A) *Ishlab chiqarish materiallari.* Ishlab chiqarish materiallari zaxiralarini hisoblashda ularning manbayi va yetkazib berish usullariga e'tibor qaratish lozim. Agar materiallar tez va kerakli miqdorda yetkazib beriladigan bo'lsa, ularning chegaralangan miqdordagi zaxiralarini yaratish mumkin. Agarda materiallar import qilinsa, lekin import sharoitida o'zgaruvchan bo'lsa, unda mahsulot zaxiralarini kamida bir oyga yetadigan qilib saqlash lozim.

B) *Ehtiyot qismlar.* Omborga joylashtirish zarur bo'lgan ehtiyot qismlar hajmi ularning joyida mavjudligi, import operatsiyalari va mazkur hududda texnik xizmat ko'rsatish imkoniyatlari hamda korxonaning o'zining

xarakteriga bog'liq bo'ladi. Odatda, korxonada ehtiyot qismlarning birlamchi hajmi tashkil qilinadi.

C) *Tugallanmagan mahsulot.* Tugallanmagan mahsulot hajmini baholash uchun ishlab chiqarish jarayonini va boshqa materiallarning ishlatilish darajasini tahlil qilish lozim. Bu hajm mahsulot turidan qat'i nazar har oylik qilib belgilanadi. Mashinasozlik sohasida bu ko'rsatkich bir necha oylarga teng bo'lishi mumkin. Tugallanmagan mahsulot bahosini uning zavod tannarxi bo'yicha ham hisoblash mumkin.

D) *Tayyor mahsulot.* Tayyor mahsulot zaxiralari mahsulot tavsifi va sotuv hajmiga bog'liq. Ularning narxi ham zavod tannarxidan kelib chiqqan holda aniqlanadi.

3. **Kreditorlar schyotlari**. Xomashyo va yordamchi materillar, tovar moddiy qiymatliklari, yordamchi vositalar va hokazolar, odatda ma'lum muddatda berilgan kreditlar yordamida amalga oshiriladi. Hisoblar, soliqlar ham ma'lum muddat tugagunga qadar to'lanadi va ular ham xuddi shunday schyotlardan biri bo'lib hisoblanadi.

Aylanma kapitalga bo'lgan talabni hisoblashda, eng avvalo, joriy aktiv va passivlar bilan ta'minlangan minimal kunlarni aniqlash lozim. So'ngra yillik zavod mahsulotlari tannarxi va ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblash lozim, chunki ularning asosida ba'zi joriy aktivlar hisoblanadi.

Keyingi qadam bo'lib joriy aktiv va passivlarni aylanish koeffitsiyentini aniqlash hisoblanadi. U 360 kunni minimal ta'minot kuniga bo'lish orqali aniqlanadi. So'ngra esa joriy aktiv va passivlarning har bir moddasi bo'yicha xarajatlar aylanish koeffitsiyentiga bo'linadi va 9.1.4-jadvalga kiritiladi, nihoyat, joriy passivlardan joriy aktivlarni ayirish orqali ishlab chiqarishning har bir bosqichi uchun zarur bo'lgan sof aylanma kapital kelib chiqadi. Bir vaqtning o'zida korxona kassasi uchun zarur naqd pul miqdori ham aniqlanadi.

Texnik iqtisodiy tadqiqotlarda aylanma kapitalga bo'lgan talabni aniqlash katta ahmiyatga ega, chunki u tadbirkorni loyihani amalga oshirishi uchun zarur bo'lgan moliyaviy mablag' miqdori haqida o'ylab ko'rishga majbur etadi.

9.1.4-jadval

Aylanma kapitalga bo'lgan talab hisobi

Modda	Talab
1. Joriy aktivlar	
To'lanishi lozim bo'lgan summa	
Tovar moddiy boyliklar qiymati	
A) Xomashyo va materiallar	
B) Ehtiyot qismlar	
C) Tugallanmagan ishlab chiqarish	
D) Tayyor mahsulot	
Naqd pul	
Joriy passivlar	
2. To'lanishi lozim bo'lgan pullar (kreditor)	
3. Aylanma kapital	
Jami	

Shunday qilib, ishlab chiqarishga tayyorlash xarajatlari summasi, investitsiyalarni va sof aylanma kapital miqdorini aniqlash orqali umumiy moliyaviy resurslarga bo'lgan ehtiyojni aniqlash mumkin. (9.1.5-jadval).

9.1.5-jadval

Moliyaviy resurslarga bo'lgan umumiy talab

Investitsiya toifalari	Hajmi
1. Dastlabki investitsiya	
2. Ishlab chiqarishga tayyorgarlik ko'rish jarayonidagi kapital xarajatlari	
3. Aylanma kapital	

9.2. Loyihani moliyalashtirish

Birlamchi investitsiyalar aksiyadorlik kapitali va uzoq muddatli qarzlar hisobiga yuzaga keladi, aylanma kapital esa tijorat banklari tomonidan taklif etiladigan qisqa va o'rta muddatli qarzlardan iborat bo'ladi.

Shu bilan birga, aksiyadorlik kapitali nafaqat birlamchi investitsiya o'rnini bosadi, balki dividendlar yuqori bo'lishi kutilayotgan hollarda aylanma kapitalning bir qismini qoplay oladi. Boshqa tomondan agar

unchalik qimmat bo'lmagan uzoq muddatli yoki qisqa muddatli kreditlar bo'lsa, loyihani shu yo'l bilan moliyalashtirish afzal hisoblanadi.

Har qanday holatda ham uzoq muddatli qarzlar va aksiyadorlik kapitali o'rtasidagi nisbat muvofiqligiga rioya qilish lozim. Qarzga olingan mablag'lar qancha ko'p bo'lsa, ularga to'lanadigan foizlar shunchalik ko'p bo'ladi. Shuning uchun har bir loyihaning alternativ chizmalari va moliyalashtirish shakllarining oqibatlari to'liq baholab berilishi lozim, moliyalashtirish chizmasi shunday bo'lishi kerakki, u nafaqat naqd pullar mavjudligi talabiga javob bersin, balki foyda olishga ham kafolat bera olsin.

Shunday qilib, tadbirkorlik loyihasini moliyalashga aksiyadorlarning ta'sis mablag'lari, qisqa va uzoq muddatli qarzlar, ayrim hollarda esa davlat mablag'lari ham jalb qilinishi mumkin (9.2.1-jadval).

9.2.1-jadval

Investitsiyalarga bo'lgan talab va tadbirkorlik loyihasini moliyalash manbalari

Investitsiyalarga bo'lgan ehtiyoj	Yillar bo'yicha hajmi, ming so'm		Moliyalash manbalari	Yillar bo'yicha hajmi, ming so'm	
	1	2		1	2
1.Asosiy kapital: * bino va inshootlar * mashina va uskunalar * transport vositalari * boshqalar 2. Aylanma mablag'lar: * zaxira va xarajatlar * pul mablag'lari			1. Xususiy mablag': * nizom jamg'armasi * taqqoslanmagan foyda * amortizatsiya ajratmalari * xususiy kapital qo'yilmalari. 2. Jalb qilingan mablag': * uzoq muddatli kreditlar * uzoq muddatli qarzlar * qisqa muddatli kreditlar * qisqa muddatli qarzlar. 3. Boshqa moliyalash manbalari: * lizing * mahalliy budjet * nobudjet fondlar		
Jami			Jami		

9.3. Moliyaviy hujjatlar

Korxonaning moliyaviy resurslarga bo'lgan umumiy ehtiyojini aniqlashda sof foyda balansi, "loyiha balansi" va "naqd pul oqimi bashorati"dan foydalaniladi.

Kelgusidagi moliyaviy mablag'larga bo'lgan ehtiyojni aniqlashda balans hisoblari usuli kelgusida belgilangan muddatga balansning asosiy moddalari bo'yicha bo'ladigan kirim va chiqimlar bashoratiga asoslanadi.

Naqd pullar oqimi metodi ko'p hollarda "Moliyaviy rejalash" metodi bo'lib hisoblanadi va balans smetasiga qaraganda kengroq tavsifga ega, shuningdek, zarur mablag'lar kelib tushishi vaqti va miqdorini aniqlovchi vosita bo'lib xizmat qiladi. Naqd pullar oqimi haqidagi hisobotlarda amortizatsiya, to'lanmaydigan qarzlardan voz kechish, nomaterial aktivlar va h.k.lar haqidagi moddalar aks ettirilmaydi.

Moliyaviy hisoblar maxsus jadvallarda quyidagi tartibda to'ldiriladi:

A) pul oqimlari jadvali;

B) sof foyda jadvali;

C) loyihaviy balans.

Pul oqimlari jadvali vaqt bilan bog'liq holda mablag'lar kirimi va chiqimi orasidagi farqqa asoslanib tuziladi. Bu jarayonga e'tiborsiz qarash foiz stavkalari ko'rinishidagi daromadlarning ajratilishiga yoki loyihani amalga oshirishda uzilishlarga olib kelishi mumkin.

Tadbirkorlik loyihasining innovatsion bosqichidagi moliyaviy rejaning maqsadi – loyihani amalga oshirish mobaynida uni zarur moliyaviy vositalar bilan ta'minlash va vaqt bo'yicha pul kirim va chiqimlarida moslashishidir.

Qurilgan obyektning ekspluatatsiya bosqichidagi moliyaviy reja qarzlarni qoplash, soliqlarni va hisoblangan dividendlarni to'lash hamda shu kabi boshqa moliyaviy majburiyatlar qoplanishiga, sotuvdan tushadigan daromadlar yetarli bo'lishini ta'minlashi zarur.

Bu korxona ishga tushgan dastlabki yillarda ahamiyatga ega, ya'ni bunda ishlab chiqarilayotgan mahsulot ishlab chiqarish quvvatidan past, lekin qarzdorlik hajmi undan ancha ko'proq bo'ladi. Bular, masalan, yetkazib beruvchilarning kreditlari bo'lib, 5–8 yil ichida foizlari bilan to'lanishi zarur bo'ladi.

9.3.1-jadval

Pul oqimlari modeli

Ko‘rsatkichlar	Yillik										
	0				1				2	...	N
	Chorak				Chorak						
	1	2	3	4	1	2	3	4			
1. Sotishdan tushum											
2. Xarajatlar, jami											
3. Mahsulotni sotishdan daromad											
4. Daromad solig‘i											
5. Sotishdan sof daromad											
6. Sof pul oqimi											
7. Sof daromadning ishlatilishi											
8. Eskirish											
9. Qarzdorlik darajasi											
10. Asosiy vositalarni sotishdan tushum											
11. Investitsiyalar											
12. Aylanma mablag‘ning o‘sishi											
Jami:											
13. Davr boshiga qoldiq pul mablag‘lari											
14. To‘plangan pul miqdori											
15. Tanlangan diskontlash stavkasi asosida joriy qiymat koeffitsiyenti											
16. Pul oqimining joriy qiymati											
17. Pul oqimining qiymatining joriy miqdori											

Mahsulot sotuvidan tushum (9.3.1-jadval, 1-qator) odatda yillar bo‘yicha savdo hajmi bashorati va bir birlik mahsulotga bo‘lgan baho bashorati orqali aniqlanadi.

Savdo hajmi taxminlari asosan yil o‘tishi bilan oshib borishi kutilayotgan mahsulot ishlab chiqarish quvvatining marketing tadqiqotlariga asoslanadi.

Mehnat, ishlab chiqarish uchun ketgan xarajatlar miqdori 8.2.2- jadvalga qarab aniqlanadi va unga eskirish hamda foiz to'lovi kabi moddalar ham kiritiladi.

Agarda ishlab chiqarish yetarlicha yuqori bo'lsa va yangi quvvatlar zarur bo'lmasa, investitsiyalar joriy aktivlar eskirishi ro'y berganda ularni almashtirish uchun yo'naltiriladi. Korxona ishlab chiqarishining o'sib borishi bilan pul oqimlarining bir qismi tovar moddiy zaxiralari sotib olishga, debitorlik qarzlarining to'lanishiga va hokazolarga yo'naltiriladi. Kompaniyaning qo'shimcha aylanma mablag'ga bo'lgan talabi, uning o'rnatgan foizlarining tushumga bo'lgan nisbati orqali aniqlanadi.

Joriy aylanma kapital korxonaning balans hisobotlari orqali hisoblanishi mumkin, ya'ni joriy aktivlar va joriy majburiyatlar orasidagi farqqa teng bo'ladi.

Agar aylanma mablag'larning defitsiti kuzatilgan bo'lsa, uni korxona uchun zarur mablag'larga qo'shimcha ravishda qo'shib qo'yish zarur, chunki bularning hammasi birgalikda korxonaning uzluksiz ishlashini ta'minlash maqsadida aniqlanadi.

Davr boshiga qoldiq pul mablag'lari korxonada davr boshida mavjud bo'lgan naqd pullar miqdorini ko'rsatadi.

Joriy qiymat koeffitsiyenti biznes reja tuzilayotgan vaqtda Markaziy bank tomonidan belgilangan moliyalashtirish stavkasiga teng bo'lgan diskontlash stavkasi asosida aniqlanadi.

Yillar bo'yicha joriy pul oqimlari qiymati har yilgi sof pul oqimi hajmini joriy qiymat koeffitsiyentiga ko'paytirish orqali hisoblanadi.

Pul oqimlarining joriy qiymat summasi joriy pul oqimlari qiymatining rejalashtirilgan davr bo'yicha summalashtirishiga teng bo'ladi.

Naqd pullar harakati jadvali loyihaviy balans smetasi bilan uzviy bog'langan, chunki har qanday holatda ham manfiy qoldiqqa ega bo'lishi mumkin bo'lmagan naqd pullar harakatini o'z ichiga olgan balans vaqt o'tishi bilan loyihaviy balans smetasining naqd pullar balansiga o'tkaziladi.

Birlamchi kapitalni qo'lga kiritish ancha qiyin ish bo'lganligi uchun, ma'lum tajribaga ega bo'lmagan loyiha ta'sischilari investitsiyalash oldi tadqiqotlarini o'tkazishga harakat qiladilar va iloji boricha zarur investitsiyalar, moliyaviy vositalar miqdorini kam ko'rsatishga harakat qiladilar.

Loyiha tahlili mutaxassislari tadqiqot ta'sischilariga yoqish maqsadida ularga yon bosib, past raqamlar ko'rsatishga rozi bo'lmasliklari kerak. Investitsiyalash oldi tadqiqotlarini o'tkazishda noto'g'ri moliyaviy rejalar tuzish, moliyaviy tashkilotlar tomonidan moliyaviy mablag'lar berish bosqichida yoki bundan ham ahamiyatli bo'lgan bosqich, ya'ni loyihani amalga oshirish bosqichida loyihaning muvaffaqiyatsizlikka uchrashini kafolatlaydi.

Har qanday investitsiya oldi tadqiqotlarida moliyalashtirishning bir necha alternativ yo'llarini aniqlash va hisobga olish, hamda kutilmagan holatlar uchun rejalar ishlab chiqishga harakat qilish lozim. Shuning uchun moliyaviy naqd pullar harakati jadvallarida zarur bo'lgan pul miqdorlari va moliyalash usullarini tanlashni yengillashtirish, ularning hamma mumkin bo'lgan alternativ variantlari berilishi lozim.

Soy foyda qaydnomasi sof foydani hisoblash uchun yoki loyihani amalga oshirishda davr intervallariga bo'lgan salbiy balansni aniqlash uchun qo'llaniladi. U pul harakati qaydnomasidan farqlanadi. Chunki u sarflar mazkur davr mobaynida daromad olish uchun qilingan xarajatlardir, degan tamoyilga suyanadi (9.3.2-jadval).

9.3.2-jadval

Sof foyda (ma'lumotnomasi) qaydnomasi
(daromad va xarajatlar qaydnomasi)

№	Ko'rsatkichlar	O'lchov birligi	Yil			
			0	1	...	N
1.	Mahsulot sotishdan tushum					
	1.1. Natura ko'rinishidagi sotuv hajmi					
	1.2. Bir birlik mahsulot bahosi					
2.	Sotilgan mahsulotni ishlab chiqarish uchun ketgan xarajatlar					
3.	Sotishdan daromad					
4.	Boshqa operatsiyalardan daromad					
5.	Soliqlar					
6.	Sof foyda					

Misol uchun, olingan ma'lumotlarni osonlashtirish maqsadida, xomashyo zaxirasi tugallanmagan va tayyor mahsulot dinamikasi 0 ga teng, deb qabul qilingan.

9.4. Loyihaviy balans

Tadbirkorlik loyihasining tashkiliy-iqtisodiy darajasini tavsiflovchi umumiy ko'rsatkich aylanmalar soni bilan o'lchanuvchi aylanmalar tezligidan iborat va u quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi.

$$\text{Aylanmalar soni} = \frac{\text{Mahsulot sotishdan tushgan tushum}}{\text{Aylanma mablag'larning o'rtacha qoldig'i}}$$

Aylanish tezligi qanchalik yuqori bo'lsa, korxonaning moliyaviy ahvoli ham shuncha yuqori bo'ladi.

Mahsulotlarning to'planib qolishi naqd pullar yetishmaganda hamda operatsiyalar masshtabini saqlab qolishga harakat qilganda sodir bo'ladi. Mahsulotlar to'planib qolishining asosiy sabablari quyidagilar: inflyatsiya, zaxira va narxning o'sishi, yuqori soliqlar, aylanma kapitalning kamayishi va haddan tashqari faoliyatni kengaytirish.

Yuzaga kelgan holatdan chiqib ketish uchun zaxira va operatsiyalarni kamaytirish hamda qo'shimcha naqd pullar manbalarini qidirib topish lozim.

Mahsulot to'planib qolishini quyidagi hollarda kuzatish mumkin.

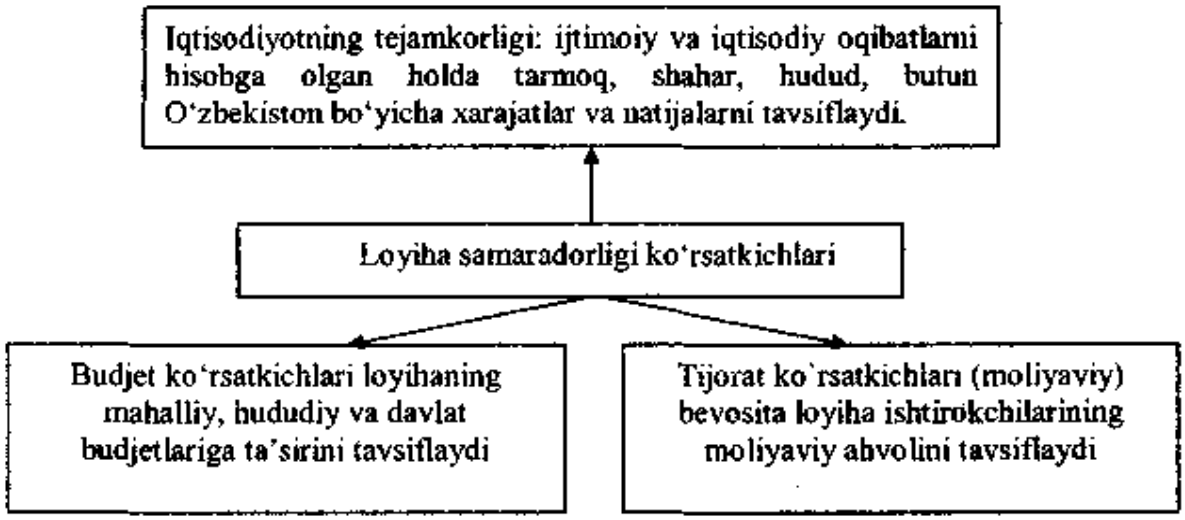
- debitorlar va kreditorlar o'rtasidagi pullarning progressiv qisqarishida;
- qarzlar miqdori oshganda ham aylanish darajasining oshmasligi;
- to'lov majburiyatlari oshishida;
- olinishi lozim bo'lgan pul mablag'lari, likvid vositalarning kamayishida;
- garovga aktivlarni qo'yish natijasida ham naqd pul ola olmaslikda.

9.5. Tadbirkorlik loyihasining samaradorligini baholash

Tadbirkorlik loyihalarini amalga oshirishning samaradorligini baholash bir-biri bilan bog'liq 3 ta darajadagi ko'rsatkichlar asosida tavsiflanadi: tijorat, budjet va milliy iqtisodiyot ko'rsatkichlari (9.5.1-chizma).

Bozor muhitida faoliyat ko'rsatuvchi ishlab chiqarish korxonalari uchun loyihaning tijorat samaradorligi birlamchi o'ringa ega.

Tadbirkorlik loyihalari samaradorligini aniqlash



9.5.1-chizma.

Shu bilan birga, loyihaning hududiy va markaziy organlar tomonidan qo'llab-quvvatlanishi, eng avvalo, budjet va iqtisodiy samaradorlikka asoslanadi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida investitsiyalar bo'yicha masalalarni yechishda asosiy mezon bo'lib, qo'yilgan mablag'lardan moliyaviy tushumlar olish, ya'ni foyda olish hisoblanadi.

Investitsiyalarning rentabelligi olingan daromad va investitsiya qilingan mablag' orasidagi farqqa asoslanadi. U loyihaning moliyaviy samaradorligini ifodalaydi. Odatda, tadbirkor loyihani qisman aksiyador kapitali hisobiga, qisman esa olingan kreditlar hisobiga moliyalashtiradi.

Tadbirkorni, birinchi navbatda, qiziqtiradigan narsa bu aksiyadorlik kapitali hisobiga oladigan sof foydasi hisoblanadi. Bundan tashqari, ba'zida turli xil kapital tuzilmasiga ega bo'lgan bir nechta alternativ variantlar ichidan bitta loyihani tanlab olishga to'g'ri kelinadi. Shu

maqsadda foydalilik tahlilini nafaqat aksiyadorlik kapitali bo'yicha, balki uni butun investitsiyalar hajmi bo'yicha o'tkazish lozim, chunki sof foydani butun bir investitsiya hajmiga bo'lishga to'g'ri keladi.

Tadbirkorlik loyihasi samaradorligini baholash jarayonidagi moliyaviy hisoblar, bozor baholari ishlab chiqarishga va mehnatga ta'sir qiluvchi omillarga asoslanadi, hamda har yil oxirida xohishga qarab loyiha amalga oshirilayotgan butun bir davr mobayni uchun o'tkaziladi.

Loyiha bo'yicha har qanday taklif shu masalani yechish bo'yicha bir necha alternativ variantlarga ega bo'lishi lozim.

Loyihalar varinatlarini turli xil texnik yechimlar doirasida ko'rib chiqish lozim. Umumiy holda ular quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

A) har xil mahsulotlar, mavsumiy mahsulotlar yoki yordamchi mahsulotlar ishlab chiqarishning turli xil jarayonlari;

B) ishlab chiqarishning turli masshtablari;

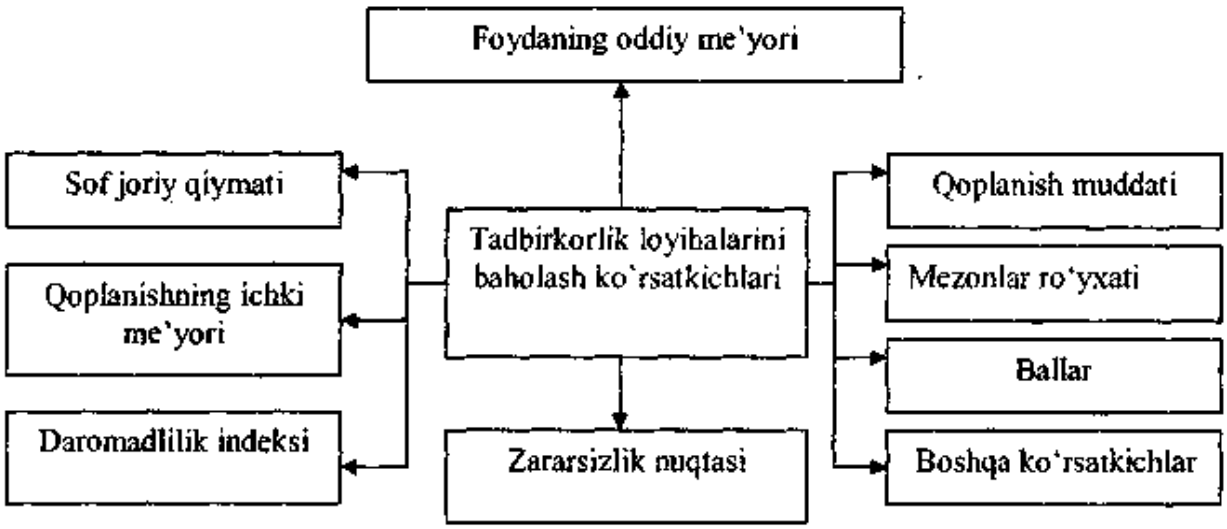
C) ishlab chiqarish maydonlari va quvvatlarining turli xil joylashtirilishi;

D) loyihani amalga oshirishning turli grafiklari.

Tadbirkorlik loyihasini moliyaviy baholashda likvidlilik, to'lovga layoqatlilik, daromadlilik, aktivlik va aksiyadorlik kapitalidan foydalanishni tavsiflovchi ko'rsatkichlar tizimidan foydalaniladi (9.5.1-jadval).

Tadbirkorlik loyihasining moliyaviy bahosi va ularning variantlari ham ko'rsatkichlar tizimi orqali baholanadi (9.5.2-chizma).

Tadbirkorlik loyihasini moliyaviy baholash



9.5.2-chizma.

Tadbirkorlik loyihasining mohiyati shundan iboratki, bugun qo‘yilgan pullar kelgusida to‘liq qaytarib olinishi bilan birga ularga qo‘shimcha pullar qo‘shib qaytarib olishdir, ya’ni kiritilgan investitsiyalarni va investitsiyalarga daromadni kapital ishlatilgan vaqt bo‘yicha olish hisoblanadi.

Agar uzoq muddatli aktivlar investitsiya qilinsa, unda investitsiya va ularning daromadi bu pul mablag‘lari hisoblanadi. Agar pul kelib tushishi dastlabki qo‘yilmadan ko‘p bo‘lsa, u holda investitsiya uchun yo‘naltirilgan vositalarning qiymati qaytarilgan va birmuncha foyda olingan bo‘ladi.

Shu yo‘l bilan, investitsiyalashga kelgusida daromad keltiradigan xarid sifatida qarash mumkin. Loyihaning iqtisodiy samaradorligi tahlili kiritilgan investitsiyalar o‘zining qiymatini oqlay oladimi, degan savolga javob beradi.

Shuni ham nazarda tutish kerakki, tahlilning maqsadini buxgalteriya hujjatlaridagi xarajatlarni buxgalteriya hisobi qoidalariga muvofiq qayta taqsimlanishi va hech qanday pul tavsifiga ega bo‘lmagan operatsiyalar emas, balki pul oqimidagi haqiqiy o‘zgarishlar, ya’ni pul kirimi va pul chiqimi o‘rtasidagi o‘zaro nisbatning o‘zgarishi tashkil qiladi.

Shuni ham nazarga olish kerakki, ba’zi investitsiyalar hozir kiritilib, kelgusi yillar mobaynida to‘lab boriladi.

Demak, ikkita bir-biridan farqli pul vositalari turi bo‘ladi.

Birinchidan, loyiha amalga oshirilgan paytdanoq qaytariluvchi boshlang’ich (nolinchi) davr hisoblanadi.

Ikkinchidan, investitsiyalarning qaytarilishi va ularga bo‘lgan daromad kelgusidagi bir necha yillar davomida amalga oshiriladi.

Bu vositalarni taqqoslay olmaymiz, chunki ular turli paytlarda yuzaga keladi. Shuning uchun ham bu ikkita miqdorni bir xil nolinchi vaqt bo‘yicha hisoblaganda ekvivalent kattaliklarga keltirish lozim.

Bunda taxminiy investitsiyalar kattaligi joriy qiymatda ifodalanadi.

Ammo kirim qilinayotgan pullar oqimi ularning joriy qiymatiga qilingan investitsiyalar miqdori bilan taqqoslanadi.

Buning uchun har yili kelib tushgan pullar daromad darajasiga muvofiq ravishda diskontlash koeffitsiyentiga ko‘paytiriladi.

9.5.1- jadval

Tadbirkorlik loyihasini moliyaviy baholashning ko'rsatkichlari hisobi

№	Ko'rsatkichlar	Hisoblash formulasi	Eslatma	Ko'rsatkichlar tavsifi
		1. Likvidlilik		
1	Umumiy likvidlilik koeffitsiyenti Kl	**Kl** = (qisqa muddatli aktivlar)/qisqa muddatli majburiyatlar	Qisqa muddatli aktivlar bu bir yil-gacha naqd pulga ayirboshlash mumkin bo'lgan aktivlar	Kl korxona o'zida mavjud qisqa muddatli aktivlari hisobiga qay darajada qisqa muddatli majburiyatlarni bajara olishini ko'rsatadi.
2	Tez likvidlik koeffitsiyenti Ktl	**Ktl** = (pul mablag'lari+ qisqa muddatli kapital qoyil-malar)/qisqa muddatli majburiyatlar	**Ktl** likvidlik biroz qat'iy ko'rsatkich hisoblanadi. Zaxiralar likvidlikning oxirgi vositasi bo'lganligi uchun ayirib tashlanadi.	Ktl korxona mavjud tez pulga aylanuvchi aktivlari hisobiga qay darajada o'zining qisqa muddatli majburiyatlarini bajara olishini ko'rsatadi.
3	Debitorlik qarzdorligi qaytaruvchanligi Dq	**Dq** = (yil davomidagi debi-torlik qarzdorligi)/(yillik savdo hajmi: 365)	Debitor qarzdorlik bu xaridorlar kor-xonaga qaytarishi lozim bo'lgan mab-lag'lar	Dq miqdorining katta bo'lishi quyidagilardan dalolat beradi: * debitorlar bilan qarzlarni uzishdagi qiyin-chiliklarning mavjudligi; * mahsulot savdosida qiyinchiliklar mavjud-ligi; * korxona mahsulotlari ilm yoki kapital talab.
4	Mahsulot zaxiralari aylanmasi Amz	**Amz** = (mahsulot zaxiralari summasi)/(yillik savdo hajmi: 365)		Amz ning kattaligi zaxiralarning ko'pligidan, kamligi esa zaxiralarning kamligidan dalolat beradi.

5	Sof aylanma kapital Ksa	**Ksa** = joriy aktivlar – joriy majburiyatlar	Bu ko'rsatkich aylanma kapitalning miqdorini ifodalaydi.	Ksa ning ijobiy hajmi korxonaning layoqatliligidan dalolat beradi.
6	Joriy aktivlar tuzilishi (% larda): - debitor qarzdorlik - pul mablag'lari			Agar ulush 50% dan ko'p bo'lsa, bu to'lov kelib tushishida nazorat yo'qligini bildiradi. Agar ulush oz miqdorda bo'lsa, bu naqd pul etmasligi oqibatida yuzaga keladigan moliyaviy tavakkalchilikdan dalolat beradi
2. To'lovga layoqatlilik				
7	Umumiy to'lovga layoqatlilik koeffitsiyenti K_{ut}	K_{ut} = (o'z kapitali)/ summaviy majburiyatlar	Majburiyatlar deganda qisqa va uzoq muddatli majburiyatlar va o'z kapitali summasi tushuniladi.	K_{ut} korxonani moliyalashdagi o'zining kapitali ulushini ko'rsatadi.
8	Uzoq muddatli majburiyatlar qaytarilishi koeffitsiyenti K_{mj}	K_{mj} = (balans foydasi)/ uzoq muddatli majburiyatlar bo'yicha to'langan foiz summasi		K_{mj} 1 dan birmuncha ko'proq bo'lishi zarur. Shundagina u qo'yilgan kapitalning yuqori foyda keltirayotganligidan dalolat beradi.
3. Foydalilik				
9	Yalpi foyda koeffitsiyenti K_{yaf}	K_{yaf} = (yalpi foyda)/ sotishdan tushum	Yalpi foyda – tannarx olib tashlangandan keyingi realizatsiyadan tushgan tushumga (umumiy sotuv hajmiga) teng	K_{yaf} xuddi shunday boshqa variant ko'rsatkichlari bilan taqqoslashda foydalanilishi mumkin.

10	Sof foyda koef-fitsiyenti (yoki foyda-lilik koeffitsiyenti)	K_{sf} = (sof foyda)/sotishdan tushum	Sof foyda bu soliqlar to'langandan, lekin aksiyalar bo'yicha dvidendlar to'lanmasdan oldingi foyda	K_{sf} ning yuqoriligi quyidagilardan dalolat beradi: - korxona uchun bozor konyunkturasi qulayligi; - korxonada mavjud moliyaviy va moddiy vositalardan samarali foydalanilayotganligi.
4. Aktivlardan foydalanish				
12	Korxona ko'chmas mulkining qiymati		Ko'chmas mulk bu yer hamda yerga mahkamlangan va u bilan mustahkam bog'langan mulk	Baholashda quyidagilardan foydalaniladi: - bir yil ichida eskirish natijasida dastlabki bahosining kamayish darajasi; - joriy bozor bahosi va ko'chmas mulkning o'z bahosi o'rtasidagi nisbat; - ko'chmas mulkning alternativ foydalanish imkoniyatlari
13	Korxonaning real bahosi		O'z ichiga filiallar, savdo markazlari va aksiyalar qiymatini oladi.	
14	Fond qaytarilishi ko'rsatkichlari			Yuqori ko'rsatkichlar quyidagilardan dalolat beradi: - ishlab chiqarish quvvatidan maksimal foydalanganlikdan; - mahsulot zaxiralarining optimal miqdoridan

5. Aksiyadorlik kapitalidan foydalanish				
15	Aksiyadorlik kapitali bo'yicha foyda me'yori F_{ak}	F_{ak} = (sof foyda)/ aksiyadorlik kapitalining o'rtacha miqdori	Aksiyadorlik kapitalining o'rtacha miqdori o'rta arifmetikni hisoblash kabi amalga oshiriladi, ya'ni yil boshi va yil oxiridagi aksiyadorlar summasi qo'shilib ikkiga bo'linadi.	
16	Aksiyadorlik kapitalining aylanish koeffitsiyenti K_{aak}	K_{aak} = (yillik savdo hajmi)/ aksiyadorlik kapitalining o'rtacha miqdori	Aksiyadorlik kapitali hisobiga aksiya, kapitalning o'sgan qismi va taqsimlanmagan foyda kiradi	K_{aak} ning yirik miqdorda bo'lishi loyihaning samaradorligidan dalolat beradi
17	Moliyaviy tavakkalchilik koeffitsiyenti K_{mt}	K_{mt} = (uzoq muddatli qarzdorlik)/aksiyadorlik kapitali	Uzoq muddatli qarzdorlik bu uzoq muddatli kreditlarning to'langan qismidan qolgan miqdori	K_{mt} ning kamayishi moliyaviy tavakkalchilikning kamomadi va korxona holatining barqarorlashuvidan darak beradi
18	Oddiy aksiyalar bo'yicha foyda me'yori	F_{od} = (Ssof foyda-imtiyozli aksiyalar bo'yicha dividendlar)/oddiy aksiyalardagi aksiyadorlik kapitalining o'rtacha miqdori		
19	Baho/daromad nisbati koeffitsiyenti	B/d = (aksiyaning bozor bahosi)/bir aksiyaning daromadlari	Bir aksiyaning yillik daromadi korxonaning bir yillik sotilgan aksiyalarining sof foydaga nisbati orqali aniqlanadi	B/d 10 gacha bo'lsa, bu past nisbatli aksiyalarga xos, agar 30 dan yuqori bo'lsa yuqorilariga xos
20	Ushlab qolish koeffitsiyenti K_{uq}	K_{uq} = (biznesga yo'naltirilgan foyda)/sof foyda		Agar K_{uq} 0,8 dan 1,0 gacha bo'lsa, u holda korxona o'z foydasini o'z korxonasini rivojlantirish uchun investitsiyalagan hisoblanadi

Diskontlash koeffitsiyenti yo kapital bozoridagi uzoq muddatli qarzlarning haqiqiy foiz stavkasiga yoki qarz beruvchilarga to'lanadigan foiz stavkasiga teng bo'lishi kerak. U hamma vaqt birdan kichik bo'ladi, aks holda bugungi pullar ertangi pullardan kamroq bo'lar edi. Ma'lumki, pullarning qiymati vaqt mobaynida o'zgaradi: kelajakda olinadigan 1 so'm bugungi kundagi 1 so'm qiymatidan kam bo'ladi.

Diskontlash koffitsiyenti quyidagi formula bilan aniqlanadi.

$$K = \frac{A}{1+r},$$

bu yerda: r – yillik foyda me'yori; A – mablag'ning nominal qiymati.

Boshqacha aytganda, shunday bir tushumning minimal darajasi bo'lishi kerakki, tadbirkorning kiritayotgan investitsiyalari bundan kamroq bo'lishi kerak.

Diskontlash muddati loyiha amalga oshiriladigan muddat bilan teng bo'lishi lozim. Masalan, asbob-uskunalarning maqsadga muvofiq ishlashi 10–15 yil. Ishlab chiqarish binolari, inshootlar odatda 30–40 yil, transport vositalari 4–5 yil xizmat qiladi.

Loyihaning amal qilish muddati umumiy holda asosiy kapitalning muhim qismiga teng, asosiy ishlab chiqarish uskunalari qiymati diskontlash muddati oxirida ularning likvidlilik qiymatiga qarab aniqlanadi. Bu yer maydoni, loyihaning boshidan oxirigacha bir xil katipalda bo'lgan aylanma kapitalni hisoblash uchun ham to'g'ri keladi.

Sof joriy qiymat ijobiy bo'lgan hollarda investitsiyalar rentabelligi diskontlash koeffitsiyentidan baland bo'ladi. Agar SJQ 0 ga teng yoki 0 dan kichkina bo'lsa, loyiha rentabelligi minimal me'yorlardan ham kam hisoblanadi va bunda loyihadan voz kechgan ma'qul hisoblanadi.

SJQni aniqlash yillik foyda me'yori va qoplanish muddatidagi xarajatlarni aniqlashdan birmuncha afzal hisoblanadi, bunda loyiha amalga oshirilayotgan butun bir muddat hisobga olinadi. Tadbirkorlik loyihasining asosiy maqsadi kelgusida daromad olish ekan, SJQni aniqlash investitsiyalarni baholashdagi muhim bosqich bo'lib xizmat qiladi.

SJQ metodining kamchiligi diskontlashning muvofiq koeffitsiyentini aniqlash qiyinligidadir, ammo loyiha rentabelligi darajasini aniq baholash

mumkin. Shuning uchun ham tadbirkorlar SJQ metodining afzalliklarini tushunmaydilar, chunki ular an'anaviy tarzda kapitalni o'zini oqlashining me'yoriy kotegoriyalari bo'yicha o'ylaydilar.

Qoplanishning ichki me'yorlari naqd pul tushumlari va chiqimlari teng bo'lgan holatdagi, loyiha bo'yicha tushgan joriy pullarga teng bo'lgandagi koeffitsiyentni ifodalaydi va bunda SJQ 0 ga teng bo'ladi. Maqsadga muvofiq bu loyihaga investitsiya jalb qilishning maksimal foizlari hisoblanadi.

KIMni hisoblashda SJQni hisoblash jarayonida foydalanadigan uslublar va jadval turlari ishlatiladi. Hisob-kitoblarda SJQ 0 ga teng bo'lishi uchun turli diskontlash koeffitsiyentidan foydalaniladi. Topilgan ushbu koeffitsiyent KIMni tashkil qiladi va uning o'zi loyiha rentabelligini ham ifodalaydi.

Hisob-kitoblar jarayoni naqd pul oqimlari jadvalini tayyorlashdan boshlanadi. So'ngra belgilangan diskontlash koeffitsiyenti sof naqd pul oqimlari qismlarini joriy miqdorlarga keltirish uchun qo'llaniladi. Agar SJQ ijobiy bo'lsa, unda diskontlash koeffitsiyenti oshadi. Agar SJQ salbiy miqdor bo'lsa, unda KIM foydalanilgan 2 ta me'yorning o'rtacha qiymati orqali aniqlanadi.

Ammo diskontlashning yuqori koeffitsiyenti ham SJQ salbiy bo'lgunga qadar oshib boraveradi.

SJQning 0 ga yaqin salbiy va ijobiy bo'lgan holatlarida KIMni aniqlashning yanada aniqroq va qisqa uslubi – quyidagi to'g'ri chiziqli interpolyatsiya formulasidan foydalaniladi:

$$I_r = I_1 + \frac{IX(I_2 - I_1)}{IX + SX},$$

bu yerda: I_r – KIM; IX – I_1 ning past diskontlash koeffitsiyentidagi SJQning ijobiy holati; SX – I_2 ning yuqori diskontlash koeffitsiyentidagi SJQning salbiy holati.

Yuqoridagi formulada keltirilgan IX va SXlar absolut miqdorlardir. Shuni ta'kidlash lozimki, I_1 va I_2 1–2%dan oshmasligi shart. Agar farq juda yuqori bo'lsa, yuqoridagi formula haqiqiy natija bermaydi, chunki diskontlash koeffitsiyenti va SJQ tavsifga ega emas. Oddiy hollarda KIMni turli diskontlash stavkalari bilan iterativ hisoblar orqali aniqlash mumkin.

Qoplanish muddati va foydaning oddiy me'yori. Qoplanish muddati bu kiritilgan investitsiyalarning loyihadan olingan daromadlar hisobiga qoplanish vaqtini bildiradi. Loyiha daromadi bunda sof foyda hisoblanadi. Boshqacha qilib aytganda, qoplanish muddati deganda, shunday bir davomiylik vaqti tushuniladiki, bunda investitsiyalashning tugallanishi davriga diskontlangan sof daromad summasi investitsiyaning o'ziga teng bo'ladi.

Loyihaviy taklif qabul qilinishi mumkin, agar qoplanish muddati, o'tmishdagi xuddi shunday loyihalar muddati yoki belgilangan me'yorlariga teng yoki ulardan kam bo'lsa.

Qoplanish muddati usulining afzalligi shundaki, uni aniqlash oson hisoblanadi.

U asosan siyosiy nobarqarorlik hollarida uskunalar tez eskiruvchi sanoat sohalarida tavakkalchilik darajasini tahlil qilishda qulay hisoblanadi. Bu uslubning kamchiligi shundan iboratki, u loyiha o'zini oqlagandan keyingi dinamikani hisobga olmaydi va tez moliyaviy foyda olishga ortiqcha baho berib yuboradi. U tadbirkorlik loyihasining foydalilik taklifini o'lchamaydi, lekin uning likvidligini ko'rsatib beradi. Shunday qilib, bu usul loyihalar tanlashda ishonchli mezon bo'lib hisoblanmaydi, lekin ayrim holatlarda u samarali qo'shimcha vosita sifatida qo'llanilishi mumkin.

Daromadlilik indeksi (DI) – bu keltirilgan samaradorlik miqdorining (SJQ) investitsiyalarga (I) nisbati.

SJQ DI>1 bo'lganda ijobiy bo'ladi va aksincha, agar DI > 1 bo'lsa, unda loyiha samarali bo'ladi.

Foydaning oddiy me'yori bir yillik sof foydaning investitsiya xarajatlariga nisbatidan iborat bo'ladi. Bu koeffitsiyent umumiy xarajatlarga yoki aksiyadorlik kapitaliga ko'ra hisoblanishi mumkin.

Demak, foydaning oddiy me'yori quyidagicha ifodalanadi:

$$F = \frac{SF}{I} \cdot 100 \quad \text{yoki} \quad F_e = \frac{SF}{A} \cdot 100$$

bu yerda: F – umumiy investitsiya xarajatlarida oddiy foyda me'yori; Fe – aksiyadorlik kapitalida oddiy foyda me'yori; SF – sof foyda; I – umumiy investitsiya xarajatlari; A – aksiyadorlik kapitali.

Foydaning oddiy me'yorini loyiha bo'yicha diskontlangan daromadlarni loyiha uchun sarflangan diskontlangan xarajatlarga bo'lish orqali ham aniqlash mumkin.

Oddiy foyda me'yori uslubi bir necha jiddiy kamchiliklarga ega. Masalan, bunda foyda me'yorini hisoblash uchun qaysi yilning asosiy qilib olinishi zarur degan savol tug'iladi. Hisob-kitoblarda har yilgi ma'lumotlardan foydalanilganligi sababli loyiha uchun qaysi yil ma'qulligini tanlash qiyin, ba'zida esa buning umuman iloji yo'q.

Dastlabki yillardagi ishlab chiqarishning turli hajmlari, turli xil foiz to'lovlaridan tashqari, turli yillarda sof daromadning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi boshqa omillar ham mavjud.

Foydaning oddiy me'yori uslubidan loyiha amalga oshiriladigan butun davr mobaynida sof foyda bir xil bo'lsagina foydalaniladi.

Loyihani tanlashda va uning samaradorligini baholashdagi noaniqlik deganda asosan loyihani amalga oshirish sharoitlari hamda xarajatlar va natijalar to'g'risidagi axborotlarning noaniqligi yoki to'liq emasligi tushuniladi.

Loyihani amalga oshirishdagi noaniqliklar va investitsiyaviy tavakkalchiliklari quyidagilar hisoblanadi:

1. Iqtisodiy qonuniyatlar va iqtisodiy holatlar, investitsiyalash sharoiti va foydadan foydalanish bo'yicha nobarqarorlik bilan bog'liq tavakkalchilik.

2. Tashqi iqtisodiy tavakkalchilik.

3. Siyosiy holat noaniqligi, mamlakt yoki hududda noxush iqtisodiy-siyosiy holatlar bilan bog'liq tavakkalchilik.

4. Texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlar dinamikasi hamda yangi texnika va texnologiyalar bo'yicha axborotlar to'liq emasligi yoki aniq emasligi.

5. Bozor konyukturasi, valyuta kurslari, narxlar tebranishlari bilan bog'liq tavakkalchilik.

6. Tabiiy iqlim sharoitlari bo'yicha ma'lumotlarning aniq emasligi va tabiiy ofatlar ehtimoli bilan bog'liq tavakkalchilik.

7. Ishlab chiqarish texnologiyasi bilan bog'liq tavakkalchilik (avariya va ishlab chiqarishdan bosh tortish, ishlab chiqarish nuqsonlari va hokazo).

8. Maqsadlar, qiziqishlar va sheriklar xulq-atvorlari noaniqligi.

9. Ishtirokchi korporatsiyalarning ish jarayonlari va moliyaviy ahvollari haqidagi ma'lumotlarning noaniqligi yoki to'liq emasligi (bankrotlik, to'lay olmaslik, shartnoma majburiyatlarini buzish ehtimollari).

Zararsizlik tahlili. Bunday tahlil jarayonida zarar ko'rmaslik nuqtasi (X), ya'ni sotuvdan tushgan daromad ishlab chiqarish xarajatiga teng bo'lishi uchun zarur minimal ishlab chiqarish hajmi aniqlanadi. Bundan tashqari, zarar ko'rmaslik nuqtasi, ishlab chiqarish xarajatlari va sotuvdan tushgan daromad teng bo'lgan holda, korxonaning ishlab chiqarish quvvatlaridan ma'lum bir darajada foydalanish sifatida ham ifodalanishi mumkin. Buni quyidagi tenglik ko'rinishida ko'rsatish mumkin, ya'ni bir birlik mahsulot narxining (P) sotilgan mahsulotlar soniga (X) ko'paytmasi ishlab chiqarish hajmining doimiy xarajatlari (C_{doi}) va o'zgaruvchan xarajatlar ($C_{o'zg}$)ning sotilgan mahsulotlar hajmiga ko'paytmasi yig'indisiga teng:

$$P \cdot X = C_{doi} + C_{o'zg} \cdot X,$$

bu yerda tadbirkorlik loyihasi zarar ko'rmaslik nuqtasi quyidagicha aniqlanadi:

$$X = C_{doi}/(P - C_{o'zg})$$

bu yerda: X – zararsizlik nuqtasi; $C_{o'zg}$ – o'zgaruvchan xarajatlar; P – narx; C_{doi} – doimiy xarajatlar.

Bu nisbat ishlab chiqarishning umumiy xarajatlarining maksimal summasini aniqlashga yordam beradi, agar boshqa ko'rsatkichlar ham ma'lum bo'lsa:

$$C_{doi} = X(P - C_{o'zg}).$$

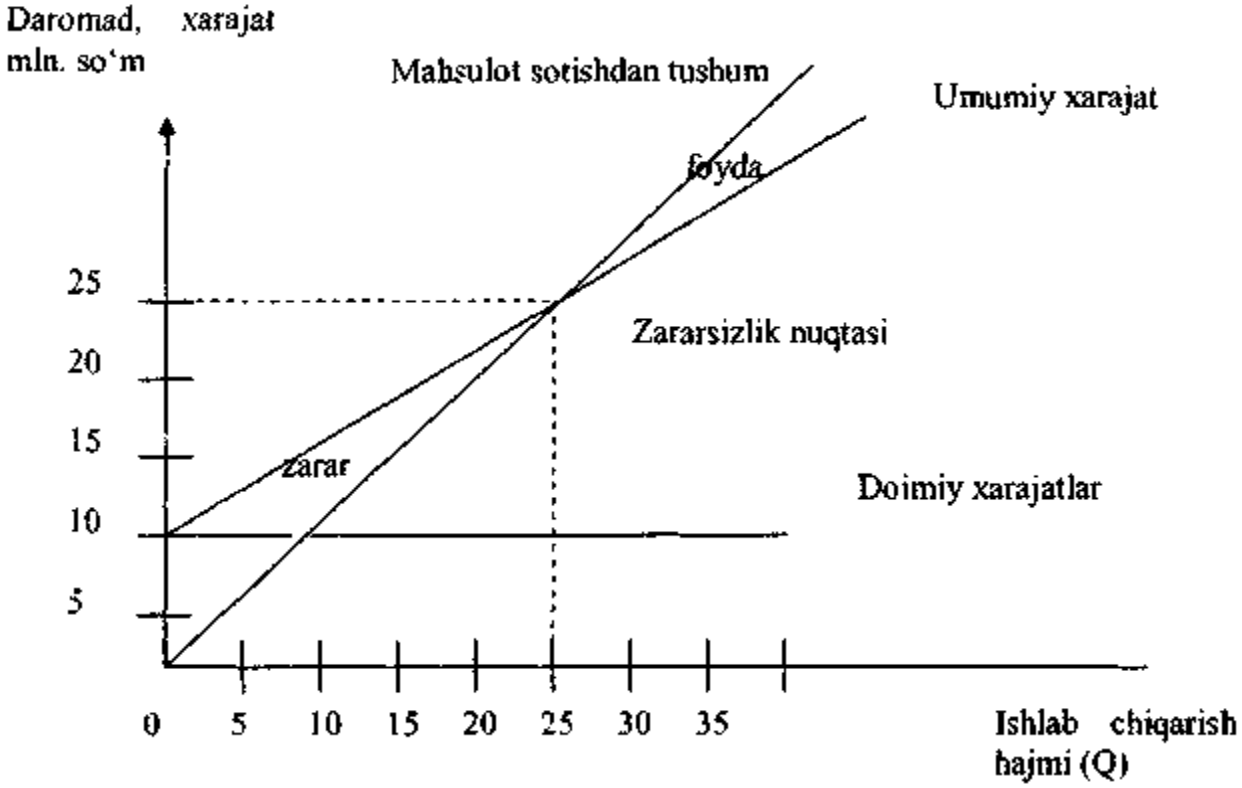
Bundan tashqari, belgilangan sotuv hajmi, ishlab chiqarishning doimiy va o'zgaruvchan xarajatlaridan kelib chiqqan holda mahsulotning minimal sotuv narxini ham aniqlash mumkin:

$$P = C_{doi}/X + C_{o'zg}$$

Doimiy xarajatlarga qo'shimcha kreditlar, kreditlar bo'yicha foiz to'lovlari, asosiy uskunalar bo'yicha amortizatsiya ajratmalarini, o'zgaruvchan xarajatlarga materiallar bo'yicha barcha xarajatlar, elektr energiya, issiqlik energiyasi, asosiy ishlab chiqarish xodimlari ish haqi va boshqalarni kiritish mumkin.

Zarar ko'rmaslik nuqtasini grafik orqali ifodalashni biz misol tariqasida ko'rib chiqishimiz mumkin. Agar bir birlik mahsulot narxi (P) 1000 so'm, o'zgaruvchan xarajatlar ($C_{o'zg}$) bir birlik mahsulot uchun 600 so'm va doimiy xarajatlarning (C_{doi}) umumiy miqdori 10 mln so'm bo'lsa, unda 25 mln so'mga 25000 ta mahsulot ishlab chiqarganda zarar ko'rmaslik nuqtasiga (X) erishish mumkin (9.5.3-chizma).

Zararsizlik nuqtasini grafik usulida aniqlash



9.5.3-chizma.

Bu nuqtada korxona foydasi nolga teng, chunki o'zgaruvchan 25000 birlik · 600 so'm/birlik = 15mln so'm va doimiy xarajatlar (10 mln so'm) summasi mahsulot sotuvidan tushgan tushumga teng:

25000 birlik · 1000 so'm/birlik = 25mln so'm.

Agar ishlab chiqarish hajmini 30000 donaga yetkazsak, unda sotuvdan tushum 30 mln so'm (30000 dona · 1000 so'm/dona), 5 mln so'mga oshadi, xarajatlar miqdori esa 28 mln so'm: 10 mln so'm – doimiy sarflar, 18 mln so'm – o'zgaruvchan sarflar (30000 dona · 600 so'm/dona) bo'ladi.

Agar ishlab chiarish hajmini 20000 donaga kamaytirsak, unda xarajatlar miqdori 10 mln so'm+20000 dona · 600 so'm/dona = 22 mln so'm ni tashkil qiladi va bu tushum hajmidan ko'proq bo'ladi:

20000 dona · 1000 so'm/dona = 20 mln so'm.

Shuni ta'kidlash lozimki, zarar ko'rmaslik nuqtasiga mahsulotga bo'lgan narxlarning o'zgarishi, doimiy va o'zgaruvchan xarajatlar dinamikasi kabi omillar sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Bunda quyidagi tobeliklar vujudga keladi.

Doimiy xarajatlarning ko'payishi zarar ko'rmaslik nuqtasiga muvofiq keladi. Agar yuqorida ko'rayotgan misolimizdagi doimiy xarajatlar miqdori 20 mln so'm ga teng bo'lsa, unda korxona zarar ko'rmaslik uchun 50000 dona mahsulot ishlab chiqarishga majbur bo'ladi.

O'zgaruvchan xarajatlar oshganda zarar ko'rmaslik uchun korxona minimal ishlab chiqarish hajmini oshirishiga to'g'ri keladi. Masalan, o'zgaruvchan xarajatlar 1 dona mahsulot uchun 800 so'm bo'lganda, minimal ishlab chiqarish hajmi ikki hissa ortadi.

O'zgaruvchan xarajatlar, masalan, 500 so'm bo'lsa, unda zarar ko'rmaslik nuqtasiga 20000 dona mahsulot ishlab chiqarganda erishish mumkin. Sotuvdan tushum va xarajat chiziqlari kesishgan yerda zarar ko'rmaslik nuqtasi va unga muvofiq ravishda mahsulot ishlab chiqarish hajmi aniqlanadi. Loyiha quvvatini aniq bilgan holda, zarar ko'rmaslik nuqtasida ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish koeffitsiyentini aniqlash mumkin. Zarar ko'rmaslik nuqtasini aniqlashda va grafiklar tuzishda, shartli ravishda, ishlab chiqarish hajmi sotuv hajmiga teng, bir birlik mahsulot narxi, o'zgaruvchan va doimiy xarajatlar o'zgarmas, korxonada bir turdagi mahsulot ishlab chiqariladi, deb qabul qilingan. Amaliyotda bu shartlar doimo bajarilavermaydi. Shuning uchun zarar ko'rmaslik nuqtasini aniqlash usuliga loyihaning moliyaviy baholovchi usullarni to'ldiruvchi yana bir usul deb qarash lozim.

Nazorat uchun savollar

1. Asosiy kapital deganda nimani tushunasiz?
2. Asosiy kapital bilan aylanma kapitalning farqini tushuntirib bering.

3. Birlamchi investitsiya deganda nimani tushunasiz va unga nimalar kiradi?

4. Dastlabki tadqiqotlar uchun xarajatlar nimalardan iborat?

5. Moliyaviy resurslarga bo'lgan umumiy talab nimalardan tashkil topadi?

6. Pul oqimlari modelini tushuntirib o'ting.

7. Loyihaviy balans tushunchasini izohlang.

8. Tadbirkorlik loyihasi moliyaviy baholash ko'rsatkichlarini sanab o'ting.

Mavzuga doir testlar

1. Asosiy kapital o'z ichiga quyidagilardan qaysilarini oladi?

A) loyihani amalga oshirish bilan bog'liq mablag'lar va uskunalarga xarajatlar

B) qurilish va uskunalar bilan ta'minlash xarajatlari

C) qurilish xarajatlari va loyihani amalga oshirish bilan bog'liq mablag'lar

D) qurilish va ilmiy tadqiqot xarajatlari.

2. Quyidagilardan qaysi biri ishlab chiqarish xarajatlari tarkibiga kiradi?

A) joriy aktivlar

B) asosiy kapitalga investitsiya xarajatlari

C) tayyor mahsulotni o'rash va saqlash

D) zavodning qo'shimcha xarajatlari.

3. Quyidagilardan qaysi biri sotuv xarajatlari tarkibiga kiradi?

A) joriy aktivlar

B) asosiy kapitalga investitsiya xarajatlari

C) tayyor mahsulotni o'rash va saqlash

D) zavodning qo'shimcha xarajatlari.

4. Eksplutatsiyaga berish bo'yicha xarajatlarga quyidagilardan qaysi biri kirmaydi?

A) ta'minot bo'yicha kelishuv

B) sotuv bo'yicha kelishuv

C) aloqalarni o'rnatish

D) qurilish jarayonidagi qarzlarning foiz to'lovlari.

5. Berilganlardan qaysilari birlamchi investitsiyalarni tashkil qiladi?

A) o'rta va uzoq muddatli qarzlar

B) qisqa va o'rta muddatli qarzlar

C) aksiyadorlik kapitali va uzoq muddatli qarzlar

D) aksiyadorlik kapitali va o'rta muddatli qarzlar.

6. Diskontlash koffitsiyenti qaysi formula bilan aniqlanadi?

A) $K = \frac{A}{1+r}$ B) $F = \frac{SF}{A} \cdot 100$

C) $P \cdot X = C_{doi} + C_{o'zg} \cdot X$ D) $I_r = I_1 + \frac{IX(I_2 - I_1)}{IX + SX}$.

7. Qaysi formula foydaning oddiy me'yorini ifodalaydi?

A) $K = \frac{A}{1+r}$ B) $F = \frac{SF}{A} \cdot 100$

C) $P \cdot X = C_{doi} + C_{o'zg} \cdot X$ D) $I_r = I_1 + \frac{IX(I_2 - I_1)}{IX + SX}$.

8. Tadbirkorlik loyihasi zararsizlik nuqtasi qanday aniqlanadi?

A) $I_r = I_1 + \frac{IX(I_2 - I_1)}{IX + SX}$ B) $F = \frac{SF}{A} \cdot 100$

C) $P \cdot X = C_{doi} + C_{o'zg} \cdot X$ D) $X = C_{doi}/P - C_{o'zg}$.

9. SJQ qaysi shart bajarilganda ijobiy bo'ladi?

A) DI = 1 B) DI < 1 C) DI ≤ 1 D) DI > 1.

10. Zararsizlik nuqtasi nimani ifodalaydi?

A) foydaning maksimal miqdorini

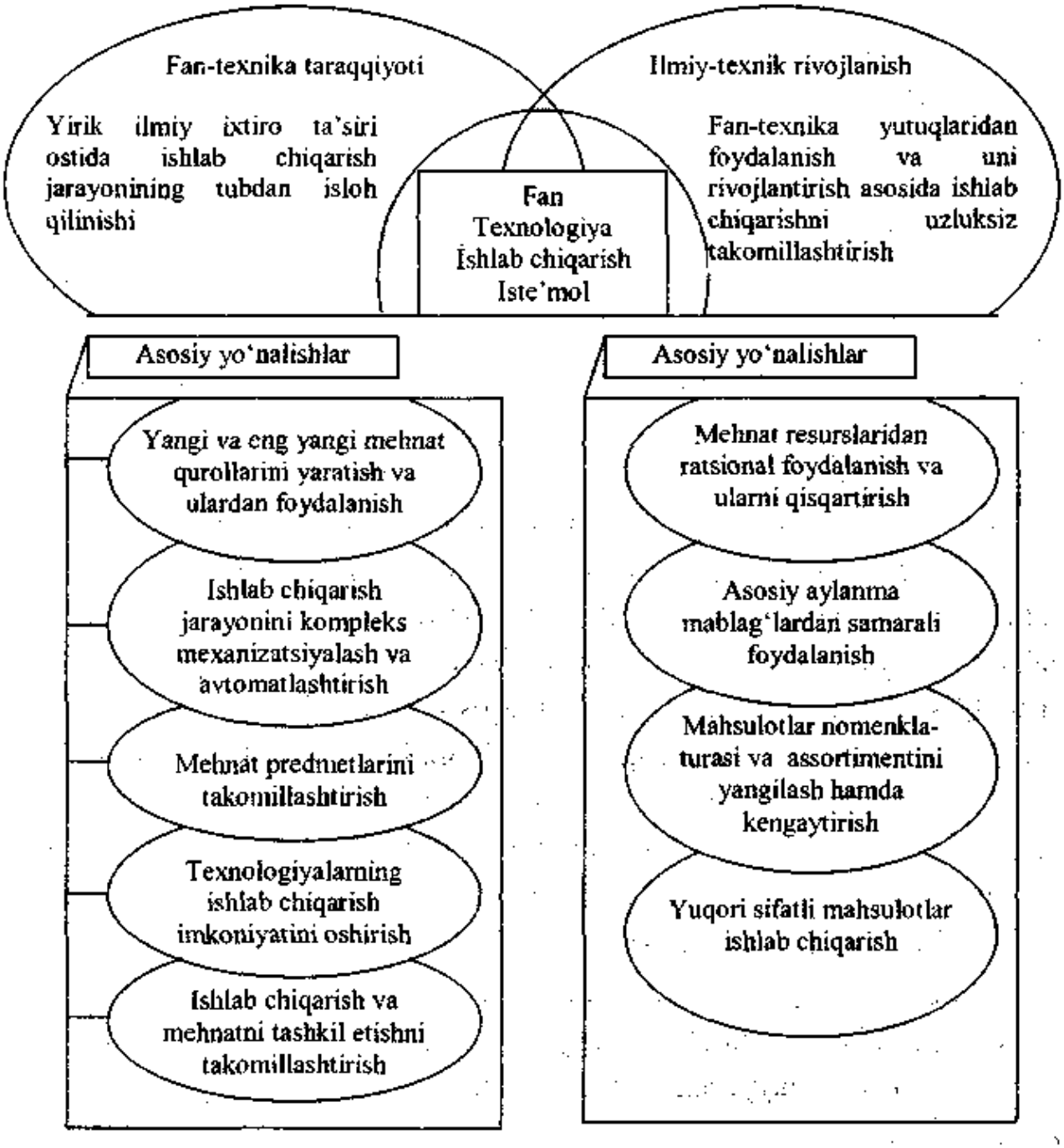
B) foydaning minimal miqdorini

C) foyda nolga teng bo'lgan holatni

D) xarajatni tushumdan ustunligini.

X BOB. KORXONANING TEXNIK RIVOJLANISHINI REJALASHTIRISH

Korxonaning texnik rivojlanishini rejalashtirish texnik darajani oshirish va ishlab chiqarishni tashkil qilishni yaxshilashni rejalashtirish, mehnatni ilmiy tashkil qilish, asosiy fondlarni kapital ta'mirlash, yangi turda mahsulot ishlab chiqarish va ilmiy-texnik taraqqiyot natijalariga asoslanib ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borishni o'z ichiga oladi (10.1.1-chizma).



10.1.1-chizma.

10.1. Korxona rivojlanishida ilmiy-texnik taraqqiyotning o‘rni

Ishlab chiqarish darajasi korxonada mavjud bo‘lgan ishlab chiqarish vositalari, mashina va uskunalar, texnologiyalar, mehnat anjomlarining zamonaviy fan va texnika erishgan yutuqlariga muvofiq ekanligiga qarab aniqlanadi:

- mehnat anjomlarining bajaradigan ishi, quvvati va eskirish darajasi bo‘yicha tarkibi aniqlanadi;
- korxonada raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishga imkon beruvchi texnologiyalarning xalqaro talablarga muvofiqligi;
- korxonadagi xodimlarning texnologiya va fondlar bilan ta’minlanganligi.

Bundan tashqari, korxonaning texnik darajasini ishlab chiqarishning avtomatlashtirilganligi va mexanizatsiyalashganlik darajasi, mahsulotning hajmi, mehnat unumdorligi, mahsulot tannarxi va ishlab chiqarish rentabelligi kabi ko‘rsatkichlar ham tavsiflaydi.

Korxonadagi ishlab chiqarishning texnik darajasini oshirish bo‘yicha rejalar tuzish ishlari texnik va iqtisodiy xizmatlarni bajaruvchi eng malakali ishchilar tomonidan bajariladi va ish, eng avvalo, korxonada joriy yildagi vujudga kelgan rivojlantirish darajasini aniqlashdan boshlanadi. Bu tahlil asosida texnik darajani oshirish bo‘yicha eng istiqbolli yo‘nalishlar aniqlanadi, istiqbolli va joriy rejaviy vazifalar tuziladi hamda ularni bajarish bo‘yicha aniq chora-tadbirlar ishlab chiqiladi. Yangi texnikani joriy qilishda bu chora-tadbirlarning iqtisodiy va ijtimoiy oqibatlarini hamda uning iqtisodiy maqsadga muvofiqligini baholash lozim. Agar bu tadbirlarni amalga oshirish natijasida mehnat unumdorligi oshsa, material zaxiralar tejalsa va oxir-oqibat korxona ishlab chiqarayotgan mahsulotlarning rentabelligi va raqobatbardoshbligi oshib, mehnat sharoitlari yaxshilansa, buni iqtisodiy samarali tadbirlar deb hisoblash mumkin.

Samaradorlikning asosiy ko‘rsatkichlari quyidagilardan iborat:

- yangi texnika va texnologiyalar joriy qilinishi lozim bo‘lgan muddat;
- sotib olish va tayyorlash uchun zarur bo‘lgan moliyaviy (resurslar) zaxiralar hajmi;
- mehnat unumdorligi oshishi;

- ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmining oshishi;
- ishlab chiqarish rentabelligining pasayishi.

Korxonaning texnik darajasini oshirish rejasi quyidagi chora-tadbirlarni ishlab chiqishni va joriy qilishni o'z ichiga oladi:

- joriy mehnat vositalarini takomillashganiga almashtirish;
- joriy mehnat vositalarini zamonaviylashtirish;
- yangi texnologiyalarni joriy qilish;
- ishchilar mehnat sharoitlari va ularni tashkil qilishni yaxshilash.

Ishlab chiqarishni tashkil qilish darajasi – bu ishlab chiqarishni boshqarishni tashkil qilishning shunday bir tizimiki, bunda korxona asosan maqsadlariga erishishi uchun resurslardan samaraliroq foydalanishi mumkin bo'lsin. Korxonaning tashkiliy darajasini oshirish chora-tadbirlarini rejalashtirishda har bir tadbirning iqtisodiy samaraliligini baholovchi usuldan foydalaniladi. Demak, texnik darajani oshirish rejasini tuzish va ishlab chiqarishni tashkil qilishni yaxshilash tadbirlari quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

1. Ishlab chiqarish texnik darajasini oshirish: ishlab chiqarishni mexanizatsiyalash, ishlab chiqarishni avtomatlashtirish; taraqqiy etgan texnologiyalar joriy qilish; eskirgan uskunalarni zamonaviylashtirish va almashtirish.;
2. Boshqarish tizimini, ishlab chiqarishni rejalashtirish va tashkil qilishni mukammallashtirish.
3. Mehnatni tashkil qilishning ilmiy chora-tadbirlarini joriy qilish: muhandis texnik ishchilar va xodimlar ish joylarini alohida tashkil qilish bo'yicha namunaviy loyihani joriy qilish, mehnatni taqsimlash va umumiylashtirishni takomillashtirish, mehnat sharoitlarini yaxshilash.
4. Mahsulot sifatini yaxshilash.
5. Boshqa tashkiliy va texnik chora-tadbirlar.

Texnik darajani oshirish va ishlab chiqarishni tashkil qilishni yaxshilash bo'yicha rejalar 10.1.1-jadvaldagi shaklga qarab tuziladi. Mehnatni ilmiy tashkil qilishning namunaviy shakli 10.1.2-jadvalda berilgan. 10.1.3–10.1.4-jadvallaridan esa asosiy fondlarni ta'mirlash, yangi turdagi mahsulotlar ishlab chiqarish va ilmiy-texnik tadqiqot rejalarini tuzishda foydalaniladi.

Ilmiy-tadqiqot ishlarini rejalashtirish va ularni rejadagi muddat mobaynida bajarish uchun mehnat sig'imi, hajmlar davomiyligi va qiymatini aniqlash lozim. Shu bilan birga, har mavzuni pul qiymatidagi iqtisodiy samaradorligi ham aniqlanadi.

Har bir tadbirkor samaradorlikni hisoblagandan so'ng, ularni o'tkazish uchun zarur moliyaviy mablag'lar hajmini ham aniqlashi zarur. Bunda kapital, ya'ni ishlab chiqarish omillarini bir vaqtning o'zida oshiruvchi xarajatlar va o'z ichiga mahsulot tannarxi va ishlarini olgan joriy xarajatlarni aniqlash lozim. Pul mablag'lari, material sarflari, yoqilg'i, elektr energiya, ishchi kuchidan tashqari hamma xarajatlar puxta hisob-kitoblarni talab qiladi.

Shu bilan birga, texnik jarayonlarning moliyaviy manbalari hamda kreditlar olish ehtimoli bo'lsa, ularni olish tartibi va qaytarilish muddatlari ham aniqlanadi. Bu manbalar sifatida shaxsiy mablag'lar yoki qarzga olingan mablag'lar ishtirok qilishi mumkin.

10.1.1-jadval

Ishlab chiqarishni tashkil qilishni yaxshilash va texnik darajani oshirish rejasi

Tashkiliy texnik tadbirlar	Ishlarni boshlash va yakunlash muddatlari	Bajaruvchilar	O'tkazish bo'yicha xarajat	*Moliyalash manbalari*
1	2	3	4	5

Tadbirlarning iqtisodiy samaradorligi					Ishchilar sonini qisqar-tirish	I/ch quvvatini oshirish	Yillik iqtisod	Qopla-nishi
Jami	Xomashyo va mate-riallar	Yoqilg'i	Energiya	Ish haqi				
6	7	8	9	10	11	12	13	14

10.1.2-jadval

Mehnatni tashkil qilishni takomillashtirish rejasi

Mehnatni ilmiy tashkil qilish bo'yicha tadbirlar va ularning yo'nalishlari	Tadbirlarni joriy qilish hajmi	Tadbirlarni joriy qilish bo'yicha rejalashtirilgan xarajatlar	Mahsulot tannarxi pasayishining iqtisodi	Shu jumladan, ish haqi fondi iqtisodi	Ish o'rinlarini qisqartirish	Yillik iqtisodiy samaradorlik	Qoplanishi
1. Ish o'rinlarida mehnatni tashkil qilishni takomillashtirish							
2. Ish o'rinlariga xizmat ko'rsatishni yaxshilash							
3. Mehnatni taqsimlash va kooperatsiyalashni takomillashtirish							
4. Mehnatning zamonaviy usul va metodlarini joriy qilish							
5. Mehnatga haq to'lash va me'yorlarni takomillashtirish							
6. Mehnat sharoitlarini yaxshilash							
Boshqalar							

10.1.3-jadval

Asosiy vositalarning ta'mirlash rejasi

Asosiy fondlar turlari bo'yicha xarajatlar	**2012-yil hisobot**	**2012 yil rejasi**				
		Jami	Shu jumladan choraklar bo'yicha			

10.1.4-jadval

Yangi turdagi ishlab chiqarish rejasi

Mahsulot nomi	O'lchov birligi	2012-yil rejasi	Shu jumladan choraklar bo'yicha			
			1	2	3	4

10.1.5-jadval

Ilmiy-tadqiqot ishlari o'tkazish rejasi

ITI o'tkazish-ning maq-sadi, uning vazifalari va mavzu-lari	Mavzuning asosiy boshqaruv-chisi	Ishlarning boshlanishi	Ishlarning yakunla-nishi	Xarajatlar	Kutilayot-gan iqtisodiy samara	Moliyalash manbayi

Nazorat uchun savollar

1. Ilmiy-texnik rivojlanish nimani anglatadi?
2. Samaradorlikning asosiy ko'rsatkichalarini sanab o'ting.
3. Ilmiy-texnik taraqqiyotning asosiy yo'nalishlari qaysilar?
4. Korxonani texnik rivojlanishini rejalashtirish deganda nimani tushunasiz?

Mavzuga doir testlar

1. Ilmiy-texnik rivojlanish – bu:

A) yirik ilmiy ixtiro ta'siri ostida ishlab chiqarish jarayonining tubdan isloh qilinishi

B) fan-texnika yutuqlaridan foydalanish va uni rivojlantirish asosida ishlab chiqarishni uzluksiz takomillashtirish

C) mehnat predmetlarini takomillashtirish

D) ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etishni takomillashtirish.

2. Quyidagilardan qaysi biri ilmiy-texnik rivojlanishning asosiy yo'nalishlari hisoblanmaydi?

A) ishlab chiqarish jarayonini *kompleks* mexanizatsiyalash va avtomatlashtirish

B) mehnat resurslaridan ratsional foydalanish va ularni qisqartirish

C) mahsulotlar nomenklaturasi va assortimentini yangilash hamda kengaytirish

D) yuqori sifatli mahsulotlar ishlab chiqarish.

3. Quyidagilardan qaysi birida korxonaning texnik darajasini tavsiflovchi ko'rsatkichlar to'liq berilgan?

A) ishlab chiqarishning avtomatlashtirilganligi va mexanizatsiyalashganlik darajasi, mahsulotning hajmi, mehnat unumdorligi, mahsulot tannarxi va ishlab chiqarish rentabelligi

B) ishlab chiqarishning avtomatlashtirilganligi va mexanizatsiyalashganlik darajasi, mahsulotning hajmi, mehnat unumdorligi, mahsulot tannarxi va ishlab chiqarilgan mahsulot nomenklaturasi

C) ishlab chiqarishning avtomatlashtirilganligi va mexanizatsiyalashganlik darajasi, mahsulotning hajmi, mehnat unumdorligi, ishchilar soni va sifati

D) ishlab chiqarishning avtomatlashtirilganligi va mexanizatsiyalashganlik darajasi, mahsulotning hajmi, mehnat unumdorligi, mahsulot nomenklaturasi va sifati.

4. Korxonaning texnik darajasini oshirish rejasi o'z ichiga quyidagi chora-tadbirlardan qaysi birini olmaydi?

A) joriy mehnat vositalarini takomillashganiga almashtirish

B) joriy mehnat vositalarini zamonaviylashtirish

C) yangi texnologiyalarni joriy qilish

D) chiqarilayotgan mahsulot hajmining oshishi.

5. Quyidagilardan qaysi biri samaradorlikning asosiy ko'rsatkichi hisoblanadi?

A) joriy mehnat vositalarini takomillashganiga almashtirish

B) joriy mehnat vositalarini zamonaviylashtirish

C) yangi texnologiyalarni joriy qilish

D) mehnat unumdorligining oshishi.

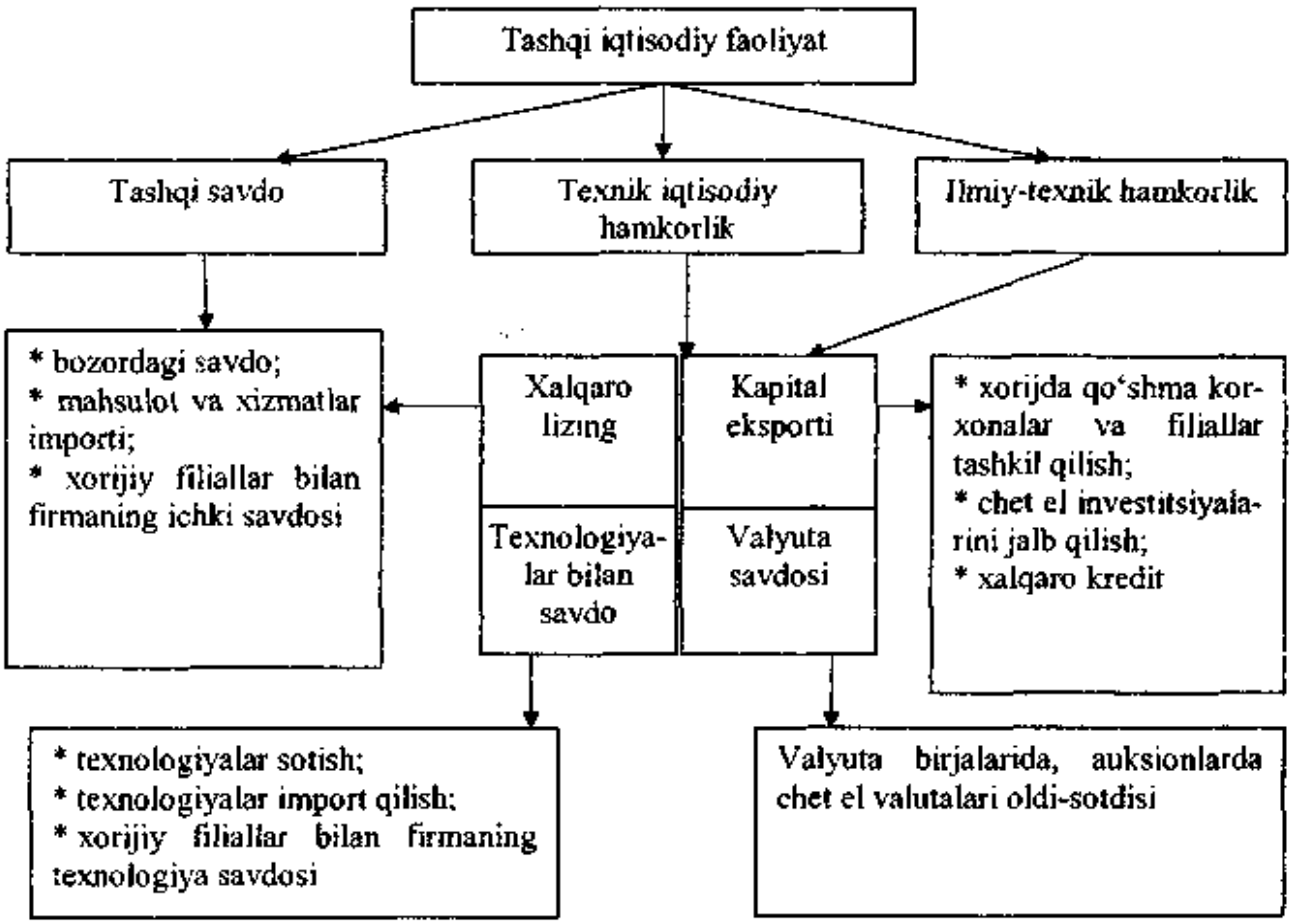
XI BOB. KORXONANING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati mahsulotlar, kapital, texnologiyalar, xizmatlar va pullarni chegaradan tashqariga chiqarish bilan bog'liq faoliyatdir. O'zbekistondagi mavjud qonunchilikka muvofiq, har bir korxona eksport qiluvchi yoki import qiluvchi sifatida maydonga chiqishi mumkin. Amaliyotda korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyatini amalga oshirishga undovchi 3 ta asosiy omil mavjud: sotuvni kengaytirish, zaxiralarga ega bo'lish va sotuv hamda ta'minot manbalari diversifikatsiyasi.

11.1. Tashqi iqtisodiy faoliyat shakllari

Ikki yoki undan ortiq mamlakat orasida vujudga keladigan ishbilarmonlik aloqalari faoliyat va xo'jalik operatsiyalari bo'yicha turli yo'nalishlarni o'z ichiga oladi (11.1.1-chizma).

Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati tuzilishi



11.1.1- chizma.

Korxonaning ishlab chiqarish va xo'jalik yuritish bo'yicha tashqi iqtisodiy faoliyati tarkibiga ishlab chiqarish va huquq, innovatsiya, investitsiya, servis sohalari kiradi. Ular turli shakllarda amalga oshirilishi mumkin:

- ishbilarmonlik hamkorligi assotsiatsiyasi;
- ishlab chiqarish va sotish korxonalari;
- konsessiyalar;
- konsorsiumlar;
- aksiyadorlik jamiyatlari;
- qo'shma korxonalar;
- erkin savdo hududi;
- xizmat ko'rsatish;
- ishlab chiqarish va infratuzilma maqsadidagi chegara yonidagi qo'shma obyektlar;
- ochiq shahar va hududlar;
- xalqaro iqtisodiy tashkilotlar va boshqalar.

Chet el kapitalini jalb qilishning eng samarali usullaridan biri – bu qo'shma korxonalar tashkil qilishdir. Bunda quyidagi maqsadlarga erishiladi:

1. Zamonaviy, xorijiy texnologiyalar va boshqaruv tajribalaridan foydalanish.
2. Ichki bozorni yuqori sifatli mahsulotlar bilan to'ldirish.
3. Qo'shimcha material va moliyaviy zaxiralar jalb qilish.
4. Import o'rnini bosuvchi mahsulotlar ishlab chiqish.
5. Eksport salohiyatini oshirish.
6. Milliy kadrlarni o'rgatish.

Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati maqsadlari 11.1.1-jadvalda ko'rsatilgan.

Tashqi iqtisodiy faoliyat maqsadlari aniqlangach, qo'shma korxona tashkil qilish quyidagi ketma-ketlikda amalga oshiriladi:

1. Xorijiy hamkor qidirish va tanlash.
2. Maqsadlar bo'yicha bayonnoma tuzish.
3. Texnik iqtisodiy asosni ishlab chiqish.

11.1.1-jadval

Korxonaning eksport-import operatsiyalaridan maqsad

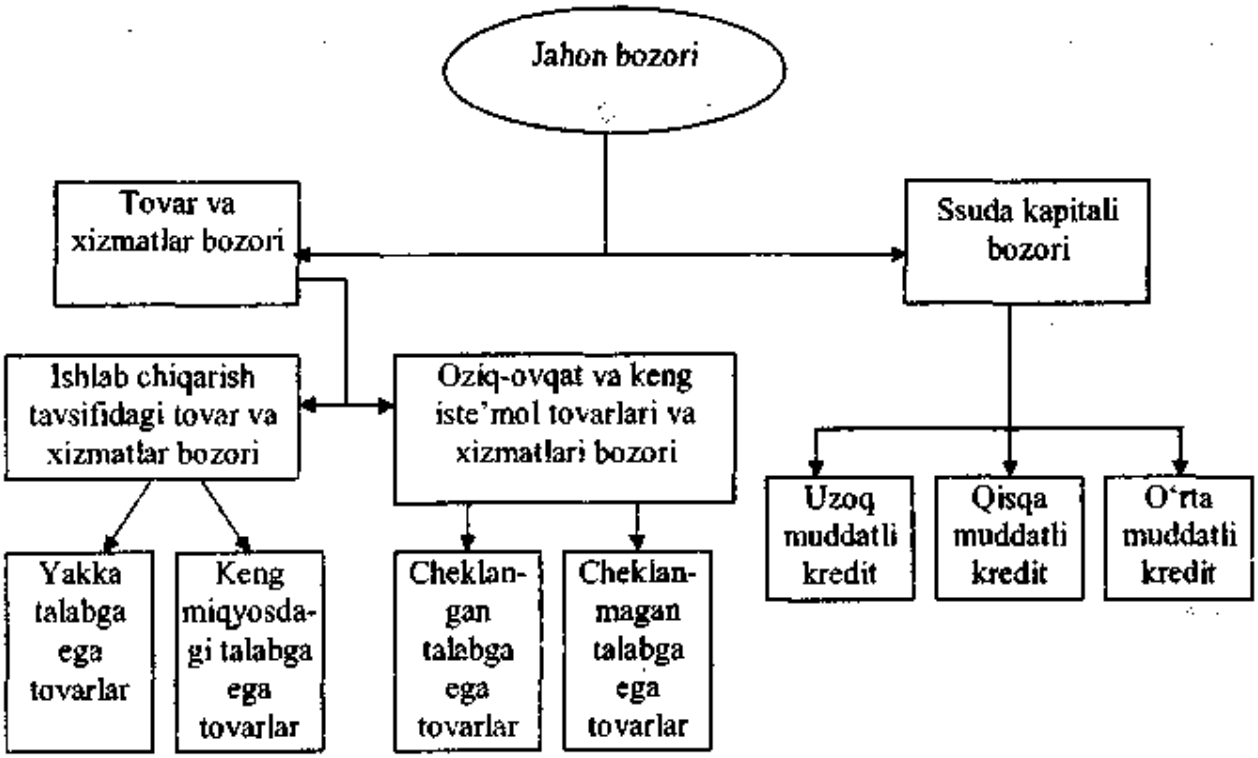
Eksport maqsadlari	Import maqsadlari
1. Yangi bozorlarni o'zlashtirish orqali ishlab chiqarishni kengaytirish va foydani oshirish. 2. Ishlab chiqarish masshtabida tejamkorlikka erishish. 3. Xalqaro raqobat ta'siri asosida ishlab chiqarishning iqtisodiy va texnik darajasini ushlab turish yoki oshirish. 4. Korxonaning valyuta zaxiralarini ko'paytirish. 5. Ishlab chiqarish diversifikatsiyasi.	1. Yangi ichki bozorlarni o'zlashtirish orqali ishlab chiqarishni kengaytirish va foyda miqdorini oshirish. 2. Korxonaning ishlab chiqarish salohiyatini zamonaviylashtirish va kengaytirish. 3. Samaraliroq bo'lgan xorijiy mahsulotlar kiritish orqali xomashyo va uskunalarni tejash. 4. Milliy iste'mol bozorini turli mahsulotlar assortimenti bilan to'ldirish.

4. TIA va ta'sis hujjatlarining mosligi.

5. Ta'sis hujjatlarini imzolash va qo'shma korxonani ro'yxatdan o'tkazish, tashqi iqtisodiy faoliyatni rejalashtirishda xalqaro bozor tizimlari va maxsus hududlar ham hisobga olinishi shart (11.1.3-chizma).

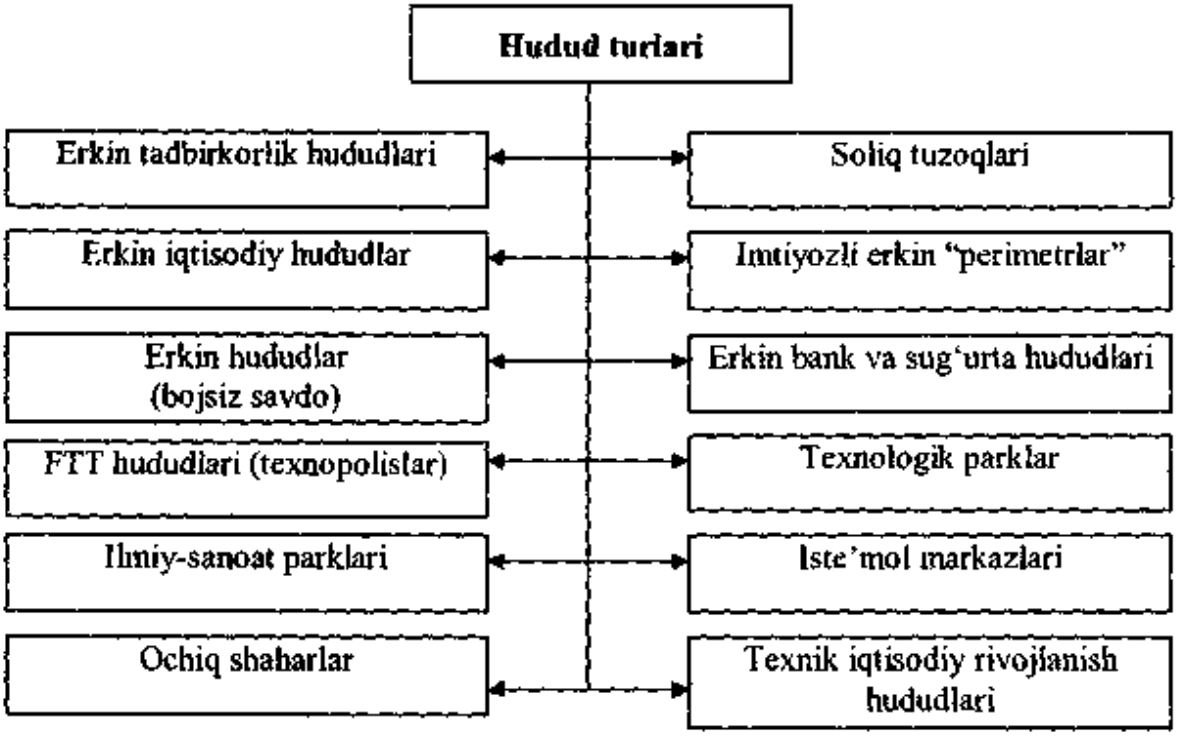
Kapitalni kiritish va chiqarish ikki shaklda amalga oshiriladi: ssuda va tadbirkorlik.

Xalqaro bozor turlari



11.1.2-chizma.

Maxsus iqtisodiy hududlar



11.1.3-chizma.

Tobe xo'jalik tashkiloti umumiy aksiyalarning 20% dan ko'p bo'lmagan aksiyalariga ega bo'lishi mumkin. Xo'jalik tashkiloti bir-birining nizom jamg'armalarida ishtirok qilish chegaralari qonun bilan belgilangan bo'ladi. To'g'ri investitsiyalar kiritish orqali yangi firmalar faoliyat yuritayotgan korxonaning ma'lum ulushini yoki uni umuman to'liqligicha egallab oladilar.

Qo'shma korxonada to'g'ri investitsiyalarga egalik huquqiga ikki yoki undan ortiq mamlakat ega bo'ladi.

Aralash korxona bu xususiy korxonada davlat organlari ishtirok etishidir.

To'g'ri investitsiyalarning asosiy tavsifi:

- ular ustidan nazorat;
- kiritilgan kapital, xodimlar va texnologiyalar bo'yicha majburiyatlarning yuqoriligi;
- tashqi bozorlarga kirish imkoniyati;
- chet elda ishlab chiqarib sotishning, mahalliy mahsulotlarni eksport qilishning afzalligi;
- qisman egalik qilish huquqi.

Portfel investitsiya texnologiyalar savdosi bilan uzviy bog'liq, ya'ni ular mahsulot sotib olishni emas, balki texnologiyalarni mahsulot kabi sotib olish jarayonlarini aks ettiradi.

Korxona qilingan kashfiyot yoki ixtiro patentlarini yoki patentdan, nau-xaudan vaqtinchalik foydalanish huquqini sotishi mumkin. Patentdan foydalanish uchun ruxsatnoma, ya'ni litsenziya sotib olish zarur. Litsenziyaviy savdo – bu o'z bahosiga ega bo'lgan ixtisoslashgan mah-sulot, texnologiyalar savdosi.

Xorijiy kapitalni jalb qilishda, shuni nazarda tutish kerakki, o'z mablag'larini xorijga investitsiya qiladigan har bir korxona quyidagi maqsadlarni ko'zlaydi:

* protektsionizmni, ta'rif va notarif to'siqlarni aylanib o'tish;
* zaxiralar va ishchi kuchi baholaridagi tafovutlardan foydalanish;
* mahsulotning raqobatbardoshligini oshirish;
* firma filialini ataylab, osongina "zarar ko'ruvchi" firmaga aylantirish, foydani chet elga soliq to'lovlarisiz chiqarishga imkon beruvchi transfert baholarini qo'llashda ma'lum bir imtiyoz va moliyaviy foyda olish.

Xorijiy investitsiyalarning asosiy afzalliklari quyidagilardan iborat:

* mahsulot sotuvining uzoq muddatli kafolati;
* foyda olishda ishtirok qilish;
* ishlab chiqarish xarajatlarining taqsimlanishi;
* FTT yutuqlaridan foydalanish imkoniyati.

Valyutalar oldi-sotdisini rejalashtirishda valyuta kursi va uning mahsulot hamda kapital eksport qiluvchilariga bo'lgan ta'sirini e'tiborga olish lozim (11.1.4-chizma).

11.1.4-chizma

Valyuta kurslari o'zgarishining tashqi iqtisodiy faoliyatga ta'sir qilish qoidalari

Ko'rsatkichlar	Kursning oshishi	Kursning pasayishi
	O'z milliy valyutasining	
Foydali	Mahsulot import qiluvchilarga	Mahsulot eksport qiluvchilarga
	Kapital eksport qiluvchilarga	Kapital import qiluvchilarga
Foydasiz	Mahsulot eksport qiluvchilarga	Mahsulot import qiluvchilarga
	Kapital import qiluvchilarga	Kapital eksport qiluvchilarga

11.2. Tashqi iqtisodiy faoliyatni rejalashtirish

Korxona maqsadlariga tayangan holda tashqi bozorda turli strategiyalarni qo'llashni rejalashtirishi mumkin (11.2.1-jadval).

11.2.1-jadval

Mahsulotning hayotiylik davri bosqichlari bo'yicha tashqi iqtisodiy faoliyatni tashkil qilish

TIF ko'rsatkichlari va elementlari				
	Kirib kelish	O'sish	To'yinish	Inqiroz
1. Ishlab chiqarish joylashuvi	* mamlakatda yangilik	* rivojlangan davlatlarda	* ko'p davlatlarda	* asosan rivojlanayotgan davlatlarda
2. Bozor joylashuvi	* mamlakatda asosan yangilik va ozgina eksport	* asosan rivojlangan davlatlarda; * talab oshishi; * eksport bozoriga ko'chish	* rivojlanayotgan davlatlarda o'sish; * rivojlangan davlatlarda pasayish; * talabning barqarorlashuvi	* asosan rivojlanayotgan davlatlarda; * rivojlanayotgan davlatlarga eksport; * talabning umumiy pasayishi
3. Raqobatchilik omillari	* deyarli monopol holat; * savdo narxga asosan emas, balki noyoblikka qarab shakllangan; * mahsulot sifatini rivojlantirish	* raqobatchilar sonining oshishi; * raqobatchilar tomonidan narxlarning pasayishi; * mahsulot yirik standartlashganligi	* raqobatchilar soni kamayadi; * narxning ahamiyati oshadi	* narx hal qiluvchi omil; * ishlab chiqaruvchilar soni kamayadi
4. Ishlab chiqarish texnologiyasi	* oz sonli; * mahsulot sifatini oshirish bo'yicha tadbirlar; * yuqori miqdordagi kapital va mehnat hajmi	* kapital xarajatlarining oshishi va yanada standartlashtirilgan usullar	* yirik miqdordagi kapital sarfi va yirik ishlab chiqarish; *yuqori standartlashtirilgan; * malakali ishchilar talab qilinmaydi.	* yirik ishlab chiqarish tizimlaridagi malakasiz ishchilar

Agar korxona ayrim mahsulotlar bo'yicha bozorning bir qismini egallab olgan bo'lsa, korxona vaziyatdan kelib chiqqan holda quyidagi strategiyalarning birini qo'llashi mumkin: ijodiy strategiya, mudofa strategiyasi, "qaymog'ini olish" strategiyasi yoki bozordan chiqib ketish strategiyasi.

Bozor yoki mahsulotga yangilik nuqtayi nazaridan yondashganda esa quyidagi strategiyalar asqotishi mumkin: balans, bozorni rivojlantirish, bozorga kirib borish, qo'llab-quvvatlash, o'sish, tavakkalchilik va hokazo.

Tashqi iqtisodiy faoliyatni tashkil qilish mahsulotning hayotiylik davri bosqichlariga bog'liq holda o'zgarib turishi mumkin.

Korxona tashqi bozorga nafaqat absolut, balki nisbiy afzalliklarga ega bo'lgan mahsulotlar bilan chiqishi maqsadga muvofiq hisoblanadi, ya'ni korxona raqobatchilarga qaraganda kam xarajat sarflab mahsulot ishlab chiqarishi zarur.

Absolut afzallik – bu korxonaning bir birlik mahsulot uchun sarflanadigan xarajatlarini boshqa korxonalarga qaraganda kamroq sarflashi.

Korxona qanday mahsulot ishlab chiqarishi va sotishidan qat'i nazar, xoh yakka iste'mol uchun bo'lsin, xoh ishlab chiqarish uchun, korxona eksportining strategik rejasi ma'lum xususiyatlarga ega bo'ladi (11.2.2-jadval).

11.2.2-jadval

Korxona tashqi iqtisodiy faoliyatini rejalashtirishda hisobga olinadigan turli mahsulot ko'rsatkichlari

Ko'rsatkichlar	Yakka iste'mol mahsulotlari	Ishlab chiqarish maqsadidagi mahsulot
Bozor tuzilishi	Geografik nomarkazlashtirish	Geografik markazlashtirish
Iste'molchi turi	Ommaviy	Chegaralangan
Raqobat	Ko'pchilik	Monopol
Mahsulot turi	Nisbatan oddiy, bir xil	Texnik murakkab, ba'zan individual buyurtmalar asosida
Mahsulot tomonidan ehtiyojlarning qondirilishi	Shaxsiy va ommaviy	Ishlab chiqarish

Xarid to'g'risidagi qaror	Yakka holda, ba'zan esa ichki tuyg'ularga asoslanib	Ehtiyotkorlik bilan jamoaviy asosda
Xarid sabablari	Asosan tuyg'ular asosida	Asosan ratsional asosda
Reklama ta'siri	Sezilarli	Sezilarli
Mahsulot harakati va savdosi kanallari	Ko'p bosqichli, chakana sotuvchi tomonidan yakunlanadi	Qisqa, ba'zan to'g'ridan-to'g'ri, sotuvchi, xaridor
Servis talablari	Xarid uchun unchalik ahamiyatli emas	Xarid uchun sezilarli qaror qabul qilishda juda ahamiyatli

Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyatini samarali rejalashtirish ko'p sonli tashqi va ichki muhit omillariga bog'liq (11.2.1-chizma).

Ma'lumki, korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyatining natijalari asosan mahsulotlarga bog'liq, shuning uchun unga bog'liq hamma narsalar – yaratish, ishlab chiqarish, sotish, reklama, servis va hokazolar rejalashtirishda asosiy o'rin egallaydi. Mahsulotlarning eksport assortimenti bo'yicha 3 xil yondashuv mavjud:

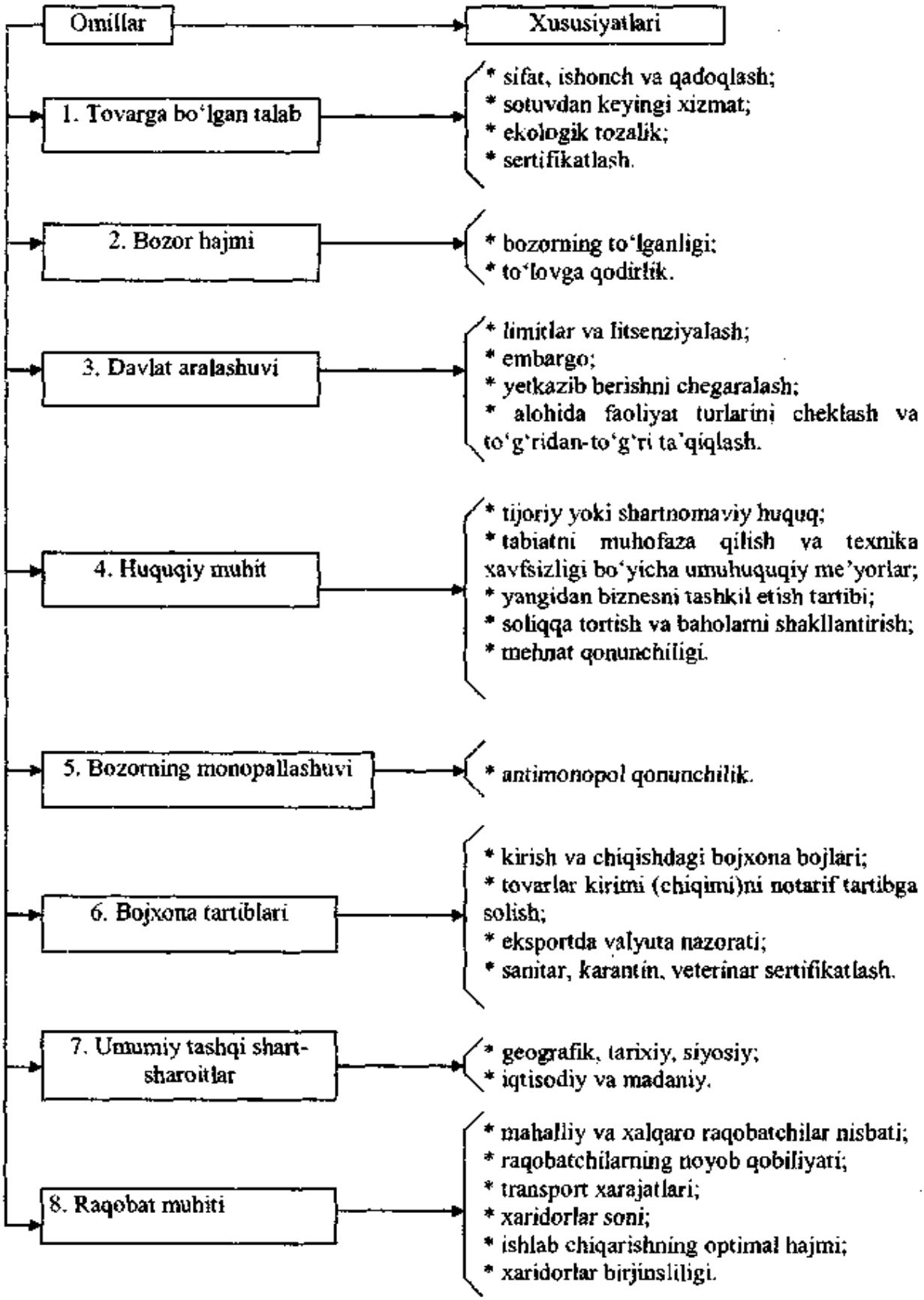
1. Tashqi bozorga aynan ichki bozorlarda sotilayotgan mahsulotlar bilan chiqish. Bunday yondashuv xomashyo, uskuna va boshqa ishlab chiqarish vositalari ta'minoti uchun qulay. Iste'mol mahsulotlarini ishlab chiqarishda iste'molchilar milliy, madaniy xususiyatlarini, ularning daromadlari va istaklarini hisobga olishi zarur.

2. Mavjud mahsulotlarni tashqi bozorga moslashtirgan holda o'zgartirish, uni yaxshilash, zamonaviylashtirish.

3. Tashqi bozorga yangi mahsulot bilan chiqish va yangi mahsulot bo'yicha bozorda testlar o'tkazish.

Yangi mahsulotlarni bozorga kiritishda talabni shakllantirish va sotuvni rag'batlantirish tizimi ko'zda tutiladi. (11.2.1- jadval).

Korxonaning tashqi bozorlarga chiqishida hisobga olinadigan omillar



11.2.1- chizma.

11.2.1-jadval

Yangi mahsulotlarni bozorga kiritishda talabni shakllantirish va sotuvni rag'batlantirish tizimini rejalashtirish

Reklama parametrlari	Ishlab chiqarish maqsadidagi mahsulot	Yakka iste'mol mahsulotlari
1. Ta'sir doirasi	Ko'p odamlarga kompleks tarzda	Bir rejali, bitta odamga yoki oilaga
2. Mahsulotdagi o'rni	Yordamchi	Hal qiluvchi
3. Xarid haqida qaror qabul qilish muddati	Ikki yilgacha	Ahamiyatsiz
4. Sinov sotuvlari	Kichkina hajmda, kamdan-kam o'tkaziladi	Katta hajmda o'tkazilishi majburiy
5. Xaridning reklama bilan bog'liqligi	Kuzatish qiyin	Ilg'ash oson
6. Reklamaning asosiy elementi	Matnning mazmundorligi, axborotlarning ko'pligi, rostgo'yligi	Matnning jo'shqinligi, qabul qilishdagi oddiylik, mahsulot obrazi uning iste'mol sifatlari bilan kam bog'langan
7. Tarqatish kanallari	Maxsus nashrlar, to'g'ridan-to'g'ri manzilga jo'natish	Ommaviy axborot vositalari va hokazolar

11.3. Tashqi savdo bitimlari

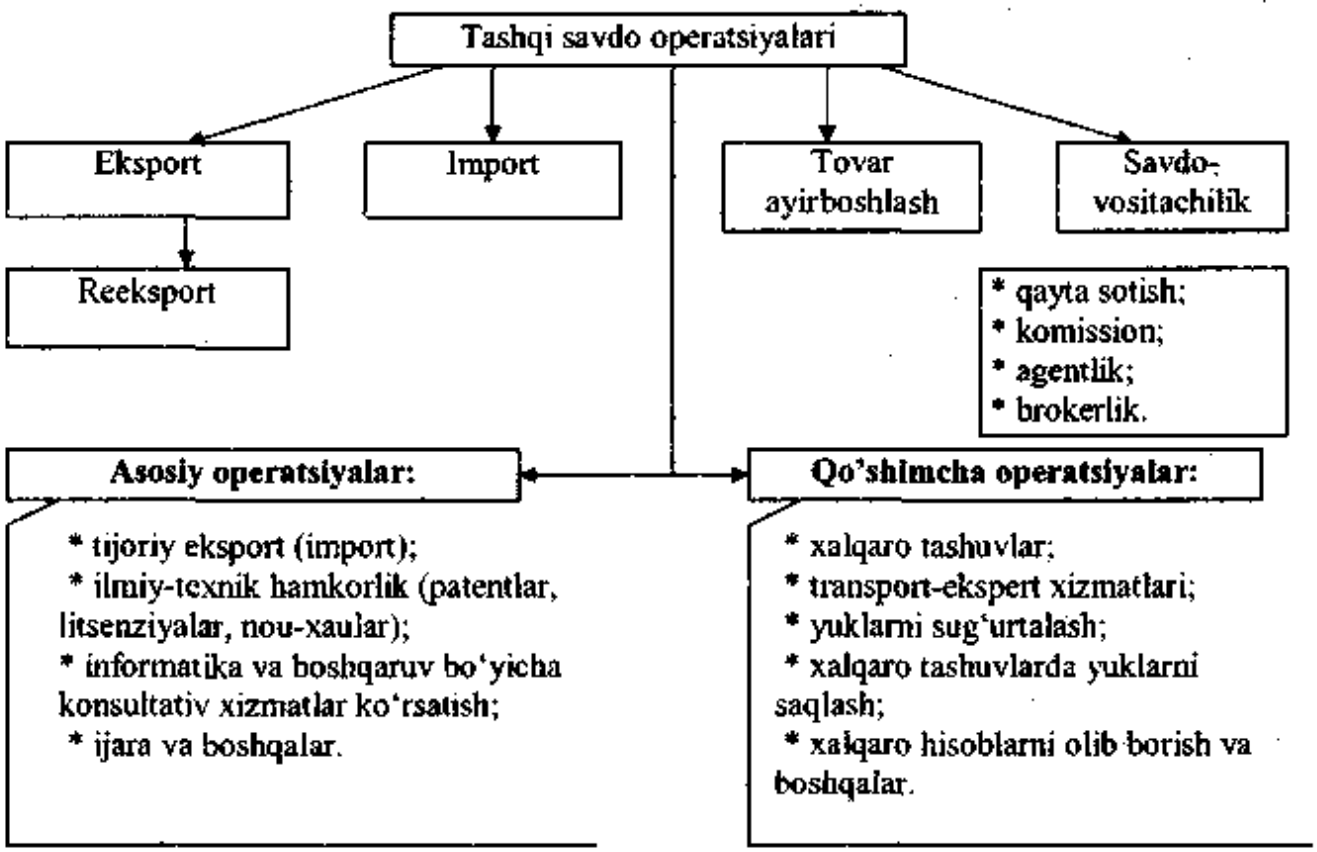
Tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish turli xil operatsiyalar o'tkazishni nazarda tutadi. Ular ikki turga ajratiladi: asosiy va ta'minlovchi (11.3.1-chizma).

Tashqi iqtisodiy faoliyatda shartnomalar shaklida hujjatlashtirilgan oldi-sotdi bitimlari markaziy o'rinni egallaydi. Shartnomalar tuzishdagi eng asosiy qism bu yetkazib berish shartlarini aniqlashdir. U mahsulotni tashish, yo'ldagi sug'urtasi, bojxona hujjatlarini rasmiylashtirish bo'yicha tomonlarning majburiyat va xarajatlarini aniqlaydi, mahsulotning sotuvchidan xaridorga o'tish vaqtidagi yo'qotilishi yoki zararlanishi, huquq va muddatlarini belgilaydi.

Quyidagi 11.3.1-jadvalda xalqaro yetkazib berishning bazis shartlarini ko'rib o'tamiz.

"F" guruhi (FKA, FAC, FOB) o'z ichiga mahsulotlarni xaridor ko'rsatgan transport vositalariga yetkazib berish talablarini oladi.

Tashqi savdo operatsiyalari turlari



11.3.1-chizma.

11.3.1-jadval

Xalqaro yetkazib berishning bazis shartlari

Franko-xaridor ombori	FAS kema bortigacha erkin
DXV – franko zavodi	FOB – kema bortida, aeroportda erkin
DEK – pristangacha yetkazib berilgan	FKA – tashuvda erkin
DAF – bojxona to'lovisiz yetkazib berilgan	SPT – yetkazib berishgacha puli to'langan
DDP – bojxona to'lovi bilan yetkazib berilgan	SIF – yetkazib berish va sug'urtagacha puli to'langan
DES – kemadan yetkazib berilgan	SFR – fraxt uchun narx

"S" guruh talablarida sotuvchi yetkazib berish haqida bitim tuzadi, lekin yukni yo'qotishi va jo'natishdan keyingi xarajatlarni (SFR, SIF, SPT, SIP) o'z zimmasiga oladi.

"D" guruhi talablari o'z ichiga shunday shartlarni oladiki, bunda sotuvchi yukni belgilangan yerga yetkazgunga qadar hamma tavakkalchilikni va xarajatlarni o'z bo'yniga oladi. Ta'minotning hamma

shartlari yuqoridagi 10 ta shartlardan iborat va bunda sotuvchi tomonning bajaradigan majburiyatiga muvofiq xaridorga ham shunday majburiyatlar yuklanadi:

- shartnoma shartlariga muvofiq mahsulotni yetkazib berish;
- mahsulotni tekshirish bo'yicha hamma xarajatlarni to'lash;
- o'z hisobidan eksport litsenziyasi sotib olish;
- jo'natish sanasi to'g'risida xaridorga o'z vaqtida xabar berish;
- mahsulotning eksporti bo'yicha barcha bojxona soliqlari va to'lovlarini o'z bo'yniga olish.

Mahsulot xaridorining majburiyatlari:

- mahsulotni qabul qilib olish va to'lovni amalga oshirish;
- o'z hisobidan import litsenziyasini olish;
- jo'natilgan davlatdagi barcha hujjatlarni olish xarajatlarini to'lash;
- mahsulotni o'z vaqtida qabul qilib olganligi uchun sarflanadigan barcha xarjatlar va xavfni o'z bo'yniga olish.

Korxona tashqi iqtisodiy faoliyatini rejalashtirishning butun jarayoni 7 ta asosiy qismdan iborat (11.3.2-jadval).

11.3.2- jadval

Korxona tashqi iqtisodiy faoliyatini rejalashtirish jarayoni

Vazifalar va ularning ketma-ketligi	Qisqacha mazmuni
1. Uzoq muddatli maqsadlarni tanlash	Sotuvning o'sishi, tavakkalchilik va xarajatlarning kamayishi va hokazo.
2. O'z imkoniyatlarini baholash	Moliyaviy, ishlab chiqarish, zaxiraviy, sotuv, ilmiy-texnik va hokazo
3. Bozorni o'rganish	Raqobat tavsifi, bozor hajmi, dinamikasi, narxlarni boshqarish, reklama, soliq siyosati va hokazo
4. Strategiyalarni tanlash	Maqsadlarga erishish usullarini aniqlash, mahsulot, sotuv, narx, ilmiy-texnik va boshqa strategiyalarni ishlab chiqish
5. Taktikani ishlab chiqish	Tashqi iqtisodiy faoliyatning ayrim bosqichlaridagi maqsadlarni amalga oshirish vositalarini tanlash
6. Talabni shakllantirish va sotuvni rag'batlantirish	Bozorga yangi mahsulotlarni kiritish tizimi
7. Tahlil va nazorat	Olingan natijalarni baholash, maqsadlarning chetga chiqishini hisobga olish, harakatlarni tuzatib turish, ko'zda tutilmagan holatlardagi harakat rejasi

Nazorat uchun savollar

1. Tashqi iqtisodiy faoliyat deganda nimani tushunasiz?
2. Tashqi iqtisodiy faoliyatning qanday shakllari mavjud?
3. Korxonaning ishlab chiqarish va xo'jalik yuritish bo'yicha tashqi iqtisodiy faoliyati qaysi sohalardan tashkil topgan?
4. Xalqaro bozor turlarini sanab o'ting.
5. To'g'ri va portfel investitsiyalar bir-biridan qanday farqlanadi?
6. Xorijiy investitsiyalar afzalliklarini sanang.
7. Milliy valyuta kursi o'zgarishi eksport, import operatsiyalariga qanday ta'sir ko'rsatadi?
8. Mutlaq va nisbiy ustunlik deganda nimalarni tushunasiz?
9. Tashqi savdo operatsiyalarining qanday turlari mavjud?
10. Bugungi kungacha ma'lum bo'lgan xalqaro savdoning qanday nazariyalarini bilasiz?
11. Xalqaro yetkazib berishning bazis shartlarini sanab o'ting.

Mavzuga doir testlar

1. Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati – bu:

A) mahsulotlar, kapital, texnologiyalar, xizmatlar va pullarni chegaradan tashqariga chiqarish bilan bog'liq faoliyat;

B) mahsulotlar, kapital, texnologiyalar, xizmatlar va pullar ishlab chiqarishga jalb etish bilan bog'liq faoliyat;

C) mahsulotlar, kapital, texnologiyalar, xizmatlar va pullardan samarali foydalanish bilan bog'liq faoliyat;

D) mahsulotlar, kapital, texnologiyalar, xizmatlar va pullarni chegaradan ichkariga olib kirish bilan bog'liq faoliyat.

2. Quyidagilardan qaysi biri korxonaning import operatsiyalarining maqsadi bo'lishi mumkin?

A) yangi bozorlarni o'zlashtirish orqali ishlab chiqarishni kengaytirish va foydani oshirish;

B) ishlab chiqarish masshtabida iqtisodga erishish;

C) xalqaro raqobat ta'siri asosida ishlab chiqarishning iqtisodiy va texnik darajasini ushlab turish yoki oshirish;

D) milliy iste'mol bozorini turli mahsulotlar assortimenti bilan to'ldirish.

3. Quyidagilardan qaysi biri korxonaning ekspot operatsiyalarining maqsadi bo'lishi mumkin?

A) ichki bozorlardagi bo'shliqlarni o'zlashtirish orqali ishlab chiqarishni kengaytirish va foyda miqdorini oshirish;

B) ishlab chiqarish diversifikatsiyasi;

C) korxonaning ishlab chiqarish salohiyatini zamonaviylashtirish va kengaytirish;

D) samaraliroq bo'lgan xorijiy mahsulotlar kiritish orqali xomashyo va uskunalarni tejash.

4. Berilgan bozor turlaridan qaysi biri ssuda kapitali bozori hisoblanmaydi?

A) ishlab chiqarish xarakteridagi xizmatlar bozori

B) ishlab chiqarish xarakteridagi tovarlar bozori

C) oziq-ovqat va keng iste'mol tovarlari va xizmatlari bozori

D) qisqa muddatli kredit.

5. Milliy valyuta kursining oshishi:

A) mahsulot import qiluvchilarga foydali

B) mahsulot import qiluvchilarga foydasiz

C) mahsulot eksport qiluvchilarga foydali

D) mahsulot eksport qiluvchilarga foydasiz.

6. Milliy valyuta kursining pasayishi:

A) kapital eksport qiluvchilarga foydali

B) kapital import qiluvchilarga foydali

C) kapital eksport qiluvchilarga foydasiz

D) kapital import qiluvchilarga foydasiz.

7. Korxonaning xorijiy bozorlarga chiqishida davlat aralashuvi bilan bog'liq omillar qaysilar?

A) sifat, ishonch, qadoqlash va sotuvdan keyingi xizmat

B) limitlar, litsenziyalash va embargo

C) tijoriy yoki shartnomaviy huquq, tabiatni muhofaza qilish va texnika xavfsizligi bo'yicha umumhuquqiy me'yorlar

D) eksportda valyuta nazorati hamda sanitar, karantin, veterinar sertifikatlash.

8. Korxonaning xorijiy bozorlarga chiqishida bojxona tartiblari bilan bog'liq omillar qaysilar?

A) ekologik tozalik va sertifikatlash

B) limitlar, litsenziyalash va embargo

C) soliqqa tortish va baholarni shakllantirish

D) eksportda valyuta nazorati hamda sanitar, karantin, veterinar sertifikatlash.

9. Xalqaro yetkazib berishning bazis sharti FAS ning kengaytmasi qaysi javobda berilgan?

A) kema bortigacha erkin B) kema bortida va aeroportda erkin

C) tashuvda erkin D) kemadan yetkazib berilguncha erkin.

10. Xalqaro yetkazib berishning bazis shartlarining qaysi guruhi mahsulotlarni xaridor ko'rsatgan transport vositalariga yetkazib berish talablarini o'z ichiga oladi?

A) "F" guruhi B) "S" guruhi

C) "D" guruhi D) "F" va "D" guruhlari.

XII BOB. KORXONADA REJA-IQTISOD ISHLARINI TASHKIL QILISH

Rejaviy va iqtisodiy ishlarni tashkil qilish ko'p hollarda korxona turi va hajmiga bog'liq bo'ladi. Kichik korxonalarda odatda boshqaruv vazifalari chuqur taqsimlanmaydi va yuqori boshqaruvchilar mustaqil ravishda ishlab chiqarishni rejalashtirish va tashkil qilish bilan o'zlari shug'ullanishadi.

Yirik va kichik korxonalarda strategik va taktik kalendar rejalar korxonadagi tashkiliy tuzilmaga asoslanib, shu vazifalarni bajarishga ixtisoslashgan mutaxassislar tomonidan ishlab chiqiladi. Aynan shu bo'limlarga ishlab chiqarish, savdo, realizatsiya va operativ boshqaruv sohasida tajribaga ega kadrlar jalb qilinadi. Shuning uchun bo'limlar nafaqat kalendar rejalari bo'yicha, balki strategik va taktik rejalar bo'yicha ham real takliflar kiritadilar.

Amaliyotda ishlarni rejalar bo'yicha tashkil qilishning 3 ta shakli mavjud: yuqoridan pastga, pastdan yuqoriga, ya'ni korxonaning ierarxik tuzilmasi bo'yicha va doira usuli (muqobil rejalashtirish).

Ko'pchilik yirik va kichik korxonalarda markaziy, tashkiliy rejalashtirish "yuqoridan pastga" qarab amalga oshiriladi. Bunday yondashuvda reja strategiyalari maqsadlar, asosiy yo'nalishlar va korxonani rivojlantirishning asosiy xo'jalik vazifalari aniqlanadigan va hamma ish rejalari, takliflari kritiladigan boshqaruvning eng yuqorigi darajalarida ishlab chiqiladi.

So'ngra bu maqsadlar, vazifalar va ko'rsatkichlar ancha to'liqroq shakllarda korxonaning pastki bo'linmalari rejalariga kiritiladi. Bu rejalashtirish texnik rejalashtirish hisoblanadi va ishlab chiqarilayotgan barcha turdagi mahsulotlarning hajmi va nisbati bo'yicha belgilanadi. Barcha rejalar ma'lum bajaruvchilarga taqsimlab berilgandan so'ng rejalar korxona rahbari tomonidan yakuniy tasdiqlanadi.

Pastdan yuqoriga rejalashtirish ish joylari rejalaridan bo'linmalararo rejalarga, so'ngra hamma rejalarni birlashtiradigan umumiy rejaga qarab amalga oshiriladi. Bunda maydonlar, sexlar korxonaning keyingi bosqichlarida birlashadi va natijalar korxonaning umumiy bitta rejasini shakllantiradigan to'liq rejalar tuziladi.

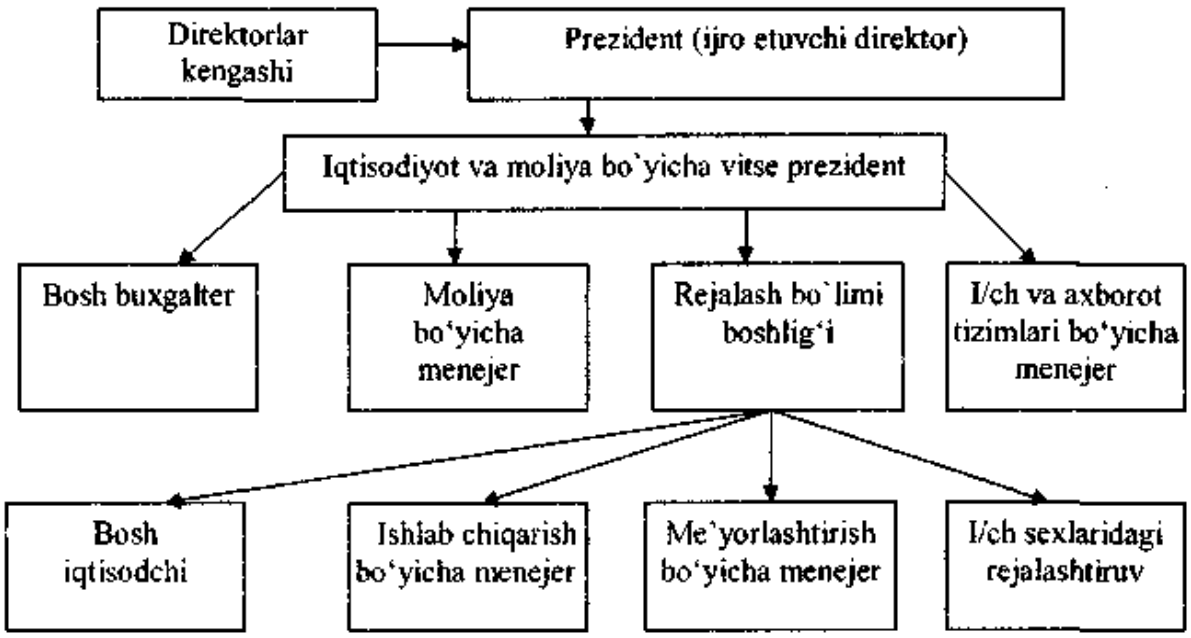
Muqobil rejalashtirish yuqoridagi 2 ta usulni birlashtiruvchi rejalashtirish tizimi hisoblanadi. Yuqoridan pastga qarab rejalashtirish jarayonida dastlabki rejalar korxonaning boshqaruvi tomonidan asosiy maqsad va umumiy rejalashtirishni tuzish orqali amalga oshiriladi. Ancha past darajalarda bu reja aniqlashtiriladi. So'ngra rejalar pastdan yuqoriga qarab qaytadan umumiylashtiriladi. Bunda rejaga ancha samarali xulosalar tuziladi va umumiy obyektning bo'linmalari o'rtasidagi kelishmovchiliklar tuzatiladi. Rejalashtirishni bunday tashkil qilishning 2 ta muhim afzalligi mavjud:

• noto'g'ri doiralar olib tashlanadi: yuqoridagi maqsadlarni bilmay turib, pastdagi maqsadlar, rejalar va faoliyatning alternativ turlari bo'yicha qarorlar qabul qilib bo'lmaydi.

• rejalashtirish korxonaning barcha bo'limlari bilan hamkorlikda amalga oshiriladi va umumiy rejalashtirish bo'yicha korxonaning hamma bo'linmalarining bilimlarini ko'rsatadi.

Kichik korxonalarning rejalashtirish bo'yicha bo'linmalari alohida belgilanadi va iqtisodiyot moliya bo'yicha vitse-prezidentga bo'ysunadi (12.1.1-chizma).

Korxonaning rejaviy iqtisodiy xizmatining namunaviy tashkiliy tuzilmasi



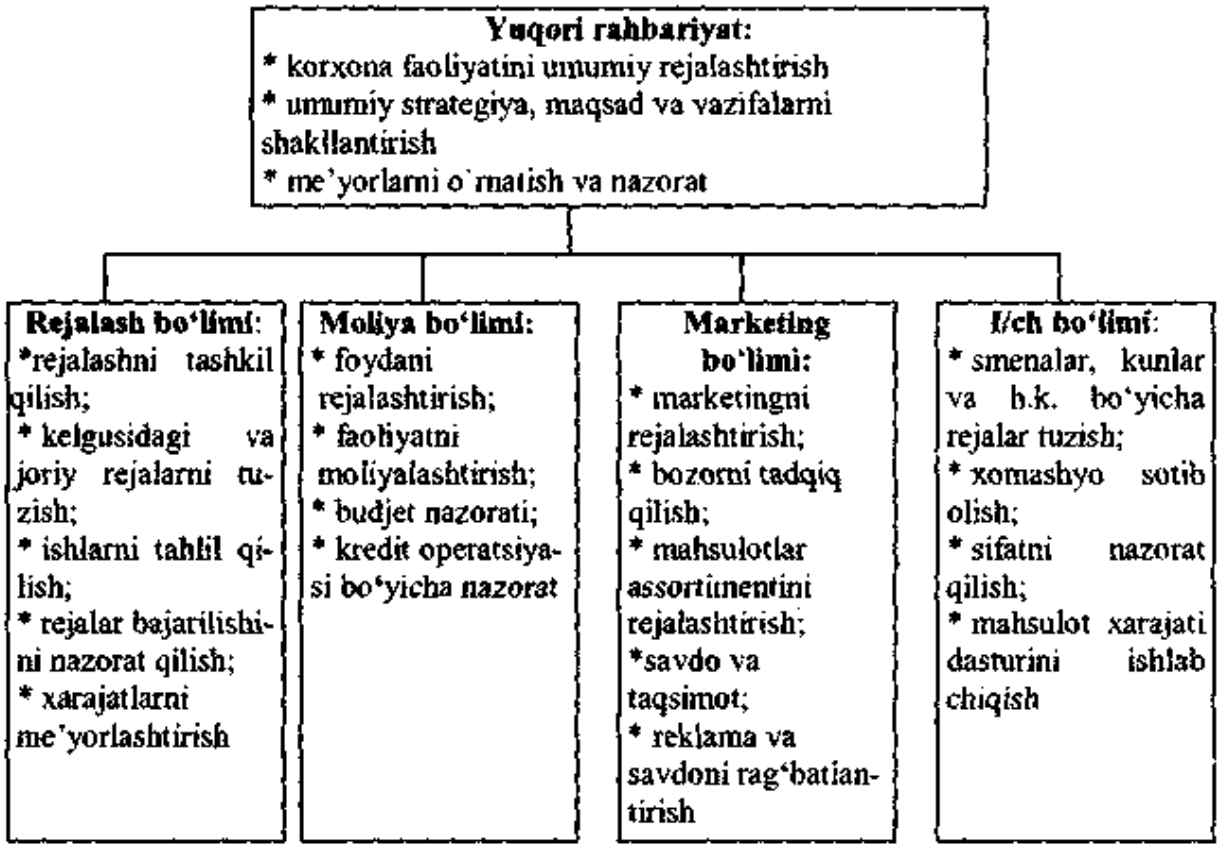
12.1.1- chizma.

Korxonaning ichki rejasini tuzuvchi apparat korxonani boshqarishning turli darajadagi bo'limlarini o'z ichiga oladi. Rejalashtirish bu boshqaruvning vazifasi hisoblanar ekan, demak, rejalashtirish tizimining eng yuqori darajasi bo'lib, korxonaning strategiyasi va taktikasi bo'yicha eng muhim qarorlarni qabul qiluvchi direktorlar kengashi hisoblanadi.

Rejalashtirish bo'yicha menejer korxonaning budjeti, tarmoq holati, mavjud va zarur zaxiralarni tahlil qiladi.

Ishlab chiqarish bo'linmalarida rejalashtirish vazifalarini operativ va joriy rejalashtirish hamda nazorat qilish xizmatlari bajaradilar. Ularning vazifalariga chegaralanishlar va umumxo'jalik maqsadlarini hisobga olgan holda smenalik, kunlik, haftalik, oylik, choraklik va yillik rejalarni tuzatish kiradi (12.1.2-chizma).

Korxonalarda *reja tuzish*



12.1.2-chizma.

Kichik hajmdagi korxonalarda rejalashtirish ishlarini tashkil qilishning asosiy elementlari.

Yuqori boshqaruv:

- xo'jalik faoliyatini umumiy rejalashtirish;
- umumiy strategiyalar, maqsadlar va vazifalarni shakllantirish;
- me'yorlar joriy qilish va nazorat.

Rejalashtirish bo'limlarining vazifalari ko'p hollarda korxona turiga bog'liq bo'ladi (12.1.1-jadval).

12.1.1-jadval

Yaponiyadagi ixtisoslashgan va diversifikatsiyalangan korxonalarda rejalashtirishning o'ziga xos xususiyatlari

Rejalashtirish	Korxona turi	
	Ixtisoslashgan	Diversifikatsiyalashgan
Maqsad	Strategiya va tuzilmani shakllantirish	Bo'linmalar strategiyalarini birlashtirish
G'oyalar ishlab chiqish va rejalar tuzish	Markazlashgan	Nomarkazlashgan
Izlanish	Rejalashtirish bo'limi xodimlari bilan	Bo'linmalarda
Asosiy savollar	Raqobat, mahsulotni mukammallashtirish va ishlab chiqarishni takomillashtirish	Mahsulot assortimenti bo'yicha yangi mahsulotlar ishlab chiqish
Nazorat	To'g'ridan-to'g'ri	Moliyaviy

Ishlab chiqarish bo'limlarining eng to'liq yillik rejasi bo'linma xodimlari ishtirokida ishlab chiqiladi. Unda ishlab chiqarish va sotuvning oylik rejalari tuziladi, hamda boshqaruvning pastki darajalari uchun mehnat xarajatlari ish soatlarida va xomashyo xarajatlari bir birlik mahsulotga belgilanadi.

Korxona faoliyatining yillik rejalashtirish sikli, uning qurilishi xususiyatlaridan qat'i nazar, o'z ichiga bir-biriga bog'liq chora-tadbirlar majmuasini qamrab oladi (12.1.2-jadval).

Tadbirkorlik loyihalarini asoslash Xalqaro moliya korporatsiyasining tashkiliy uslubiy shakliga qarab o'tkazilishi mumkin.

12.1.2-jadval

Korxona faoliyatini rejalashtirishning namunaviy jadvali

Muddat	Tadbirlar	Javobgar
Mart-iyun	* bozor va raqobatni o'rganish, mavjud narx muhitini baholash; * bozor assortimenti va moliyaviy strategiyalarini aniqlashtirish; * maqsadlar, ko'rsatkichlar, va vazifalarni tasdiqlash	Marketing bo'limi Rejalashtirish bo'limi va yuqori boshqaruv Yuqori boshqaruv
Iyul	* firma boshqaruvchilari uchun rejalash-tirish bo'yicha konferensiya o'tkazish; * rejalar va strategiyalarni taqdim qilish; * boshqaruvning pastki darajalari uchun vazifalarni muhokama qilish	Rejalashtirish bo'limi Yuqori boshqaruv Ishtirokchilar
Avgust	* sex ko'rsatkichlari va rejalash kalendarini ishlab chiqish	Rejalashtiruvchilar va sex boshqaruvchilari
Sentyabr	* rejani ishtirokchilariga yetkazish va h.k.; * barcha ma'lumotlarni korxona bo'yicha umumlashtirish	Sex boshlig'i Rejalashtirish va moliya bo'limlari
Oktyabr	* rejalarni sex bilan muvofiqlashtirish, zarur o'zgarish va tuzatishlar kiritish	Rejalashtirish va moliya bo'limlari
Noyabr	* rejaning oxirgi yakuniy variantini tasdiqlash	Korxona boshqaruvi
Dekabr	* ishlarning individual rejalarini ishlab chiqish * kadrlarni o'qitish * korxonaning rejalarini bajarishga tayyor-garligini tekshirish	Har bir ishchi Kadrlar bo'limi Yuqori boshqaruv

Nazorat uchun savollar

1. Korxonaning reja-iqtisod ishlari deganda nimani tushunasiz?
2. Muqobil rejalashtirish tushunchasiga ta'rif bering.
3. Korxonaning rejaviy-iqtisodiy xizmatining namunaviy-tashkiliy tuzilmasi qanday bo'ladi?
4. Korxonalarda reja tuzish jarayoni qanday amalga oshiriladi?
5. Ishlarni rejalar bo'yicha tashkil qilishning 3 ta shaklini tushuntirib o'ting.
6. Rejalashtirish bo'yicha menejer qanday vazifalarni bajaradi?

Mavzuga doir testlar

1. Kichik korxonalarda rejalar kim tomonidan ishlab chiqiladi?

A) mutaxasislar tomonidan B) korxona egasi tomonidan

C) ishchilar tomonidan D) yuqori boshqaruv apparati tomonidan.

2. Amaliyotda ishlarni rejalar bo'yicha tashkil qilishning nechta shakli mavjud?

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

3. Berilganlardan qaysi biri korxona rejasini tuzishda moliya bo'limi vazifasi hisoblanadi?

A) rejalashni tashkil qilish

B) foydani rejalashtirish

C) mahsulotlar assortimentini rejalashtirish

D) savdo va taqsimot.

4. Berilganlardan qaysi biri korxona rejasini tuzishda ishlab chiqarish bo'limi vazifasi hisoblanmaydi?

A) smenalar, kunlar va h.k. bo'yicha rejalar tuzish

B) xomashyo sotib olish

C) sifatni nazorat qilish

D) savdo va taqsimot.

5. Yaponiya tajribasiga ko'ra ixtisoslashgan korxonalarda nazorat qanday amalga oshiriladi?

A) bevosita B) bilvosita C) moliyaviy D) B va C.

6. Barcha ma'lumotlarni korxona bo'yicha umumlashtirish ishlari qaysi bo'lim zimmasiga yuklatilgan?

A) rejalashtirish va moliya bo'limlariga B) kadrlar bo'limiga

C) yuqori boshqaruv D) marketing bo'limi.

7. Berilgan vazifalardan qaysi vazifa uchun marketing bo'limi javobgar?

A) bozor va raqobatni o'rganish, mavjud narx muhitini baholash

B) bozor, assortiment va moliya strategiyalarini aniqlashtirish

C) maqsadlar, ko'rsatkichlar va vazifalarni tasdiqlash

D) korxonaning rejalarini bajarishga tayyorgarligini tekshirish.

8. Yaponiya tajribasiga ko‘ra diversifikatsiyalashgan korxonalarda g‘oyalar ishlab chiqish va rejalar tuzish qanday shaklda amalga oshiriladi?

A) markazlashgan shaklda

B) markazlashmagan shaklda

C) markazlashgan va nomarkazlashgan shaklda

D) faoliyat turiga bog‘liq ravishda o‘zgarib turadi.

9. Yirik va kichik korxonalarda markaziy, tashkiliy rejalashtirishda rejalashtirishning qaysi shaklidan ko‘p foydalaniladi?

A) pastdan yuqoriga

B) yuqoridan pastga

C) korxonaning ierarxik tuzilmasi bo‘yicha

D) doira usulida.

10. Qaysi rejalashtirish shaklida rejalashtirish ish joylari rejalaridan bo‘linmalararo rejalarga, so‘ngra hamma rejalarni birlashtiradigan umumiy rejaga qarab amalga oshiriladi?

A) pastdan yuqoriga

B) yuqoridan pastga

C) korxonaning ierarxik tuzilmasi bo‘yicha

D) doira usulida.

XIII BOB. TASHKILIY REJA

Loyihani amalga oshirish muddati investitsion qaror qabul qilishdan boshlab, ishlab chiqarish yo'lga qo'yilgunga qadar davom qiladi. U o'z ichiga muzokaralar o'tkazish, shartnomalar tuzish, hujjatlarni tayyorlash, qurilish va korxonani ishlab chiqarishga yo'naltirish kabi bir necha bosqichlardan iborat jarayonni oladi. Bunda asosiy e'tiborni loyihani amalga oshirishdan kelib chiqadigan oqibatlarga, moliyalash usuli tanloviga (aksiyadorning kapitali yoki qarz) va investitsiyalash bilan bog'liq muddatni cho'zishdagi mumkin bo'lgan oqibatlarga qaratish lozim.

Loyihani amalga oshirish bosqichida bir vaqtning o'zida bir-biri bilan bog'liq turli moliyaviy oqibatlarga olib keluvchi, bir qator investitsiyalash bo'yicha operatsiyalar amalga oshiriladi. Ularni baholash uchun loyihani amalga oshirish dasturi va grafigini tayyorlash, ularning texnik-iqtisodiy asoslarini tasvirlash lozim.

Loyihani amalga oshirish muddatlari. Loyiha investitsiyalashni amalga oshirishdagi bosqichlar uchun aniq va haqiqiy grafiklar asosida olib borilishi lozim. Bu texnik-iqtisodiy tadqiqotning muhim qismini tashkil qiladi, chunki loyihani amalga oshirish ma'lum bir muddat va intervalni o'z ichiga oladi. Grafikda, eng avvalo, muzokaralar o'tkazish va shartnomalar tuzish, bevosita loyihani ishlab chiqish, korxona qurilishi, uskunalarni o'rnatish va ularni ma'lum muddat doirasida tasvirlash lozim. So'ngra grafik asosida turli faoliyat bosqichlari yagona rejaga yig'ilgan tadbirlar dasturini tuzish zarur. Odatda, loyihani amalga oshirish muddatlari qurilish bosqichini o'z ichiga oladi. Bu bosqichda naqd pul oqimlari jadvalini tuzish uchun zarur bo'lgan grafikning 1-qismini tayyorlash mumkin. Grafikning funksional qismi ishlab chiqarish dasturi asosida ishlab chiqiladi. Pul oqimlari jadvalini tuzish uchun zarur grafik ishlab chiqishning yakunida zarur investitsiyalar va ishlab chiqarish xarajatlari bo'yicha natija hisoblanadi va ular IX bobda keltirilgan chizmada ko'rsatilganidek umumlashtiriladi.

Loyihani amalga oshirishda investor loyihani amalga oshirishni boshqaruvchi guruh tuzishi lozim. Bundan tashqari, u bu guruhga ba'zi huquqlarni berishi lozim va u investor nomidan konsultantlar, bajaruvchi

(pudratchilar) bilan muzokaralar olib borishi mumkin. Masalan, bu guruh tomonidan mahalliy sharoitlarni chuqur bilish bir qator afzalliklar tug'diradi. Shu bilan birga, bu guruh nafaqat loyihani amalga oshirish mobaynida, balki ishlab chiqarishda ham asosiy o'rinni egallashi lozim.

Texnologiya tanlovi. Odatda texnologiyalar tanloviga ko'p vaqt zarur bo'lmaydi. Chunki muvofiq variantlar texnik-iqtisodiy tadqiqotlar davrida topilishi lozim. Biroq ba'zi hollarda yetkazib beruvchilar yoki texnologiya litsenziarlari bilan muzokaralar olib borish ko'p vaqt talab qiladi. Bu, asosan, litsenziar korxonaning aksiyadorlik kapitalida ishtirok etishi lozim bo'lgan hollarda yuz beradi.

Hujjatlashtirish (*uskunalar va fuqarolik qurilish obyektlari bo'yicha*) – pudratchilar arizalari, tenderlarni baholash, buyurtmalarni joylashtirish. Qurilish maydonlarida ish boshlamasdan oldin bir qator tadbirlarni o'tkazish uchun ma'lum vaqt ajratish lozim. Bu tadbirlarga **oferta** hujjatlarini tayyorlash, ofertalarga arizalar, ofertalarni baholash, shartnomalar bo'yicha muzokaralar va boshqalar kiradi.

Odatda, uskunalarni buyurtma qilib ularni joylashturgunga qadar birmuncha vaqt zarur, lekin shunga qaramay bu muddatni hisoblab chiqish katta qiyinchiliklar tug'dirmaydi. Uskunalarni yetkazib bergunga qadar yetarlicha ko'p vaqt o'tishi mumkin: oddiy uskunalar uchun uch oydan olti oygacha, stanok, qiyin texnik va elektr uskunalar uchun ikki yoki undan ko'p yil.

Uskunalarni buyurtma qila turib, ularni joylashtirish va boshqa ishlarni ham hisobga olish lozim. Agarda uskunalar import hamda mahalliy uskunalar bo'lsa, unda ularni yetkazib berish masalasi yanada muhimroq ahamiyat kasb etadi.

Ko'p hollarda ichki bozor importlari cheklanganligi sababli mahalliy uskunalarni yetkazib berish, import uskunalarni yetkazib berishga qaraganda ancha ko'p vaqtda tugallanadi. Shuning uchun buyurtmalarda iloji boricha oldinroq rejalashtirish lozim.

Loyihani moliyalashtirish. Investitsiyalash haqida qaror qabul qilingandan va umumiy investitsiya xarajatlari hamda loyihani amalga oshirish muddatlari aniqlangandan keyin, loyihani moliyalash masalasini yechish lozim.

Texnik-iqtisodiy tadqiqotlar o'tkazish bosqichida kelib chiqishi mumkin bo'lgan barcha sarflarni hisobga olish lozim. Faqatgina umumiy baholash o'tkazibgina, moliyalash xarakteri va ishlab chiqarish xarajatlari darajasini aniqlash munkin.

Qurilish davri. Loyihani amalga oshirishdagi muhim qadamlardan biri bu yer maydoni sotib olish yoki ijaraga olish, hamda koxona maydoniga yetib kelish yo'llarini tartibga solishdir. Ba'zida bu ishlarni bajarishda uzoq davom qiluvchi muzokaralarni olib borishga to'g'ri keladi (masalan, sotib olish bahosini kelishish qiyin bo'lsa). Shuning uchun dastlabki bosqichlarda yerga egalik qilishning variantlarini ishlab chiqish lozim, bu vaqtni behuda sarflashning oldini olishga yordam beradi.

Yangi ish boshlashda korxona uchun binolar qurishni uskunalar joylashuvining yakuniy rejasini tuzmasdan, yerni sotib olib, uni o'zlashtirmasdan oldin boshlamaslik lozim. Qurilish maydonini qiyinchiliksiz amalga oshirish mumkin va bunga ko'p vaqt zarur bo'lmaydi.

Turli qurilish maydonlarida fuqarolik obyektlari va infratuzilma vositalarini qurishda turli xil mexanizm va uskunalarni qurilish maydonlariga yetkazib berish zaruriyati yuzaga keladi. Bunda import mahsulotlarini portlarda bojxonadan o'tkazish va mahalliy mahsulotlarni qurilish maydonlariga yetkazish bo'yicha bir qator tadbirlarni amalga oshirishga to'g'ri keladi. Bu aspektlarning hammasini qurilish maydonlarida hech qanday uzilishlar bo'lmasligi uchun oldindan rejalashtirish zarur.

Loyihani amalga oshirishdagi eng muhim bosqichlardan biri uskunalarni sinovdan o'tkazish, sinov mahsulotlari ishlab chiqarish va korxonani ekspluatatsiyaga topshirishdir.

Sinov mahsulotlari chiqarish davri eng muhim davr hisoblanadi, chunki uni uskunalar o'rnatilgandan so'ng darrov chiqarish mumkin (agar qurilish davrida qisman sinovlar va tajriba ekspluatatsiyasi o'tkazilmagan bo'lsa).

Ishchilarni, muhandis-texnik va boshqa xodimlarni ishga qabul qilish va tayyorlash puxta rejalashtirilishi lozim, shuning uchunki, zarur bo'lgan hollarda korxona malakali xodimga ega bo'lsin. Ko'p hollarda ishchi kuchini yollash eng oxirgi muddatlarga rejalashtiriladi va korxona ishchilari tayyor bo'lgandan so'ng ularni qayta tayyorlash dasturlari ishlab

chiqiladi. Bu esa korxonadan dastlabki ishlab chiqarish davrlarida ishlab chiqarish quvvatidan to'liq foydalana olmaslikka olib keladi. Korxonaning ma'muriyat tuzilmasining shakllanish va rivojlanish loyihasini amalga oshirish bosqichlarida amalga oshirish zarur.

Aynan shu davrda ta'minot, ishlab chiqarish materiallari bilan bog'liq barcha masalalarni yechish lozim. Import materiallarining ta'minotini vaqt omilini hisobga olgan holda rejalashtirish, mahalliy xomashyolarni yetkazib berish bilan bog'liq muddatlarni aniq hisoblash lozim. Natijada muddatlar bo'yicha uzilishlar yuzaga kelmasin.

Sotuv bozori. Sotuv bozorini o'rganish ancha oldin boshlanishi shart, chunki kelgusidagi sotuv hajmi rejalar bilan muvofiq holatda amalga oshishi lozim. Aks holda sotilmagan tayyor mahsulotlar yig'ilib qolishi mumkin va savdo bilan bog'liq foyda miqdori amalga oshmay qoladi.

Mahsulotni sotuvga tayyorlash mahsulotni reklama qilish, sotuvchilarni tayyorlashdan boshlanadi va maxsus savdo uskunalarini yetkazib berish bilan yakunlanadi (masalan, muzlatkichlar).

Ba'zi hollarda hukumat sanksiyalarini olish ancha ko'p vaqtni olishi mumkin, asosan bu xorijiy investitsiyalar bilan bog'liq bo'lsa. Hukumat sanksiyasi xorijiy uskuna va mexanizmlar kiritish uchun ham zarur. Ishlab chiqarish bosqichida ishlangan materiallar, uzellar va komponentlar, oraliq mahsulotlar importida ham davlat idoralari sanksiyasi bo'lishi shart.

Bu hollarning barchasida, loyihani amalga oshirishda uzilishlar soni bo'lmasligi uchun yetarlicha muddatni rejalashtirish (1–6 oy) lozim.

Grafiklar turlari. Loyihani to'g'ri rejalashtirishda ishlab chiqarish binolari va qo'shimcha qurilishlar, infratuzilma vositalari vaqtida uskunalar va mexanizmlarning o'rnatish uchun tayyorlanishi, korxona ishlab chiqarishga tayyor bo'lishi bilan malakali xodimlar mavjudligi va korxona muvaffaqiyatli ish boshlashi uchun asosiy va yordamchi materiallar bilan ta'minlanganligi o'z vaqtida amalga oshirilishini nazorat qilib borish lozim.

Har qanday uzilishlar yoki boshqa favqulotda jihatlar, grafiklari yoxud taxminiy hisob-kitob qilingan jadvallarning yo'qligi oxir-oqibat korxonaning dastlabki ishlab chiqarish bosqichlarida yirik zararlar ko'rishiga olib kelishi mumkin. Ammo agar ishlab chiqarish binolari va qurilish

uskunalari yetib kelishidan ancha oldin bitkazilgan bo'lsa, bunda ajratilgan fondlar ishlab chiqarish quvvatidan to'liq foydalanmasligi uchun to'liq o'zlashtirilmasligi mumkin. Shuning uchun ishlab chiqarishdagi turli materiallarga bo'lgan ehtiyojlarning balanslashgan va samarali grafigi zarur. Bunga faqatgina loyihani amalga oshirish muddatini aniq rejalashtirish asosidagina erishish mumkin.

Grafiklarni tuzish va tahlil qilishning turli usullari mavjud. Eng oddiy va keng yoyilgan usul bu ustunli diagramma usuli bo'lib, unda loyihani amalga oshirish komponentlar bo'yicha turli faoliyat turlariga bo'linadi va har bir operatsiyaning bajarilish muddatlari ko'rsatiladi. Bundan kelib chiqqan holda har bir ishni ma'lum muddat yoki sanaga qarab rejalashtirish mumkin. Ustunli diagrammani barcha loyihalar uchun qo'llash mumkin va uni tayyorlash ham oson.

Bir qator o'zaro bog'langan va ketma-ketlikda amalga oshiriladigan operatsiyalarga ega bo'lgan kompleks loyiha uchun bu usul unchalik yaxshi natija bermasligi mumkin, shuning uchun bu loyihaga tarmoqli diagrammani qo'llash ancha maqsadga muvofiq hisoblanadi. Unda 2 usul o'z aksini topgan: kritik yo'l usuli (KYU) va loyihani baholash va qayta ko'rib chiqish usuli (LBQU).

Qaysi usul qo'llanishidan qat'i nazar, vaqti-vaqti bilan dastlabki grafikka tuzatishlar kiritib turish loyihani amalga oshirish mobaynida yuzaga keladigan muammo va qiyinchiliklarni tasvirlashda juda muhim hisoblanadi.

Loyihani amalga oshirish grafigiga tuzatishlar kiritish muhim vazifa hisoblanadi va faqat doimiy nazorat ostidagina loyihani amalga oshirishda zarur o'zgarishlar kiritish mumkin.

Loyihani amalga oshirishdagi xarajatlar. Bu xarajatlar ishlab chiqarishga tayyorgarlik sarflari bo'lib, ular natijada kapitalga aylanadi. Ular quyidagilardan iborat:

1. Loyihani amalga oshirishdagi boshqaruv xarajatlari: boshqaruv xodimlarining okladlari va ish haqi, bino, avtomobil, yashash joylari uchun ijara haqi, yo'l va aloqa sarflari, loyihani amalga oshirish maboynidagi soliq va to'lovlar.

2. Qurilish, montaj, sinovlar, sinov mahsulotlari, ishga tushirishni va korxonani ekspluatatsiyaga topshirishni nazorat qilish bilan bog'liq sarflar: ishchilar, quruvchilar va montajchilarni ish haqi va okladlari, xorijiy eksport xarajatlari, ijara, xomashyo, yordamchi materiallar, ta'minot vositalari, korxonani sinovdan o'tkazish va ishga tushirish uchun vositalar, qurilish mobaynidagi foiz (%) stavkalari va boshqalar.

3. Ma'muriyat apparatini tashkil qilish, ishchilar, muhandis-texnik xodimlar va xizmatchilarni ishga qabul qilish va tayyorlash bilan bog'liq xarajatlar: ma'muriyat xodimlari ish haqi va okladlari, ishga qabul qilish bilan bog'liq reklama xarajatlari, o'qiyotgan xodimlarga ish haqi va okladlar, o'qiyotgan ekspertlarga ish haqi va gonorarlar, o'quv materiallari, ishga qabul qilingan ishchilar, muhandis-texnik xodimlar va xizmatchilarning ishga qabul qilingandan to mahsulot ishlab chiqargunga qadar muddatdagi ish haqlari va okladlari, ma'muriyat inshootlari, o'quv vositalari, avtomobillar, yashash joylari va hokazolarni ijaraga olish va ekspluatatsiya qilish.

4. Ta'minot bilan bog'liq sarflar: mahsulot sotib olish bilan shug'ullanadigan xodimlarning okladlari va ish haqlari, yo'l haqlari va boshqa sarflar.

5. Sotuv xarajatlari: sotuv va savdo xodimlarining ish haqi va okladlari, reklama, sotuvchi va savdogarlarni tayyorlash, yo'l haqi va aloqa.

6. Mahalliy hokimiyat organlari bilan aloqani yaxshilash xarajatlari: ishlashga santsiyalar olish xarajatlari va boshqalar.

7. Dastlabki xarajatlar va qimmatli qog'ozlar emissiya qilish bilan bog'liq sarflar: ro'yxatdan o'tish to'lovlari, bosmaxona va ikkinchi darajali xarajatlar, prospektlar chiqarish va boshqa bosmaxona xarajatlari, ander-rayting bo'yicha komission xarajatlar, brokerlik to'lovlari, yuridik xizmatlar uchun to'lovlar va boshqa xarajatlar.

Xarajatlar hisobi loyihani amalga oshirish, ishlarni tashkil qilish chizmasiga asoslanishi va quyidagilarni hisobga olishi shart:

- yuqorida ko'rsatilgan operatsiyalar bo'yicha investorlarning qarori;
- muvofiq operatsiyalarning boshlanishi va davom qilishini o'z ichiga olgan loyihani amalga oshirish muddatlari grafigi;

• zarur bo‘lgan ishchilar, texnik-muhandis xodimlar va xizmatchilar (yirik loyihalar uchun shtat jadvalini ko‘rsatish lozim), ularning ish haqlari va okladlari;

• joylarda ma’muriyat va yashash joylari, transport vositalari va hokazolarning mavjudligi;

• konsultant va ekspertlarga gonorar va ular bilan kelishuvning holati hamda xorijiy xodimlarga bo‘lishi mumkin bo‘lgan qo‘shimcha ish haqlar.

Nazorat uchun savollar

1. Tashkiliy rejalashtirish deganda nimani tushunasiz?
2. Loyihani amalga oshirishdagi xarajatlar nimalardan iborat?
3. Grafiklarni tuzish va tahlil qilishning qanday usullari mavjud?
4. Loyihaning qurilish davri o‘z ichiga nimalarni qamrab oladi?
5. Sotuv bozori deganda nimani tushunasiz?

Mavzuga oid test savollari

1. Mahsulotni sotuvga tayyorlash qaysi bosqichdan boshlanadi?

A) mahsulotni reklama qilishdan

B) sotuvchilarni tayyorlashdan

C) maxsus savdo uskunalarini yetkazib berishdan

D) A va B javoblar.

2. Grafiklarni tuzish va tahlil qilishning eng oddiy va keng tarqalgan usuli qaysi?

A) diagramma usuli B) jadval usuli

C) tarmoqli diagramma usuli D) kritik yo‘l usuli.

3. Bir qator o‘zaro bog‘langan va ketma-ketlikda amalga oshiriladigan operatsiyalarga ega bo‘lgan kompleks loyiha uchun qaysi usuldan foydalanish maqsadga muvofiq?

A) diagramma usuli B) jadval usuli

C) tarmoqli diagramma usuli D) kritik yo‘l usuli.

4. Korxonani sinovdan o'tkazish va ishga tushirish bilan bog'liq xarajatlar qaysi biriga kiradi?

A) loyihani amalga oshirishdagi boshqaruv xarajatlari

B) ma'muriyat apparatini tashkil qilish, ishchilar, muhandis-texnik xodimlar va xizmatchilarni ishga qabul qilish va tayyorlash bilan bog'liq xarajatlar

C) qurilishni, montajni, sinovlarni, sinov mahsulotlarini, ishga tushirishni va korxonani ekspluatatsiyaga topshirishni nazorat qilish bilan bog'liq sarflar

D) mahalliy hokimiyat organlari bilan aloqani yaxshilash xarajatlari.

5. Berilganlardan qaysi biri ma'muriyat apparatini tashkil qilish, ishchilar, muhandis-texnik xodimlar va xizmatchilarni ishga qabul qilish va tayyorlash bilan bog'liq xarajatlar tarkibiga kiradi?

A) muhandis-texnik xodimlar va xizmatchilarning ishga qabul qilingandan to mahsulot ishlab chiqargunga qadar muddatdagi ish haqlari

B) mahsulot sotib olish bilan shug'ullanadigan xodimlarning ish haqlari

C) ishlashga sanksiyalar olish xarajatlari

D) yuridik xizmatlar uchun to'lovlar va boshqa xarajatlar.

ILOVALAR

1-ilova

BIZNES REJANING NAMUNAVIY TARKIBI

1. MAXFIYLIK MEMORANDUMI

2. REZYUME

3. KORXONA HAQIDA MA'LUMOT

- 3.1. Korxona haqida ma'lumot
- 3.2. Boshqaruv guruhi
- 3.3. Korxona faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari

4. MARKETING REJASI

- 4.1. Ishlab chiqaruvchi mahsulot (xizmat)ning jahon bozori tahlili
- 4.2. Ishlab chiqaruvchi mahsulot (xizmat)ning O'zbekiston bozori tahlili
- 4.3. Mahsulot (xizmat) iste'molchilari xarakteristikasi
- 4.4. Bozor talabi
- 4.5. Raqobat muhiti haqida ma'lumot
- 4.6. Bozorga kirib borish strategiyasini tanlash
- 4.7. Loyiha amalga oshiriladigan region xarakteristikasi
- 4.8. Loyiha geografiyasi va transport kommunikatsiyasi

5. MAHSULOT HAQIDA MA'LUMOT

- 5.1. Mahsulot (xizmat) haqida ma'lumot
- 3.2. Mahsulot (xizmat)ni sotish rejasi
- 5.3. Mahsulot (xizmat)ni ishlab chiqarishning qonuniy asoslari

6. INVESTITSIYA REJASI

- 6.1. Loyihani amalga oshirishning kalendar rejasi
- 6.2. Investitsiya xarajatlari grafigi

7. ISHLAB CHIQARISH REJASI

- 7.1. Loyihaning joylashgan o'rni va infrastrukturasi haqida ma'lumot
- 7.2. Ishlab chiqarish texnologiyasi
- 7.3. Asbob-uskunalar bozori tahlili
- 7.4. Qo'llaniladigan asbob-uskunalar
- 7.5. Mahsulot (ximat) tannarxi
- 7.6. Ishlab chiqarish dasturi
- 7.7. Xomashyo, resurslarni yetkazib beruvchilar
- 7.8. Mahsulotning ekologik xavsizligi

8. TASHKILIY REJA

- 8.1. Korxonaning boshqaruv tuzilmasi
- 8.2. Personalni rejalashtirish

9. MOLIYAVIY REJA

9.1. Moliyaviy hisob-kitobning boshlang'ich ma'lumotlari

9.2. Moliyalashtirilishi lozim bo'lgan mablag' va loyihani moliyalashatirish manbalari

9.3. Pul mablag'lari harakati bashorati

9.4. Balans

9.5. Sof foyda bashorati

9.6. Moliyaviy koeffitsiyentlar bashorati

9.7. Loyihaning texnik-iqtisodiy va moliyaviy ko'rsatkichlari

10. LOYIHANING TAVAKKALCHILIGI TAHLILI

10.1. Tavakkalchilikning sifat tahlili

10.2. Sezuvchanlik tahlili (riskning moliyaviy tahlili)

10.3. Riskni kamaytirish yo'llari.

11. Xulosa

12. Ilovalar

"Tasdiqlayman"

_____

_____

"____" _____ 20__-y.

"Qo'shko'pir Elita Chorva" MCHJ
BIZNES REJASI

(Qo'shko'pir tumani Kenagas qishlog'ida sut yetishtirishga mo'ljallangan chorvachilik majmuasi biznes rejasi)

Urganch

1. MAHFIYLIK MEMORANDUMI

Biznes reja tijorat siri vositasi va intellektual mulk obyekti hisoblanib, tegishlicha himoya qilinishi lozim. Ushbu biznes reja "Qo'shko'pir Elita chorva" MChJning tijorat siri hisoblanadi, shuningdek, "Qo'shko'pir Elita chorva» MChJ biznes rejani tuzuvchilarning roziligisiz uni uchinchi shaxslarga berishi taqiqlanadi (qonun hujjatlarida ko'rsatilgan holatlar bundan mustasno).

2. LOYIHANING QISQACHA MAZMUNI (REZYUME)

Sut ixtiyoriy vaqtda va ixtiyoriy davrda doimiy o'zgarmas talab bilan iste'mol qilinadigan mahsulotdir. Sut ishlab chiqarishni, sut fermasini tashkil qilishni oldimizga qo'yib biz barqaror foyda olishni ko'zlashimiz mumkin. Lekin faqatgina sut fermasini ochishdan oldin uning tashkiliy ishlari bilan jiddiy shug'ullanish orqaligina bunga erishishimiz mumkin.

Biznes reja sut fermasini ochishda duch kelinishi mumkin bo'lgan ixtiyoriy muammoning oldini olishning eng ishonchli yo'li hisoblanadi. Ushbu hujjatda bu sohada tajribaga ega bo'lmay turib, qanday qilib sut fermasini tuzishdan boshlab, vujudga kelishi mumkin bo'lgan risklarni aniqlash va uni qanday qilib hal qilish yo'llarini qidirishgacha bo'lgan ixtiyoriy savolga javob topish mumkin. Bunda chorvachilik majmuasini tashkil qilishda barcha amalga oshiriladigan harakatlarning ketma-ketligi batafsil bayon qilingan.

Loyihaning nomi	200 bosh sog'in sigir boqishga mo'ljallangan "Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJ chorvachilik majmuasi biznes rejasi
Loyiha tashabbuskori	"Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJ
Loyiha amalga oshiriladigan joy	Xorazm viloyati. Qo'shko'pir tumani, Kenagas qishlog'i
Tashkiliy huquqiy shakli	Aralash shirkatlar (THShT kodi 1152)
Mulkchilik shakli	Xo'jalik jamoalari mulki (MShT kodi 142)
Loyihaning mohiyati:	
• loyihaning maqsadi	"Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJda 200 bosh molga mo'ljallangan chorvachilik majmuasini ishga tushirish orqali Xorazm viloyati Qo'shko'pir tumanining qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini oshirish

• loyihaning turi	Qo'shko'pir tumani Kenagas qishlog'ida "Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJ uchun ajratiladigan yer maydonida tashkil qilinadigan 200 bosh molga mo'ljallangan chorvachilik majmuasida sut ishlab chiqarishni tashkil qilish
• maqsadga erishish yo'li	Sut olish va uni qayta ishlashning zamonaviy texnologiyalarini o'zlashtirish orqali ishlab chiqarish rentabelligiga va aholi bandligini oshirishga erishish
Loyihani amalga oshirish muddatlari va bosqichlari	2012-yil sentabr–2022-yil dekabr, shu jumladan: 2012-yil sentabr–2013-yil sentabr – investitsion davr 2013-yil sentabrdan loyihaviy quvvatga erishish
Moliyaviy resurslar, mln so'mda	
• loyihaning umumiy qiymati	7446,6 mln.so'm
• qurilish ishlari hajmi	5000 mln.so'm
• smeta-qurilish hujjatlari	150 mln. so'm
• biznes reja	50 mln. so'm
• texnika va texnologiyalar (transport va uskunalar)	800 mln.so'm
• zotdor mollar qiymati	1446,6 mln so'm
• moliyalashtirishga ehtiyoj	7446,6 mln.so'm
Moliyalashtirish tartibi:	
• o'z va qarz mablag'lari hissasi	O'z mablag'lari – 0 % Qarz mablag'lari – 100 %
• kredit hajmi	7446,6 mln.so'm
• foiz stavkasi	yillik 8%
• kreditni taqdim qilish va qaytarish grafigi	kreditni berish: 2012-yil sentabr-dekabr – 6723,3 mln. so'm 2012-yil iyun – 723,3 mln.so'm imtiyoz davri: 2012-yil sentabr-2013 yil dekabr qaytarish: 2014–2022-yillarda grafik bo'yicha
Loyihaning iqtisodiy samaradorligini baholash	
Loyiha tavakkalchiligini baholash	O'rtacha darajada
Loyihaning ta'minlanganligi	"Xorazmavtotexxizmat" OAJ va "Xorazmavtosavdo" OAJlarning 8000 mln. so'mlik kafolat xati

3. LOYIHA TASHABBUSKORI

3.1. Umumiy ma'lumotlar

Korxonaning nomi: "Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJ

Tashkiliy huquqiy shakli: *Aralash shirkatlar (THShT kodi 1152)*

Mulkchilik shakli: *Xo'jalik jamoalari mulki (MShT kodi 142)*

Korxonaning yuridik va pochta manzili: *Xorazm viloyati Qo'shko'pir tumani Kenagas qishlog'i*

Telefon, faks, elektron pochtasi: _____

Korxona rahbari (F.I.O. to'liq), telefon: _____

Korxonaning bosh buxgalteri (F.I.O. to'liq) telefon: _____

Loyihani bajarish uchun mas'ul: _____

Korxonani tashkil topgan vaqti: *2012-yil*

Korxonaning ro'yxatdan o'tgan vaqti, joyi va qaror raqami: *2012-yil 9-avgust, Qo'shko'pir tumani hokimining 2012-yil 7-avgustdagi 844Q-raqamli qarori*

Ustav kapitali miqdori: *29.412.000 so'm*

3.2. Ta'sischilar

Korxonaning asosiy ta'sischilari, manzili, ustav kapitalidagi hissasi:

- *"Xorazmavtotexxizmat" OAJ (Xorazm viloyati, Urganch shahar, Sanoatilar ko'chasi 24-uy, pochta indeksi 220100), 15.000.000 so'm, 51 %;*
- *"Xorazmavtosavdo" OAJ (Xorazm viloyati, Urganch shahar, Az-Zamaxshariy ko'chasi 57-uy, pochta indeksi 220100), 14.412.000 so'm, 49 %.*

3.3. Faoliyat turlari va hajmi

Asosiy faoliyat turi:

- *sut, go'sht mahsulotlari yetishtirish, qayta ishlash va sotish;*
- *nasldor chorva mollarini bo'rdoqiga boqish, ko'paytirish, yetishtirish va sotish.*

Ishlab chiqariladigan mahsulotning asosiy turlari:

- *sut;*
- *go'sht (tirik vaznda).*

3.3.1-jadval

Ishlab chiqarish hajmi (reja)

Yillar / Mahsulot	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Sut (ming litr)	783,0	1194,7	1210,4	1222,2	1226,2	1226,2	1210,5	1186,9	1155,5	1112,3
6 oylik buzoq, bosh	100	200	200	200	200	200	200	200	200	200

3.4. Moliyaviy ahvoli

Yangi tashkil qilingan korxonaning joriy moliyaviy ahvoli baholanmaydi.

3.5. Rahbarlar haqida ma'lumot

Korxona boshqaruv xodimlari ushbu sohada yuqori tajribaga ega shaxslar bo'lib, o'z lavozimi uchun tegishli malakaga egalar. Korxona boshqaruv xodimlari haqida ma'lumot quyidagi jadvalda keltirilgan.

3.5-jadval

Korxonaning rahbar xodimlari haqida qisqacha tavsifi

№	Familiyasi va ismi	Tug'. yili	Lavozimi	Ma'lumoti	*Ushbu sohadagi ish staji*
1.		1972-yil	Direktor	Oliy	15
2.		1978-yil	Zootexnik	Oliy	10
3.		1980-yil	Vetvrach	Oliy	8
4.		1980-yil	Texnolog	Oliy	8
5.		1980-yil	Muhandis	Oliy	8

4. TAQDIM QILINAYOTGAN LOYIHANING MOHIYATI

4.1. Obyekt joylashgan o'rni

"Qo'shko'pir Elita Chorva" ma'suliyati cheklangan jamiyati 2012-yil 9-avgustda tashkil qilingan. Korxona hali ishga tushmagan bo'lib, 200 sigirga mo'ljallangan chorvachilik majmuasini tashkil qilishni va aholiga asosiy oziq-ovqat mahsuloti bo'lgan sut mahsulotini yetkazib berishni rejalashtirmoqda.

Umuman olganda, korxona sut mahsulotlari etishtirishga ixtisoslashgan bo'lib, keyinchalik sut mahsulotlarini qayta ishlash, yetkazib berish va nasldor mollarni yetishtirib sotish bilan shug'ullanishni rejalashtirgan.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishni ko'paytirishning eng ustuvor yo'li – dehqonchilik mahsulotlari yetishtirishda intensiv agrotexnologiyalarni qo'llash, sohani tom ma'noda modernizatsiya qilishdir.

Prezidentimiz "...sanoat bilan bir qatorda iqtisodiyotimizning qishloq xo'jaligi kabi yetakchi sohasini ham modernizatsiya qilish, uning tarkibiga kiradigan deyarli barcha tarmoq va ishlab chiqarish sohalarining butun kompleksida texnik va texnologik yangilash ishlarini amalga oshirishga katta ehtiyoj sezilmoqda"[1], deya ta'kidlaganlaridek, qishloq xo'jalik mahsulotlarini, jumladan, chorvachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni ko'paytirishning eng ustuvor yo'li – zamonaviy, ilg'or intensiv texnologiyalarni qo'llash, sohani modernizatsiya qilishdir.

"Qo'shko'pir elita chorva" MChJ o'z mahsulotlari bilan bozorga kirib borishda asosiy e'tiborni iste'molchilar sut mahsulotiga bo'lgan talabini to'liq qondirishga e'tibor qaratmoqda, ya'ni to'yinmagan bozorda o'z o'rnini topishni o'z oldiga maqsad qilib qo'ygan. Korxona bozorga kirishda mahsulot ishlab chiqarishning ilg'or texnika va texnologiyalaridan samarali foydalanish hamda mahsulot sifatining yuqoriligini ta'minlashni ko'zlamoqda.

Korxona bu muvaffaqiyatlarga erishish uchun majmuaga eng so'nggi texnologiyalarni joriy qilish, shuningdek, Xorazmning iqlim sharoitiga

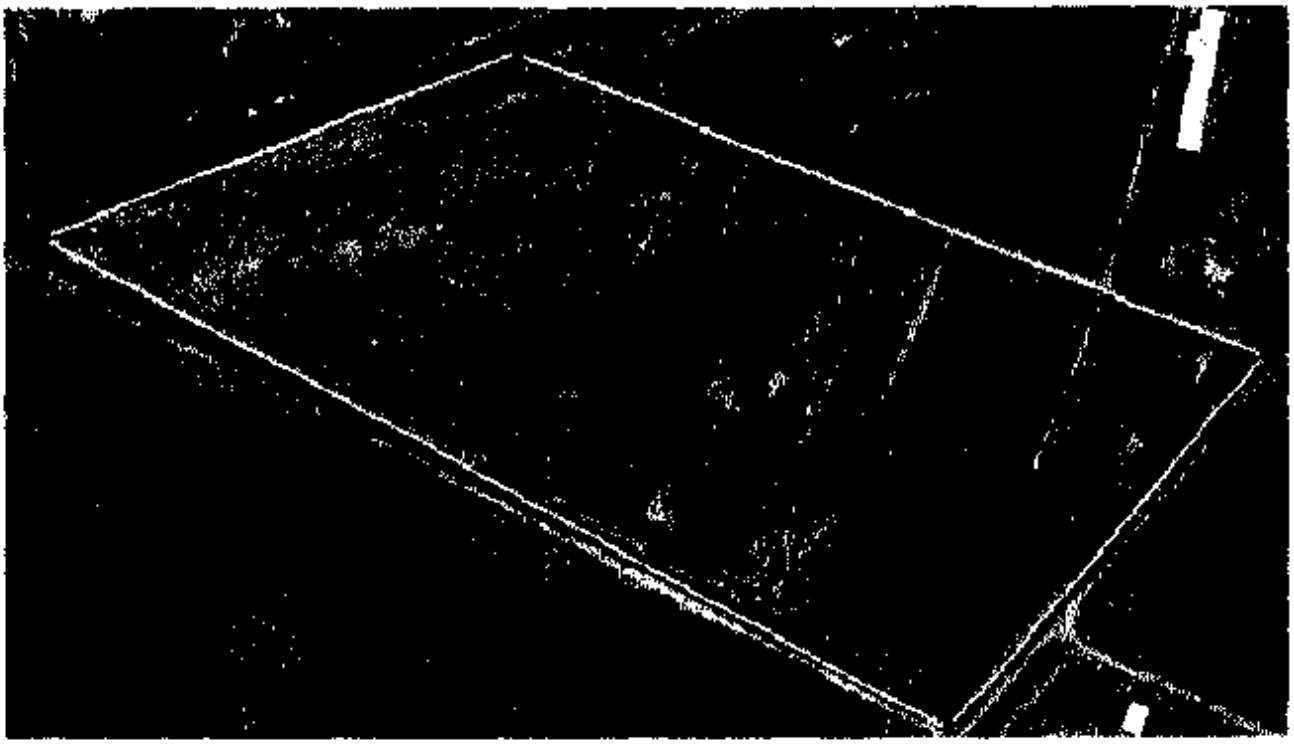
---

[1] Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. // Prezident Islom Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. 2011-yil 21-yanvar.

mos bo'lgan Qizilcho'l zotli mollardan 200 boshini Ukraina davlatidan keltirishni rejalashtirmoqda.

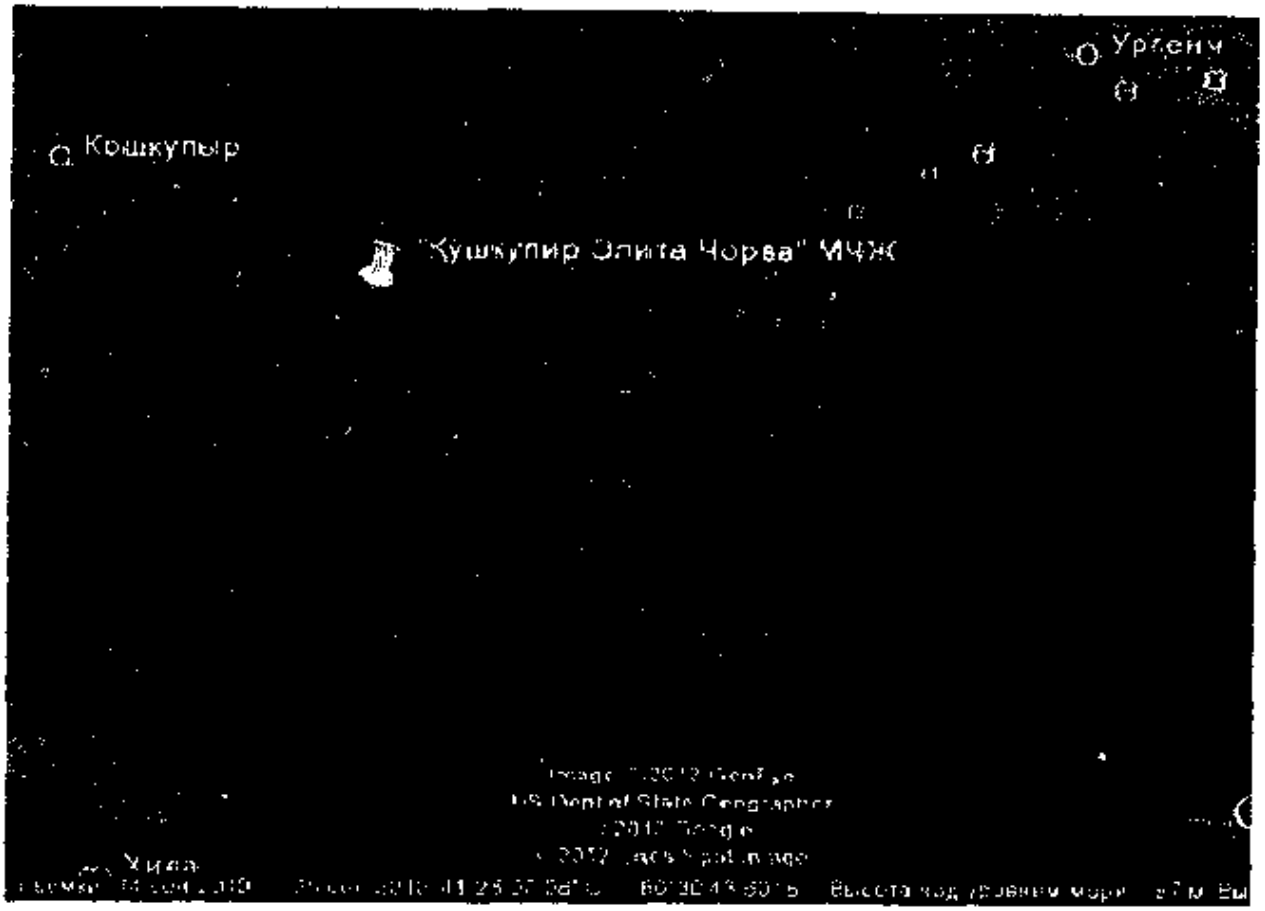
"Qo'shko'pir elita chorva" MChJ Xorazm viloyati Qo'shko'pir tumani Kenagas qishlog'ida tashkil etilgan, ushbu 200 bosh sog'in sigir boqishga mo'ljallangan chorvachilik majmuasi Xiva-Yangibozor yo'lining 13-kilometrida yo'l yoqasida joylashgan. Majmua Qo'shko'pir shaharchasidan 9 km, Xiva shahridan 13 km, Urganch shahridan 18 km, Yangibozor shaharchasidan 24 km va Urganch tuman markazidan 21 km uzoqlikda joylashgan bo'lib, uning joylashgan o'rni korxona mahsulotlarining asosiy iste'molchilariga yaqin va qulay. Shuningdek, korxona oziqa bazasini ta'minlash uchun ajratib berilgan 100 ga sug'oriladigan yer maydoni ham majmua hududiga tutash joylashgan. Chorvachilik majmuasi qurilishi uchun 4,2 ga yer ajratilgan bo'lib, uning joylashgan o'rni quyidagi rasmlarda ko'rsatib berilgan.

Qurilish uchun mo'ljallanayotgan hudud (umumiy maydoni 6,0 ga)



1-rasm.

Majmuaning joylashgan o‘rni



2-rasm.

“Qo‘shko‘pir elita chorva” MChJ joylashgan o‘rni eng yaqin aholi punktidan 1 km uzoqlikda joylashgan bo‘lib, bu, birinchidan, loyihani amalga oshirish uchun infratuzilma obyektlarining (elektr energiya, gaz, ichimlik suvi) mavjudligini, ikkinchidan, hududda yashovchi aholini ish bilan ta’minlash masalalarini hal qilish imkonini beradi.

4.2. Mahsulot tavsifi

Sut ixtiyoriy vaqtda va ixtiyoriy davrda doimiy o‘zgarmas talab bilan iste’mol qilinadigan mahsulotdir.

Ukrainadan olib kelinishi mo‘ljallanayotgan Qizilcho‘l zoti Xorazm viloyatining iqlim sharoitiga yaxshi moslashgan. Ushbu qoramolning tirik vazni: sigirlarniki 400–500 kg, buqalarniki 750–800 kg keladi. Sog‘in davrida tarkibida 3,81% yog‘i bo‘lgan 6000–6500 litr sut beradi. Xorazm viloyati sharoitida Qizilcho‘l mollaridan olingan buzoqlar tug‘ilganda

o‘rtacha 27–30 kg, 6 oyligida 130–135 kg, 12 oyligida 205–210 kg, 18 oyligida 270–280 kg tirik vaznda bo‘ladilar. Ilg‘or xo‘jaliklarda esa birinchi marta qochirilgan g‘unajin tirik vazni 300 kg atrofida bo‘ladi.

Korxonaning asosiy mahsuloti bo‘lgan sut hududda yetishtirilayotgan sut mahsulotlaridan o‘zining yog‘lilik darajasi bilan farq qiladi. Hozirgi paytda viloyatda asosiy sutni qayta ishlovchi korxonalardan biri hisoblangan Urganch tumanida joylashgan "Tilla Domor" xususiy korxonasining sutni qayta ishlash sexida 3,6 % yog‘lilik darajasiga ega 1 kg sut uchun 950 so‘m qilib bazis narx o‘rnatilgan.

$$\text{Topshirilgan sutning bahosi (kg)} = \frac{\text{Yog‘lilik ko‘rsatkichi}}{3{,}6} \times \frac{\text{Oqsillik ko‘rsatkichi}}{3{,}0} \times \text{Bazis narx}$$

Agar majmuada ishlab chiqariladigan sutning bahosini yuqoridagi formula asosida hisoblaydigan bo‘lsak, 1 kg sut bahosi 1005 so‘mni tashkil qiladi. "Tillo Domor" xususiy korxonasida o‘rnatilgan bazis narxlarni tahlil qiladigan bo‘lsak, majmua sut sotib boshlaydigan davr 2013-yil aprel oyiga kelib, bazis narx 1000 so‘m bo‘lishi kutilmoqda. Bunda majmua tomonidan ishlab chiqarib sotiladigan sutning sotish bahosi 1058 so‘mni tashkil qiladi.

4.3. Mahsulotni ishlab chiqarish texnologiyasi

Loyiha barqaror yuqori rentabellikka erishishi uchun buyurtmachi ("Qo‘shko‘pir Elita Chorva" MChJ)ning talablari asosida, hamda majmuaga zamonaviy namunaviy texnologik yechimlarni qo‘llagan holda majmuaning loyiha smeta hujjatlari "Loyiha qurilish lyuks" korxonasi tomonidan tayyorlanmoqda. Loyihaga zamonaviy texnologik yechimlarning tadbiq qilinishining o‘zi korxona rentabelligini 40–50% ga oshirish imkonini beradi.

Loyihani amalga oshirish natijasida tashkil qilinadigan ishlab chiqarish texnologiyasi quyidagi tadbirlarni amalga oshirish natijasida shakllantiriladi:

1. Ajratilgan yer maydonida (1-rasmga qarang) loyiha smeta hujjatlariga asosan majmuaning tegishli bino va inshootlari (sog‘in sigirlar va yangi tug‘ilgan buzoqlarni saqlash binolari, sog‘ish, sutni saqlash

binolari va boshqa yordamchi binolar) quriladi va zarur texnologiyalar bilan jihozlanadi (2012-yil sentabr-dekabr oylari).

2. Qishlovni talofatsiz o'tkazish, hamda 2013-yil iyul oyigacha qoramol va buzoqlarni boqish uchun yetarli bo'lgan yem-xashak zaxirasi (makkajo'xori silosi, beda va pichan senaji, dag'al xashak, shrot, sheluxa va omixta yem) jamg'ariladi (2012-yil oktabr-noyabr).

3. Ukrainadan zotdor Qizilcho'l zotli bo'g'oz qoramollarning 1-partiyasi (100 bosh) olib kelinadi (2012-yil dekabr).

4. Majmua uchun ajratilgan yerni reja asosida ekishga tayyorlash va ekish ishlarini tashkil qilish (2013 yil fevral-aprel oylari).

5. Keltirilgan zotdor qoramollardan to'liq buzoq olishga erishish (2013 yil mart-aprel oylari).

6. Sog'ib olingan sutni sotish ishlarini tashkil qilish (2013 yil aprel oyidan boshlab).

7. O'zi ishlab chiqargan yem-xashak zaxirasini qishga tayyorlash (2013-yil may-oktabr oylari.

8. Ukrainadan zotdor Qizil cho'lzotli bo'g'oz qoramollarning 2-partiyasi (100 bosh) olib kelinadi (2013-yil iyun).

9. Keltirilgan zotdor qoramollardan (2-partiya) to'liq buzoq olishga erishish (2013-yil avgust-sentabr oylari).

10. Ishlab chiqarish uzluksizligiga erishish (2013–2022-yilllar).

Korxonaning ishlab chiqarish quvvati bosqichma-bosqich oshib boradi va 2014-yildan boshlab to'liq quvvat bilan ishlay boshlaydi. Ishlab chiqarish quvvatining oshib borish jarayoni ilovalarda batafsil o'z aksini topgan.

4.4. Sotib olinadigan uskunalarning tavsifi

Loyiha bo'yicha qurilish qiymati 5 mlrd. 000 mln. so'mni tashkil qiladi. Shuningdek, infratuzilmani rivojlantirish va mahsulot ishlab chiqarish (chorva uchun yem-xashak jamg'arish va sut ishlab chiqarish) uchun qishloq xo'jalik texnikasi va uskunalarni sotib olish mo'ljallanmoqda.

4.4-jadval

Sotib olinadigan uskunalar

№	Asbob-uskunalar	Qiymati (m.so'mda)	Soni	Summasi (m.so'mda)
1.	Orion traktori	160.000	1	160.000
2.	T-28 traktori pritsepi bilan	45.000	2	90.000
3.	KG-6 kormauborshik	287.000	1	287.000
4.	Miksher, pogruzchik, presspodborshik, KIR 1,5, molokovoz	233.000	Komp	233.000
5.	Yengil avtomobil	30.000	1	30.000
Jami texnika va uskunalar				800.000

Majmuaga Ukrainadan 2012-yil dekabrda 100 bosh va 2013-yil iyun oyida 100 bosh zotdor Qizilcho'l zotli mollar olib kelish mo'ljallanmoqda. Olib kelinishi mo'ljallannayotgan mollarning umumiy qiymati 1 mlrd. 446,6 mln. so'mni[1] tashkil qiladi.

Shunday qilib, majmuaning umumiy qiymati 7 mlrd. 246,6 mln. so'mni tashkil qiladi.

4.5. Ishlab chiqarishning ekologik masalalari

Majmua qurilishi mo'ljallanayotgan joy aholi yashash joyidan 1 km uzoqlikda joylashgan bo'lib, qurilish o'rni shaharsozlik me'yorlari talablariga to'liq javob beradi hamda aholi uchun ekologik xavf tug'dirmaydigan hududda joylashgan. Qurilishda va majmuaning kelgusi faoliyatida qo'llaniladigan texnologiyalar chiqadigan chiqindilarning ruxsat etiladigan kontsentratsiyasi va me'yorlariga rioya qilishni nazarda tutadi. Axlatni olib chiqishning zamonaviy sxemasi korxonada va unga yondosh hududlar ekologik ahvolini yaxshilashga xizmat qiladi. Mol boqiladigan binolar va sexlarda havoning sifatini yaxshilash uchun ventilyatsiya tizimi o'rnatiladi.

[1] 100 bosh qoramol 286000 yevro, 1 partiya bahosi 723,3 mln.so'm. 25.9.2012-yilga 1evro=2528,98 so'm.

5. TARMOQNING HOZIRGI AHVOLI TAHLILI

Bugungi kunda dunyo aholisi soni shiddat bilan o'sib bormoqda. Mamlakatimizda o'tgan asrning 90-yillarida o'rtacha jon boshiga 0,20 gektar sug'oriladigan qishloq xo'jaligi yerlari to'g'ri kelgan bo'lib, bu ko'rsatkich 2010-yilda 0,15 gektarni tashkil qildi. Tahlillarga qaraganda, 2030-yilga borib hozirgi yer maydonlari hajmi kamaymagan taqdirda ham, faqat aholi sonining o'sishi hisobiga jon boshiga 0,12 gektar maydon to'g'ri kelishi kutilmoqda. Bu kelgusida aholini oziq-ovqat bilan ta'minlash masalasi yanada murakkab bo'lishidan dalolat beradi. Respublikamizda ham aholini oziq-ovqat mahsulotlari, jumladan, chorvachilik mahsulotlari bilan ta'minlash hozirgi davrda eng dolzarb masalalardan biridir.

Bu borada Qishloq va suv xo'jaligi, Moliya, Iqtisodiyot vazirliklari va tegishli vazirlik hamda idoralar bilan birgalikda qishloq xo'jaligini modernizatsiya qilish bo'yicha qator loyihalar ishlab chiqildi. Jumladan, qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishda yangi zamonaviy intensiv agrotexnologiyalarni qo'llash; yerlarning meliorativ holatini va suvdan samarali foydalanish orqali tuproq unumdorligini oshirish; chorvachilikni rivojlantirish; qishloq xo'jaligini yangi, zamonaviy, yuqori unumli va tejamkor texnikalar bilan ta'minlash; qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlashni rivojlantirish; qishloq va suv xo'jaligi sohasini yuqori malakali kadrlar bilan ta'minlash tizimini takomillashtirish kabi yo'nalishlarda keng ko'lamli vazifalar belgilab olindi.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishda, yangi zamonaviy intensiv agrotexnologiyalarni qo'llash natijasida 2015-yilga borib boshoqli don yetishtirish hajmini 10, meva yetishtirish hajmini 72, sabzavot va kartoshka yetishtirish hajmini 38% oshirish ko'zda tutilmoqda.

Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini ilg'or texnika va texnologiyalarsiz tasavvur qilish qiyin. Qishloq xo'jalik texnikalarini yangilash bo'yicha xorijning ilg'or kompaniya va firmalari bilan keng hamkorlik qilish nazarda tutilgan. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlash sohasini rivojlantirish borasidagi tadbirlar natijasida 2015-yilga borib meva-sabzavot va poliz mahsulotlarni qayta ishlash 1,5, go'shtni qayta ishlash 2,2, sutni qayta ishlash 1,6 marta ko'payadi.

Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini qayta ishlash sohasida 2015-yilga qadar 500 dan ortiq loyiha ishga tushiriladi. Jumladan, go‘shtni qayta ishlash bo‘yicha 142 ta korxona tashkil etilib, qo‘shimcha 25,2 ming tonna mahsulot; sutni qayta ishlash bo‘yicha 159 ta korxona ishga tushirilib, qo‘shimcha 65,6 ming tonna mahsulot; meva-sabzavotni qayta ishlash bo‘yicha 189 ta korxona faoliyati yo‘lga qo‘yilib, qo‘shimcha 89,7 ming tonna mahsulotni qayta ishlash quvvatiga erishiladi.

Yuqoridagi kabi chora-tadbirlar qishloq xo‘jaligining deyarli barcha tarmoq va ishlab chiqarish sohalarining butun kompleksini qamrab oladi.

Jumladan, ushbu loyiha ham mamlakatimiz iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri – qishloq xo‘jaligini barqaror rivojlantirish, soha samaradorligini oshirish, xalqimizning, ayniqsa, qishloq aholisining turmush darajasini yuksaltirish borasida amalga oshirilayotgan ishlardan biridir.

6. XOMASHYO SOTIB OLISH VA MAHSULOTNI SOTISH BOZORI TAHLILI

6.1. Xomashyo, materiallar va butlovchi qismlar bozori

Mahsulot ishlab chiqarish uchun yem-xashak yetishtirish bazasi sifatida yer maydoni kerak bo'ladi, shuningdek, qoramollar ratsioniga qo'shimcha sifatida oqsil-vitamin-mineral qo'shimchalar, buqalar urug'ligi, dori-darmonlar, mineral o'g'itlar, yoqilg'i-moylash materiallari, bir yillik va ko'p yillik o'tlar, yem-xashak uchun g'alla donlarining urug'lari kerak bo'ladi. Yuqorida sanab o'tilgan barcha tur resurslarni olishda korxona to'lov layoqatiga ega va hech qanday qiyinchiliklarga duch kelmaydi.

6.2. Sotish bozorida raqobat

Bozorning kam to'yinganligi sababli yaqin kelajakda raqobatning keskinlashishi kutilmaydi.

6.3. Sotish bozori hajmini oshirish imkoniyatlari

Korxonaning loyiha bo'yicha mavjud imkoniyatlariga qo'shimcha ravishda yaqin kelajakda (2015–2016-yillarda) sutni qayta ishlash sexini tashkil qilib, ishlab chiqarilgan sutni qayta ishlab sut mahsulotlari sotish ko'zlanmoqda.

6.4. Loyihaning marketing strategiyasi

Ishlab chiqarishni rivojlantirish loyihasi chorvachilik mahsulotlari hajmini oshirish va uning sifatini sezilarli yaxshilash maqsadida quyidagi tadbirlarni amalga oshirishni ko'zlamoqda:

1) sog'in sigirlar asosiy podasini tashkil qilishda podaning zot tarkibiga qo'yilgan talablarga qat'iy rioya qilish orqali sut ishlab chiqarishning reja ko'rsatkichlariga erishishni ta'minlash;

2) xo'jalikda chorvachilikni texnik jihatdan qurollantirish orqali sut va yirik shoxli mollar go'shtining (tirik vaznda) zarur darajadagi sifatini ta'minlash, bu mahsulot raqobatbardoshligini va bahosini oshirishga xizmat qiladi;

3) mahsulotning (eng avvalo, sutning) mavjud yirik xaridorlari bilan mahsulotni yetkazib berish bo'yicha uzoq muddatli shartnomalarning tuzilishi, bu sotishning oldindan prognoz qilish imkonini beradi.

7. TASHKILIY REJA

7.1. Loyihani amalga oshirishning tashkiliy-huquqiy shakli

"Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJ bir vaqtning o'zida loyiha tashabbuskori, uni amalga oshiruvchi va qarz oluvchi hamdir.

7.2. Asosiy hamkorlar

Loyihani amalga oshirishda "Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJning asosiy hamkorlari quyidagilar hisoblanadi:

- moliyaviy masalalar bo'yicha: AT "Asakabank" Xorazm filiali, "Agromashlizing" AJ;
- kredit garovi bo'yicha: ta'sischilar – "Xorazmavtotexxizmat" OAJ va "Xorazmavtosavdo" OAJlar;
- uskunalarni yetkazib berish bo'yicha – loyihani amalga oshirish jarayonida aniqlashtiriladi;
- boshqa tur xomashyo, materiallarni yetkazib berish va mahsulotni sotish jarayonlari loyihani amalga oshirish jarayonida aniqlashtiriladi.

7.3. Loyihani amalga oshirish grafigi

Loyihani amalga oshirishning asosiy bosqichlari va ular orasidagi o'zaro bog'liqlik 1-ilovada keltirilgan.

8. MOLIYAVIY REJA

8.1. Hisob-kitob uchun qabul qilingan shart va taxminlar

Hisob-kitoblar doimiy narxlarda amalga oshirildi (2012-yil 15-sentabr). Hisob-kitob davri davomiyligi 10,5 yil (loyiha bo'yicha sotib olinadigan uskunalar va qishloq xo'jalik texnikasining birinchi qismi me'yoriy eskirishini hisobga olgan holda).

Hisob-kitobni amalga oshirish qadami – bir oy.

Loyihani tahlil qilishda quyidagi taxminlar qo'llanildi.

Ayrim normativ ko'rsatkichlar	
Sut beradigan sigirlar	97,09
Boqilayotgan buzoqlar (6 oygacha)	96,80
Uskunalarning xizmat qilish muddati, yil	10
Bino va inshootlarning xizmat qilish muddati, yil	20
Korxona uchun diskont stavkasi (yillik)	10 %

Barcha asos qilib olingan ma'lumotlar ming (mln.) so'mda berilgan. Loyihaning samaradorligini baholashda investitsiyalarning qoldiq qiymati hisobga olinmadi.

8.1.1. Sog'in sigirlarning mahsuldorligi

Sog'in sigirlarning mahsuldorligi va sog'ib olinadigan sutning yog'lilik darajasi laktatsiya davri (305 kun) 10 oy davomida o'zgarib boradi.

8.1.1-jadval

Ukrainaning qizil cho't zotli sigirlaridan sog'ib olinadigan sut miqdori (litrda)

	1-oy	2-oy	3-oy	4-oy	5-oy	6-oy	7-oy	8-oy	9-oy	10-oy
Kunlik sut miqdori	26	30	28	26	24	21	18	15	12	8
Buzoqqa beriladigan sut miqdori	6	4,5	1							
Sotiladigan sut miqdori	20	20	25,5	27	26	24	21	18	15	12
Yog'lilik darajasi, % da	3,6	3,6	3,7	3,8	3,8	3,9	4	4	4,1	4,1

Yuqoridagi jadval ma'lumotlarini hisob-kitob qilib ko'rsak, Qizilcho'l zotli qoramollardan o'rtacha 3,81% yog'lilik darajasiga ega sut sog'ib olinadi. Bundan tashqari, ushbu jadvalda ma'lumotlar litrda berilgan. Biz keyingi hisob-kitoblarimizda sog'ib olinadigan sut miqdorini tonnalarda hisobga oldik.

Sutni litrdan kilogrammga o'tkazish uchun 1,03 ga ko'paytirishimiz kerak[1], ya'ni sutning zichligi 1,03 kg/l ga teng. Shuni hisobga olgan holda, biz hisob-kitoblarni litrda hisobga olgan holda sut beradigan sigirlarda chiqadigan sut miqdorini 97,1 % qilib hisobga oldik.

Shuningdek, Qizilcho'l zotli qoramollarning mahsuldorligi sog'in sigirlarning bo'g'oz va tug'ish davrlarida o'zgarib boradi. Biz hisob-kitoblarimizda tug'ish davrida 1-tug'ish davrida mahsuldorlikni 100 deb hisoblab, keyingi tug'ish davrlarida 1-tug'ish davriga nisbatan o'zgarishlarni hisobga oldik.

Tug'ish davrlari	1-tug'ish	2-tug'ish	3-tug'ish	4-tug'ish	5-tug'ish	6-tug'ish	7-tug'ish	8-tug'ish	9-tug'ish	10-tug'ish
1-tug'ish davriga nisbatan mahsuldorlik, % da	100	102	103	104	104	104	102	100	97	93

Biznes rejada tug'ilgan buzoqlar 6 oylik bo'lgandan keyin sotish ko'zda tutilgan. Bunda tug'ilgan buzoqlarning jins tarkibi 1 ga 1 tartibda hisobga olindi, ya'ni 100 bosh sigirdan 50 ta g'unajin va 50 ta buqa tug'iladi, deb hisobga olindi. Urganch shahrining Qibla bozor, Cholish bozorlarida qoramollar bahosini o'rganish natijasida hozirgi paytda Qizilcho'l zotli (zotdor) qoramolning 6 oylik buqasining (tirik vazni 200 kg) o'rtacha narxi 1600,0 ming so'm, 6 oylik qocharning (tirik vazni 150–160 kg) o'rtacha narxi 1200,0 ming so'mni tashkil qiladi. O'rta hisobda buzoqlarning o'rtacha narxi 1400,0 ming so'mni tashkil qildi. 2013-yilga oktabr oyiga kelib buzoqlar narxi o'rtacha 7% oshsa, 1498,0 ming so'm bo'ladi. Ammo biz hisob-kitoblarimizda 6 oylik buzoqlarning narxini 1450,0 so'mdan hisobladik. Bu orqali biz buzoqlarning chiqimini 96,80 % ga hisobladik.

[1] Abdoliyozov B. va boshqalar. Chorvadorlar uchun qo'llanma. – Urganch, "Xorazm" 2002. -205-b.

8.1.2. Xomashyo va materiallar va ishlab chiqariladigan mahsulotlar narxi

Chorvachilik sohasida asosiy xomashyo yem-xashak hisoblanadi. Majmua faoliyat ko'rsatishi uchun ajratiadigan 100 ga yer maydonida chorva mollari uchun beda, makkajo'xori silosi va pichani, makkajo'xori va bug'doy doni, bug'doy va sholi somoni va boshqa bir yillik va ko'p yillik o'tlar yetishtiriladi. Shrot, sheluxa, omuxta yem kabi yem-xashak maxsulotlari mol xomashyo birjasidan va boshqa xo'jaliklardan olinadi.

Biznes rejalarda 2012-yildan 2022-yilgacha bo'lgan davrda hisob-kitoblarda xomashyo va materiallarning yillik o'rtacha narxi yiliga 7%, YoMM narxi 8%, ish haqi 15–20%, ishlab chiqariladigan mahsulotlar sut narxi 7 %, go'sht narxi 7 % ga oshadi, deb hisoblandi.

8.2. Dastlabki (asos qilib olingan) ma'lumotlar

Moliyaviy tahlil uchun asos qilib olinadigan dastlabki ma'lumotlar qisman biznes rejaning oldingi ko'rib chiqilgan bo'limlarida berildi. Qo'shimcha ma'lumotlar – loyihaning soliq muhiti, sotiladigan mahsulot hajmi va bahosi dinamikasi, shuningdek, zarur resurslarning narxi va sarfi me'yori barcha tur mahsulotlarni ishlab chiqarish rejasiga taalluqli.

8.2.1. Soliq muhiti

"Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJ to'lashi lozim bo'lgan soliq va to'lovlar to'g'risidagi ma'lumotlar 8.2.1-jadvalda keltirilgan.

8.2.1-jadval

Soliq muhiti

Korxona tomonidan to'lanadigan soliqlarning nomi	Stavkasi (yoki summasi)	Soliqqqa tortish bazasi	Hisoblash davri (kun)	Imtiyoz (asos)
Yagona ijtimoiy to'lov	25 %	Ish haqi	30	
Yagona yer solig'i	6	Ishlab chiqarish hajmi		Qaysi soliq miqdori yuqori bo'lsa shu to'lanadi
Yer solig'i		Yer (baniteti)		

Aksiz solig'i	Yo'q			
Uskuna, xomashyo, materiallar, butlovchi qismlarga bojxona boji	Yo'q			
Qo'shilgan qiymat solig'i				
Boshqa soliqlar				

8.2.2. Mahsulot turlari va ularning narxi

Quyidagi jadvalda korxonada ishlab chiqariladigan mahsulot turlari va ularning narxi haqidagi ma'lumotlar keltirilgan.

8.2.2-jadval

Mahsulot nomenklaturasi va ularning narxi

№	Mahsulotning nomi	O'lchov birligi	QQSsiz, aksizsiz, bojxona bojisiz narx, ming so'mda	Aksiz	Bojxona boji	QQS	QQS, aksiz, bojxona boji bilan narx, ming so'mda
1	Sut	tonna	1058	-	-	-	1058
2	Buzoq (6 oylik)	bosh	1450	-	-	-	1450

8.2.3. Ishlab chiqarish rejasi

Ishlab chiqarish hajmi 8.2.3-jadvalda keltirilgan bo'lib, ushbu jadvalda 2013–2022-yillarda majmuada ishlab chiqarilishi rejalashtirilayotgan sut hajmi, tirik vaznda sotilishi mo'ljallanayotgan buzoq va sigirlar keltirilgan. Bundan tashqari, majmuada 2016-yildan boshlab sut mahsulotlarini ham ishlab chiqarish yo'lga qo'yilishi rejalashtirilmoqda.

8.2.3a-jadval

"Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJda 2013–2022-yillarda sotiladigan sut miqdori (tonnada)

Yil / Oy	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	0,00	102,00	104,04	105,06	106,08	106,08	106,08	104,04	102,00	98,94
2	0,00	72,00	73,44	74,16	74,88	74,88	74,88	73,44	72,00	69,84
3	0,00	63,00	64,26	64,89	65,52	65,52	65,52	64,26	63,00	61,11
4	60,00	115,20	116,88	118,02	118,56	118,56	117,36	115,08	112,20	108,18
5	76,50	123,03	124,70	125,91	126,36	126,36	124,83	122,40	119,21	114,80
6	81,00	118,62	120,15	121,32	121,68	121,68	120,06	117,72	114,57	110,25

7	78,00	103,56	104,82	105,84	106,08	106,08	104,52	102,48	99,66	95,82
8	72,00	73,44	74,16	74,88	74,88	74,88	73,44	72,00	69,84	66,96
9	63,00	64,26	64,89	65,52	65,52	65,52	64,26	63,00	61,11	58,59
10	114,0	116,28	117,42	118,56	118,56	118,56	116,28	114,00	110,58	106,02
11	121,5	123,93	125,15	126,36	126,36	126,36	123,93	121,50	117,86	113,00
12	117,0	119,34	120,51	121,68	121,68	121,68	119,34	117,00	113,49	108,81
Jami	**783,0**	**1194,66**	**1210,41**	**1222,20**	**1226,16**	**1226,16**	**1210,50**	**1186,92**	**1155,51**	**1112,31**

8.2.3b-jadval

"Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJda 2013–2022-yillarda sotiladigan buzoqlar haqida ma'lumot (bosh)

Yil / Oy	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
4		100	100	100	100	100	100	100	100	100
10	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Jami	**100**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**

Yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, sotiladigan buzoqlar 50 foiz qochar va 50 foiz buqa buzoqlar hisoblanadi. Ularda taxminiy yo'qotishni 3,57% ga baholadik.

8.2.4. Xomashyo, materiallar va boshqa resurslarning turlari va narxi

Chorvachilik mahsulotlari ishlab chiqarishda asosiy sarflanadigan resurslar 8.2.4-jadvalda keltirilgan tovar va xizmatlar hisoblanadi.

8.2.4a-jadval

Chorvachilikka sarflanadigan asosiy resurslar

№	Tovar va xizmatlar nomi	O'lchov birligi	Oylik o'rtacha sarf	Narxi	Summasi, ming so'mda
1	YoMM (yonilg'i-moylash materiallari)	Tonna	1,2	2000000	2400,0
2	Elektr energiyasi	KVt·soat	3000	100	300,0
3	Tabiiy gaz	Kub metr	10000	100	1000,0
4	Ichimlik suvi	Kub metr	450	400	180,0

8.2.4b-jadval

Dehqonchilikka sarflanadigan asosiy resurslar

№	Tovar va xizmatlar nomi	O'lchov birligi	Yillik o'rtacha sarf	
			2013- yil	2014-yildan boshlab
1	YoMM (yonilg'i-moylash materiallari)	Tonna	76	108
5	Mineral o'g'itlar	Tonna	50	50
6	Urug'lik	Ming so'm	20000	15000

8.2.4v-jadval

Chorvachilikka sarflanadigan xarajatlar me'yorining oylik o'rtacha tebranishi

№	Tovar va xizmatlar nomi	O'lchov birligi	Kalendar oy raqami											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	YoMM (yonilg'i-moylash materiallari)	Tonna	1,25	1,25	1,22	1,20	1,20	1,15	1,15	1,15	1,18	1,20	1,20	1,25
2	Elektr energiyasi	KVt soat	4000	3500	3500	3000	3000	2500	2500	2500	2500	2500	3000	3500
3	Tabiiy gaz	Kub metr	15000	15000	13500	12000	7000	5000	5000	5000	7000	8500	12000	15000
4	Ichimlik suvi	Kub metr	370	390	410	440	490	550	560	520	470	440	390	370

8.2.5. Bevosita material, xarajatlarni kalkulyatsiyalash

Bevosita material, xarajatlar hisob-kitobi yuqorida keltirilgan xarajatlar sarfi me'yori, rejalashtirilayotgan ishlab chiqarish hajmi dinamikasini hisobga olgan holda sut va go'sht (tirik vaznda) uchun ishlab chiqildi. Yem-xashak ishlab chiqarish xarajatlari asosiy ishlab chiqarish xarajatlari tarkibiga kiritildi. Bevosita material xarajatlar korxonada mahsulot ishlab chiqarish umumiy xarajatlari bilan qo'shib hisob-kitob qilindi.

Chorva mollarini boqishda ularning yoshi va holatiga (bo'g'oz) bog'liq ravishda tegishli oziqa birligida yem-xashak berilishiga erishishimiz kerak. Chorva uchun kerak bo'ladigan bevosita yem-xashak xarajatlari 3-ilovalarda keltirilgan. Chorva mollarini yosh davrlari bo'yicha boqish uchun qilinadigan yem-xashak xarajatlarining puldagi ifodasi 8.2.5-jadvallarda keltirilgan.

8.2.5a-jadval

Buzoqlarni 6 oygacha oziqlantirish sxemasi (sut hisobga olinmagan)

Yoshi, oy	Oylik harajat (1 bosh hisobiga so'mda)				Jami
	Omixta yem	Ildizmevalilar (sabzi, lavlagi)	Makkajo'xori silosi	Pichan	
Birinchi oy uchun	700	0	0	0	**700**
Ikkinchi oy uchun	6 300	3 400	0	1 950	**11 650**
Uchinchi oy uchun	15 400	11 900	0	3 900	**31 200**
To'rtinchi oy uchun	17 850	12 750	2 550	5 850	**39 000**
Beshinchi oy uchun	17 500	10 200	5 950	9 100	**42 750**
Oltinchi oy uchun	12 250	5 100	12 750	13 000	**43 100**

8.2.5b-jadval

7 oydan 27 oygacha buzoqlarni oziqlantirish sxemasi

Yoshi	Oylik xarajat (1 bosh hisobiga so'mda)						Jami
Oy	Pichan	Beda senaj	Makkajo'-xori silos	Dag'al o't (somon, qamish)	Shrot	She-luxa	
Yettinchi	9 750	10 800	15 300	9 000	9 000	9 000	**53 850**
Sakkizinchi	9 750	10 800	15 300	9 000	9 000	9 000	**53 850**
To'qqizinchi	9 750	10 800	15 300	9 000	9 000	9 000	**53 850**
O'ninchi	9 750	14 400	16 575	9 000	9 000	9 000	**58 725**
O'n birinchi	9 750	14 400	16 575	9 000	9 000	9 000	**58 725**
O'n ikkinchi	9 750	14 400	16 575	9 000	9 000	9 000	**58 725**
O'n uchinchi	9 750	14 400	25 500	9 000	9 000	9 000	**67 650**
O'n to'rtinchi	9 750	14 400	25 500	9 000	9 000	9 000	**67 650**
O'n beshinchi	9 750	14 400	25 500	9 000	9 000	9 000	**67 650**
O'n oltinchi	9 750	14 400	30 600	9 000	9 000	9 000	**72 750**
O'n yettinchi	9 750	14 400	30 600	9 000	9 000	9 000	**72 750**
O'n sakkizinchi	9 750	14 400	30 600	9 000	9 000	9 000	**72 750**
O'n to'qqizinchi	11 700	18 000	30 600	12 000	18 000	13 500	**90 300**
Yigirmanchi	11 700	18 000	30 600	12 000	18 000	13 500	**90 300**
Yigirma birinchi	11 700	18 000	30 600	12 000	18 000	13 500	**90 300**
Yigirma ikkinchi	11 700	21 600	30 600	12 000	18 000	13 500	**93 900**
Yigirma uchinchi	11 700	21 600	30 600	12 000	18 000	13 500	**93 900**
Yigirma to'rtinchi	11 700	21 600	30 600	12 000	18 000	13 500	**93 900**
Yigirma beshinchi	13 650	25 200	30 600	12 000	18 000	13 500	**99 450**
Yigirma oltinchi	13 650	25 200	30 600	12 000	18 000	13 500	**99 450**
Yigirma yettinchi	13 650	25 200	30 600	12 000	18 000	13 500	**99 450**

8.2.5c-jadval

Sog'in sigirlarni oziqlantirish sxemasi

Sog'ishning davri	Oylik harajat (1 bosh hisobiga so'mda)						Jami
	Pichan	Beda senaj	Makka-jo'xori silos	Dag'al o't (somon, qamish)	Shrot	Sheluxa	
Birinchi oyda	19 500	39 600	48 450	13 500	18 000	18 000	139 050
Ikkinchi oyda	27 300	54 000	63 750	15 000	18 000	18 000	178 050
Uchinchi oyda	27 300	54 000	63 750	15 000	18 000	18 000	178 050
To'rtinchi oyda	27 300	54 000	63 750	15 000	18 000	18 000	178 050
Beshinchi oyda	27 300	54 000	63 750	15 000	18 000	18 000	178 050
Oltinchi oyda	27 300	54 000	63 750	15 000	18 000	18 000	178 050
Yettinchi oyda	27 300	54 000	63 750	15 000	18 000	18 000	178 050
Sakkizinchi oyda	27 300	54 000	63 750	15 000	18 000	18 000	178 050
To'qqizinchi oyda	27 300	54 000	63 750	15 000	18 000	18 000	178 050
O'ninchi oyda	23 400	50 400	53 550	15 000	18 000	18 000	160 350

8.2.5d-jadval

Sog'in sigirlarni sut berishdan to'xtagan davrda *oziqlantirish* sxemasi

Bo'g'ozlik davri	Oylik harajat (1 bosh hisobiga so'mda)						Jami
	Pichan	Beda senaj	Makka-jo'xori silos	Dag'al o't (somon, qamish)	Shrot	Sheluxa	
Sakkizinchi oy	23 400	50 400	53 550	15 000	18 000	18 000	160 350
To'qqizinchi oy	23 400	50 400	53 550	15 000	18 000	18 000	160 350

8.2.6. Xodimlar tarkibi va ish haqi

Loyihani amalga oshirish va ishlab chiqarishni kengaytirish hisobiga 2013-yil oktabr oyidan boshlab barcha toifadagi ishlovchilar sonini 24 taga va oylik o'rtacha ish haqini 381 ming so'mga yetkazish ko'zlanmoqda (8.2.6-jadvalga qarang).

8.2.6a-jadval

Mehnatga haq to'lash bo'yicha xarajatlar hisob-kitobi

№	Xodimlar toifasi	O'rtacha ish haqi, ming so'm	Hisobot davrida xodimlar soni									
			2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1.	Asosiy ishlab chiqarish	400	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14
2.	Yordamchi ishlab chiqarish*	480	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3.	Ma'muriy-boshqaruv	600	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4.	Hammasi	x	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Barcha toifalar bo'yicha o'rtacha ish haqi, m. so'm/oy			381									

* *Davriy ishga qabul qilinadigan dehqonlar.*

8.2.6b-jadval

Mehnatga haq to'lash bo'yicha xarajatlar hisob-kitobi

№	Lavozim	Soni	Oylik maoshi	Jami
1	Direktor	1	640.000	640.000
2	Hisobchi	1	560.000	560.000
3	Ish yurituvchi	1	480.000	480.000
4	Veterinar	1	480.000	480.000
5	Zootexnik	1	480.000	480.000
6	Haydovchi	2	400.000	800.000
7	Molboqar	4	340.000	1.360.000
8	Sut sog'uvchi	5	400.000	2.000.000
9	Dehqon*	5	240.000	1.200.000
	Jami	21		8.000.000
	YIT – 25%			2.000.000
	Hammasi			**10.000.000**

* Davriy ishga qabul qilinadi.

Ta'kidlash lozimki, dehqonlar mart-oktabr oylarida (8 oy) majmua uchun ajratilgan yerlarda dehqonchilik qilib chorva uchun zarur yem-xashak bazasini shakllantirish maqsadida davriy ishga qabul qilinadilar.

8.2.7. Ustama xarajatlar

Ustama xarajatlar hisob-kitobi (8.2.7-jadvalga q.) 2013-yil oxiriga nisbiy ko'rsatkichlarda (ming so'm/oy) berilgan.

8.2.7-jadval

Ustama xarajatlar hisobi (ming so'm/oy)

№	Ustama xarajatlar moddalari nomi	Summa, ming so'mda	Hisoblash bazasi
1.	**Umumxo'jalik**	**15000,0**	
1.1	Ishlab chiqarish binolarini saqlash va ta'mirlash xarajatlari	500,0	
1.2	Asosiy ishlab chiqarish obyektlari ijara xarajatlari	0	
1.3	Uskunalardan foydalanish xarajatlari	500,0	
1.4	Transport vositalari va uskunalarni joriy ta'mirlash xarajatlari	500,0	
1.5	Ichki xo'jalik transport xarajatlari	12000,0	
1.6	Axlatni qayta ishlash, foydalanish va chiqarib tashlash xarajatlari	1000,0	
1.7	Mehnatni muhofaza qilish xarajatlari (maxsus kiyim-bosh)	300,0	
1.8	Xodimlarni joriy tayyorlash va qayta tayyorlash xarajatlari	100,0	
2.	**Ma'muriy**	**800,0**	
2.1	Mulk sug'urtasi	0	
2.2	Ma'muriy binoni saqlash xarajatlari (issiqlik, yoritish va boshqa) *(10%)*	400,0	
2.3	Ijtimoiy-maishiy extiyojlarga xarajatlar	0	
2.4	Safar xarajatlari	200,0	
2.5	Vakillik xarajatlari	0	
2.6	Aloqa xarajatlari	100,0	
2.7	Kanselyariya xarajatlari va b.	100,0	
3.	**Sotish**	**1200,0**	
3.1	Transport xarajatlari (ichki xo'jalikdan tashqari)	1000,0	
3.2	Marketing va reklama xarajatlari	200,0	

8.2.8. Kapital xarajatlar va asosiy fondlar eskirishi

Loyiha bo'yicha kapital xarajatlar 8.2.8-jadvalda keltirilgan xarajatlarni o'z ichiga oladi. Asosiy ro'yxatga qo'shimcha ravishda ustama va ko'zda tutilmagan xarajatlar hamda xodimlarni o'qitish xarajatlari ham hisobga

olindi. Uskunalarning eskirish xarajatlarini hisoblashda biznes rejaning ilovasida keltirilgan ma'lumotlar hisobga olindi.

8.2.8-jadval

Kapital xarajatlar

Kapital xarajatlar turlari nomi	Umumiy qiymati, ming so'mda	Yillik eskirish me'yori, %da
Asosiy va yordamchi binolar va ularning mashina va uskunalari	5.000.000,0	5,0
G'o'najinlarni sotib olish	1.446.600,0	-
Engil avtomobil	30.000,0	10,0
T-28 traktori	45.000,0	10,0
Miksher, Pogruzchik, Presspodborshik, Molokovoz	233.000,0	10,0
Chorvachilik bo'yicha jami	**6.754.600,0**	**X**
Orion traktori	160.000,0	10,0
T-28 traktori	45.000,0	10,0
KG6 kormauborshik	287.000,0	10,0
O'simlikchilik bo'yicha jami	**492.000,0**	**X**
Hammasi	**7.246.600,0**	**X**

Yuqoridagi jadvalga muvofiq oylik eskirish summasi 2013-yil 1- yanvardan 2023-yil 1-yanvargacha 27500 ming so'mni tashkil qiladi. Eskirishni hisobga olishda biz bino va inshootlarning yillik eskirish me'yorini 5% dan (BHMSga mos), transport vositalari (BHMS bo'yicha yillik 15, 20%) va uskunalarning (BHMS bo'yicha yillik 15%) eskirish me'yorini 10% qilib oldik. Bu amortizatsiya xarajatlarini kamaytirishga yordam beradi.

8.2.9. Joriy aktivlar va passivlarning aylanish me'yori

Loyihaning amalga oshirilishi bilan oshib boradigan korxonaning aylanma mablag'larga bo'lgan ehtiyojini baholashda 2-ilovada keltirilgan aylanma me'yorlari ishlatildi.

8.3. Mahsulot tannarxi kalkulyatsiyasi

Korxonada ishlab chiqariladigan mahsulotlar tannarxi 8.2.1–8.2.2-bandlarda keltirilgan ma'lumotlar asosida hisoblab chiqarildi.

8.4. Tushumni hisoblash

Korxonada ishlab chiqariladigan mahsulot hajmi haqidagi ma'lumotlar 3.3.1-jadvalda keltirilgan. Belgilangan tadbirlarning (1-ilovaga qarang) amalga oshirilishi natijasida mahsulot ishlab chiqarish va sotish hajmini oshirish rejalashtirilmoqda. Sotishdan tushumni hisoblashda korxona ishlab chiqaradigan mahsulotlarining narxi yiliga o'rtacha 7% oshishi hisobga olindi. Sotishdan tushum hisob-kitobi 8.4.1-jadvalda keltirilgan.

8.4.1-jadval

Sut sotishdan tushum hisob-kitobi

Oy/ yil	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	0	115470	126024	136168	147114	157412	168431	176755	185420	192447
2	0	81508	88958	96118	103845	111114	118892	124768	130885	135845
3	0	71320	77838	84104	90865	97225	104031	109172	114524	118864
4	63480	130413	141577	152965	164422	175931	186341	195511	203962	210420
5	80937	139277	151044	163191	175239	187506	198202	207947	216696	223287
6	85698	134285	145538	157242	168749	180561	190628	199996	208270	214446
7	82524	117236	126969	137179	147114	157412	165954	174105	181166	186379
8	76176	83138	89830	97052	103845	111114	116606	122322	126958	130243
9	66654	72746	78602	84920	90865	97225	102030	107032	111088	113963
10	120612	131636	142231	153665	164422	175931	184626	193677	201017	206218
11	128547	140296	151589	163775	175239	187506	196773	206418	214242	219785
12	123786	135100	145974	157709	168749	180561	189485	198773	206307	211645
Jami	**828414**	**1352427**	**1466175**	**1584088**	**1700466**	**1819498**	**1921999**	**2016478**	**2100533**	**2163543**

8.4.2-jadval

Buzoqlarni sotishdan tushum hisob-kitobi

Yil / Oy	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Aprel	0	155150	166011	177631	190065	203370	217606	232838	249137	266577
Oktabr	145000	155150	166011	177631	190065	203370	217606	232838	249137	266577
Jami	**145000**	**310300**	**332021**	**355262**	**380131**	**406740**	**435212**	**465677**	**498274**	**533153**

8.4.3-jadval

Mahsulot sotishdan tushum hisob-kitobi

Yillar	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tushum, mln. so'mda	973,41	1662.73	1798,20	1939,35	2080.60	2226,24	2357.21	2482,16	2598,81	2696,70

8.5. Boshlang'ich aylanma mablag'larga talab

Boshlang'ich aylanma mablag'larga bo'lgan ehtiyoj tayyor mahsulot, xomashyo va materiallarning me'yoriy zaxirasi asosida hamda ish haqi va ustama xarajatlar uchun zaxira asosida aniqlanadi. Yillar bo'yicha hisob-kitoblar doirasida ishlab chiqarishning rivojlanishi va chorva bosh sonining oshishini hisobga olgan holda boshlang'ich aylanma mablag'larga talab investitsion xarajatlar tarkibiga kiritildi.

8.5.1. Chorva mollarini asrash uchun zarur yem-xashak bazasi

"Qo'shko'pir elita chorva" MChJ uchun ajratilgan yer maydonida 2013-yildan boshlab zarur yem-xashak ekinlarini ekish yo'lga qo'yiladi. 2013-yil oktabr oyigacha majmuada mavjud chorva mollarini saqlash uchun zarur miqdorda yem-xashak zaxirasi 2012-yil oktab-noyabr oylarida shakllantirilishi kerak. 8.5.1-jadvalda 2013–2014-yillarda chorva mollarini asrash uchun zarur bo'lgan yem-xashak zaxirasi keltirilgan. 2015-yildan 2022-yilgacha bo'lgan davrlarda ham har yili 2014-yilda zarur bo'ladigan miqdorda yem-xashak zaxirasi zarur bo'ladi.

8.5.1-jadval

2013–2014-yillarda chorva uchun zarur bo'lgan yem-xashak miqdori, tonnada

Oy	Omuxta yem	Ildiz-mevalar	Pichan	Beda senaji	Makkajo'xori silosi	Dag'al o't	Shrot	Sheluxa
2013-yil								
1	0	0	10,5	21	36	12	6	9
2	0	0	10,5	21	36	12	6	9
3	0	0	10,5	21	36	12	6	9
4	0,2	0	15	33	57	13,5	6	12
5	1,8	2	22,5	45	75	15	6	12
6	4,4	7	24	45	75	15	6	12
7	5,1	7,5	36	66	111	27	12	21
8	5	6	38,5	66	111	27	12	21
9	3,5	3	41,5	66	111	27	12	21
10	0,2	0	36	78	132	28,5	12	24
11	1,8	2	43,5	90	150	30	12	24
12	4,4	7	45	90	150	30	12	24
Jami	**26**	**35**	**334**	**642**	**1080**	**249**	**108**	**198**
2014-yil								
1	5,1	7,5	43,5	87	138	30	12	24
2	5	6	46	87	138	30	12	24

3	3,5	3	49	87	138	30	12	24
4	0,2	0	36	78	132	28,5	12	24
5	1,8	2	43,5	90	150	30	12	24
6	4,4	7	45	90	150	30	12	24
7	5,1	7,5	43,5	87	138	30	12	24
8	5	6	46	87	138	30	12	24
9	3,5	3	49	87	138	30	12	24
10	0,2	0	36	78	132	28,5	12	24
11	1,8	2	43,5	90	150	30	12	24
12	4,4	7	45	90	150	30	12	24
Jami	**40**	**51**	**526**	**1038**	**1692**	**357**	**144**	**288**

Jadvaldan ko'rish mumkinki, omuxta yem, shrot va sheluxani korxonani o'zida yetishtirishning iloji yo'q, ularni "Xorazm don mahsulotlari" OAJga tegishli korxonalar va "Urganch-yog'" OAJdan sotib olinishi ko'zda tutilmoqda. Demak, har yili o'rtacha 40 tonna omuxta yem, 144 tonna shrot, 288 tonna sheluxa sotib olinishi kerak.

Majmua uchun ajratilgan yer maydonida har yili o'rta hisobda 51 tonna ildizmevalar – xashaki lavlagi (sabzi), 526 tonna pichan (tritikali, beda, poxol), 1038 tonna beda senaji, 1692 tonna makkajo'xori silosi va 357 tonna dag'al o't (qamish, yantoq, somon va b.) yetishtirilishi kerak.

8.5.2. Yem-xashak bazasini tashkil qilish uchun yer resurslaridan foydalanish

Yem-xashak bazasini tashkil qilish uchun yer resurslaridan optimal foydalanish zarur bo'ladi. Ko'p yillik qishloq xo'jalik ekinlari, jumladan, bedani ko'k massa, pichan va senaj uchun ekilganda uning hosildorligi 2-yildan boshlab ortib boradi. Beda senajining hosildorligi 2-yildan boshlab o'rtacha gektariga 100 sentnerni tashkil qiladi. Makkajo'xori silosining hosildorligi gektariga o'rtacha 300 sentnerni tashkil qiladi. Xashaki lavlagining hosildorligi ham o'rtacha gektariga 300 sentnerni tashkil qiladi.

8.5.2a-jadval

Yem-xashak ekinlariga bo'lgan talab (tonnada)

Yillar	Ildiz-mevalar	Pichan	Beda (senaj va ko'k massa)	Makkajo'-xori silosi	Dag'al o't
Birinchi yil	35	334	642	1080	249
Keyingi yillar	51	526	1038	1692	357

8.5.2b-jadval

Yem-xashak ekinlarining o‘rtacha hosildorligi (sentnerda)

Ekish vaqti	1-ekin						2-ekin		
Olinadigan mahsulot / Ekin turi	Don	Somon	Senaj	Ko‘k massa	Silos	Ildiz-meva	Don	Ko‘k massa	Ildiz-meva
Bahorgi bug‘doy	40	200							
Beda			50	300					
Makkajo‘xori	40				300		40	100	
Tritikali								80	
Xashaki lavlagi						300			
Sabzi									180
Aralash (ko‘k massa)								110	

8.5.2c-jadval

Yem-xashak ekinlari ekish uchun rejalashtirilayotgan yer maydoni

Ekin turi	Maydoni, ga
Bahorgi bug‘doy	5
Beda	25
Makkajo‘xori silos uchun	68
Xashaki lavlagi	2
Takroriy ekin	
Makkajo‘xori (don, ko‘k massa)	1
Tritikali	1
Tritikali, suli, xashaki no‘xat aralashmasi (ko‘k massa)	2
Sabzi	1
Jami	100

8.5.2d-jadval

Ekinlardan olinadigan hosil

Ekin turi	Hosil, t	Ekin turi
Don (bug'doy)	20	Bahorgi
Don (makkajo'xori)	4	Takroriy
Makkajo'xori silos	2040	Bahorgi
Makkajo'xori (ko'k massa)	10	Takroriy
Beda (ko'k massa)	500	Bahorgi
Beda (senaj)	250	Bahorgi
Xashaki lavlagi	60	Bahorgi
Tritikali	8	Takroriy
Sabzi	18	Takroriy
Tritikali, suli, xashaki no'xat aralashmasi (ko'k massa)	22	Takroriy

8.5.3. Majmuaning yem-xashakka bo'lgan talabi va taklifi

Ushbu paragraf doirasida biz majmuaga ajratilgan yerlarda yetishtiriladigan yem-xashak ekinlari hosilidan chorvani oziqlantirishda foydalangunga qadar zarur bo'ladigan yem-xashakka bo'lgan talabni va ortiqcha yem-xashak miqdorini aniqlaymiz.

Majmua uchun ajratilgan yerdan birinchi hosil 2013-yil iyun oyida (bug'doy doni va somoni, beda, ko'k massa) kutilmoqda. Majmuada yetishtiriladigan yem-xashak bilan sentabr oyidan boshlab to'liq o'z-o'zini ta'minlash yo'lga qo'yiladi. Demak, 2013-yil 1-sentabrgacha talab qilinadigan yem-xashak resurslari, birinchidan, doimo sotib olinadigan: omuxta yem – 16,5 tonna, shrot -- 60 tonna va sheluxa – 105 tonnani tashkil qiladi; ikkinchidan, majmuada yetishtiriladigan: ildizmevalar (sabzi va lavlagi) – 22,5 tonna, pichan – 167,5 tonna, beda senaji – 318 tonna, makkajo'xori silosi – 537 tonna, dag'al o't – 133,5 tonnani tashkil qiladi. Iyun oyida o'rib olinadigan bug'doy va beda to'lig'icha pichan (somon hisobiga) va 50 tonna beda senaji, shuningdek, omuxta yem (bug'doy doni) bilan qoplanishi mumkin. Sotib olishga ehtiyoj bor bo'lgan yem-xashak resurslarini va majmua tomonidan yetishtiriladigan yem-xashak resurslarini (8.5.3-jadvallar) quyidagi jadvallarda ko'rishimiz mumkin.

8.5.3a-jadval

"Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJda 2013-yilda yem-xashak resurslariga bo'lgan ehtiyoj (tonnada)

Oylar	Omuxta yem	Ildiz-mevalar	Pichan	Beda senaji	Makka-jo'xori silosi	Dag'al o't	Shrot	Sheluxa
1	0	0	10,5	21	36	12	6	9
2	0	0	10,5	21	36	12	6	9
3	0	0	10,5	21	36	12	6	9
4	0,2	0	15	33	57	13,5	6	12
5	1,8	2	22,5	45	75	15	6	12
6	4,4	7	24	45	75	15	6	12
7	5,1	7,5	36	66	111	27	12	21
8	5	6	38,5	66	111	27	12	21
9	3,5	3	41,5	66	111	27	12	21
10	0,2	0	36	78	132	28,5	12	24
11	1,8	2	43,5	90	150	30	12	24
12	4,4	7	45	90	150	30	12	24

8.5.3b-jadval

Majmua tomonidan 2013-yilda yem-xashak resurslariga bo'lgan ehtiyojning qondirilishi (tonnada)

Oylar	Omuxta yem	Ildiz-mevalar	Pichan	Beda senaji	Makka-jo'xori silosi	Dag'al o't	Shrot	Sheluxa
1								
2								
3								
4								
5								
6	4,4		24	45				
7	5,1		36	66				
8	5		38,5	66				
9	3,5	3	41,5	66	111	27		
10	0,2	0	36	78	132	28,5		
11	1,8	2	43,5	90	150	30		
12	4,4	7	45	90	150	30		
	24,4	**12**	**264,5**	**501**	**543**	**24,4**		

8.5.3c-jadval

"Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJ tomonidan 2013-yilda sotib olinishi kerak bo'lgan yem-xashak miqdori (tonnada)

Oylar	Omuxta yem	Ildiz-mevalar	Pichan	Beda senaji	Makka-jo'xori silosi	Dag'al o't	Shrot	Sheluxa
1	0	0	10,5	21	36	12	6	9
2	0	0	10,5	21	36	12	6	9
3	0	0	10,5	21	36	12	6	9
4	0,2	0	15	33	57	13,5	6	12
5	1,8	2	22,5	45	75	15	6	12
6	4,4	7	24	45	75	15	6	12
7		7,5			111	27	12	21
8		6			111	27	12	21
9							12	21
10							12	24
11							12	24
12							12	24
	6,4	22,5	93	186	537	133,5	108	198

8.5.3d-jadval

"Qo'shko'pir Elita Chorva" MChJ tomonidan 2013-yilda sotib olinishi kerak bo'lgan yem-xashak miqdori

	Omuxta yem	Ildiz-mevalar	Pichan	Beda senaji	Makka-jo'xori silosi	Dag'al o't	Shrot	She-luxa
Talab miqdori, t	6,4	22,5	93	186	537	133,5	108	198
Bahosi, so'm/kg	300	400	120	200	100	80	300	150
Summasi, m.so'm	1920	9000	11160	37200	53700	10680	32400	29700

Demak, majmua o'zida yetishtirilgan yem-xashak bilan o'zini ta'minlashni yo'lga qo'ygunga qadar yem-xashak sotib olish uchun 185760 ming so'mlik mablag' talab qilinadi. 8.5.1 va 8.5.2g-jadvallardagi ma'lumotlarni tahlil qilish natijasida, majmuada 2013-yil sentabrdan boshlab faqatgina shrot va sheluxa sotib olish kerak bo'ladi, qolgan yem-xashakni ichki imkoniyatlardan foydalanib qondirish mumkin. Omuxta yemni bahorgi bug'doy va takroriy ekin sifatida ekiladigan makkajo'xori donidan tayyorlashni yo'lga qo'yish mumkin.

8.5.4. Dehqonchilik uchun ishchi kuchi va yonilg'i-moylash materiallari (YMM) sarfi

Chorvaning yetarli oziqa bazasini ta'minlash uchun jamiyatga ajratilgan yer maydonlarda zarur talablar darajasida, agrotexnik tadbirlarni amalga oshirgan holda dehqonchilik qilish lozim. Ushbu bandda biz dehqonchilik qilish uchun sarflanadigan ishchi kuchi va YMM xarajatlarini ko'rib chiqamiz.

Har bir mahsulotni yetishtirish agrotexnik talablaridan kelib chiqib sarflanadigan ishchi kuchi va YMM farqlanadi. Ushbu mahsulotlarni yetishtirishning texnologik xaritalarida har bir ekin turi bo'yicha uni ekishga tayyorlashdan to hosilni yig'ib olguncha (ekish, sug'orishga tayyorlash, sug'orish, mineral o'g'itlarni tashib keltirish, mineral o'g'it berish, qator oralariga ishlov berish, zararkunanda va kasalliklardan himoya qilish, o'rish, transportda tashish va b.) sarflanadigan ishchi kuchi va YMM xarajatlari batafsil yoritilgan (4-ilovaga qarang).

8.5.4-jadval

Yem-xashak ekinlari yetishtirishga ish haqi va YMM sarfi

Yillar / Ekin turi	Yer, ga	Xarajat, gektariga		Jami sarf	
		Ish haqi xarajati, m.so'm	YMM, litr	Ish haqi xarajati, so'm	YMM, litr
Bahorgi bug'doy	5	322,5	220	1612,50	1100
Beda	25	195,7	241	4892,50	6025
Makkajo'xori silos uchun	58	699,769	430	47584,29	29240
Xashaki lavlagi	2	4225,243	364	8450,49	728
Takroriy ekin					
Makkajo'xori (don, ko'k massa)	1	236,757	121	236,76	121
Tritikali	1	219,519	298	219,52	298
Tritikali, suli, xashaki no'xat aralashmasi (ko'k massa)	2	166,475	121	332,95	242
Sabzi	1	1886,717	205	1886,72	205
JAMI	**100**	x	x	**65215,72**	**37959**

Yuqoridagi jadal va ilovalardan ko'rish mumkinki, majmuada dehqonchilik tarmog'i uchun 1 yillik mehnatga haq to'lash xarajatlari 65 mln. 215 ming 720 so'mni tashkil qilar ekan. Dehqonchilik tarmog'ining o'ziga 1 yilda 37959 litr yonilg'i moylash materiallari sarflanar ekan.

8.6. Investitsion xarajatlar

Investitsion xarajatlar tarkibiga 8.2.8-jadvalda keltirilgan kapital xarajatlar bilan birga ko'zda tutilmagan xarajatlar, uskuna va texnologiyalarni yetkazib beruvchilar tomonidan xodimlarni o'qitish, maslahatlar, shuningdek, ishchi kapitalni (aylanma mablag'larning zaruriy zaxirasini) oshirishga qilingan xarajatlar kiritildi.

Ko'zda tutilayotgan investitsion xarajatlar tavsifining yillar bo'yicha o'zgarishi 8.6-jadvalda keltirilgan.

8.6-jadval

Investitsion xarajatlar (mln.so'mda)

№	Investitsion xarajatlar tarkibi	Jami ko'zda tutilayotgan xarajatlar	Yillar	
			2012	2013
1	Chorvachilik va o'simlikchilikka kapital xarajatlar	7446,6	6723,3	723,3
1.1	Shu jumladan, uskunalar, texnika va bino, inshootlar qiymati (8.2.8-jadval)	7246,6	6523,3	723,3
1.2	Smeta-qurilish hujjatlarini tayyorlash	150,0	150,0	
1.3	Loyihaning biznes rejasi va texnik-iqtisodiy asoslarini tayyorlash	50,0	50,0	

8.7. Foyda va zararlar hisobi

Korxonaning foydasi, hisob-kitobi hamda pul oqimlari hisob-kitobining natijalari hisoblash olib boriladigan davrda qadamlar bo'yicha 8.7-jadvalda keltirilgan.

Pul oqimlari hisob-kitobi maqsadli kreditni olish va buning natijasida vujudga keladigan qarzni qaytarish bilan bog'liq faoliyatning asosiy turlari – ishlab chiqarish-sotish, investitsion va moliyaviy faoliyat turlari ajratilgan holda amalga oshirildi.

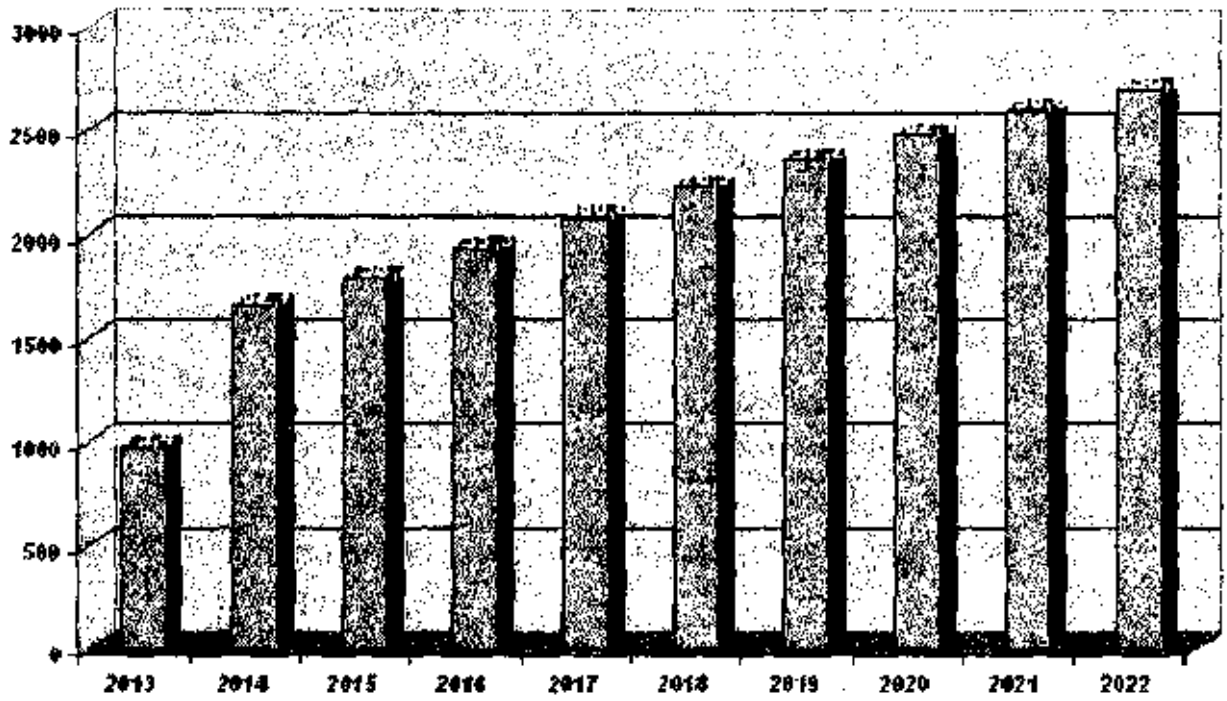
Loyiha bo'yicha pul oqimlarining o'zgarishi 8.7-jadvalda keltirilgan.

8.8. Moliyalashtirish shakl va manbalari

Loyihani moliyalashtirish shartlari, hajmi va manbalari haqidagi ma'lumotlar 8.8-jadvalda keltirilgan. Foyda hisobidan grafik bo'yicha foizlarni to'lash va asosiy qarzni qoplash amalga oshiriladi. Qarzni qaytarish grafigi keyingi munozaralar jarayonida o'zgarishi mumkin.

8.1-diagramma

2013–2022-yillarda sotishdan tushumning dinamikasi



8.7-jadval

Loyihaning pul oqimlari dinamikasi

Hisoblash davri qadamlari:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Yillar:	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tushum		973,4	1662,7	1798,2	1939,4	2080,6	2226,2	2357,2	2482,2	2598,8	2696,7
Yem-xashak xarajatlari		245,3	403.4	431,6	461,8	494,1	528,7	565,7	605.3	647.7	693,0
Ish haqi xarajatlari		120,0	132,0	145,2	159,7	175,7	193,3	212,6	233,8	257,2	283,0
Jumladan, dehqonchilikka sarflangan ish haqi		-65,2	-71,7	-78,9	-86,8	-95,5	-105,0	-115,5	-127,1	-139,8	-153,8
Veterinariya va sun'iy qochirish xarajatlari		4.9	7.9	8,5	9,1	9,7	10,4	11,1	11,9	12,7	13.6
Texnika (YMM xarajatlari)		14,4	15,4	16,5	17,6	18,9	20,2	21,6	23,1	24,7	26,5
Yagona soliq 6%		58,4	99,8	107,9	116,4	124,8	133,6	141.4	148,9	155,9	161,8

Operatsion xarajatlar		29,2	49,9	53,9	58,2	62,4	66,8	70,7	74,5	78,0	80,9
Amortizatsiya xarajatlari		230,8	230,8	230,8	230,8	230,8	230,8	230,8	230,8	230,8	230,8
Foiz xarajatlari		0	579,2	513,0	446,8	380,6	314,4	248,2	182,0	115,8	49,6
Kreditning qaytarilishi		0	827,4	827,4	827,4	827,4	827,4	827,4	827,4	827,4	827,4
Yig'ilgan qoldiq											
Sof qoldiq											

8.8-jadval

Loyihani moliyalashtirish va qarzni qaytarish grafigi

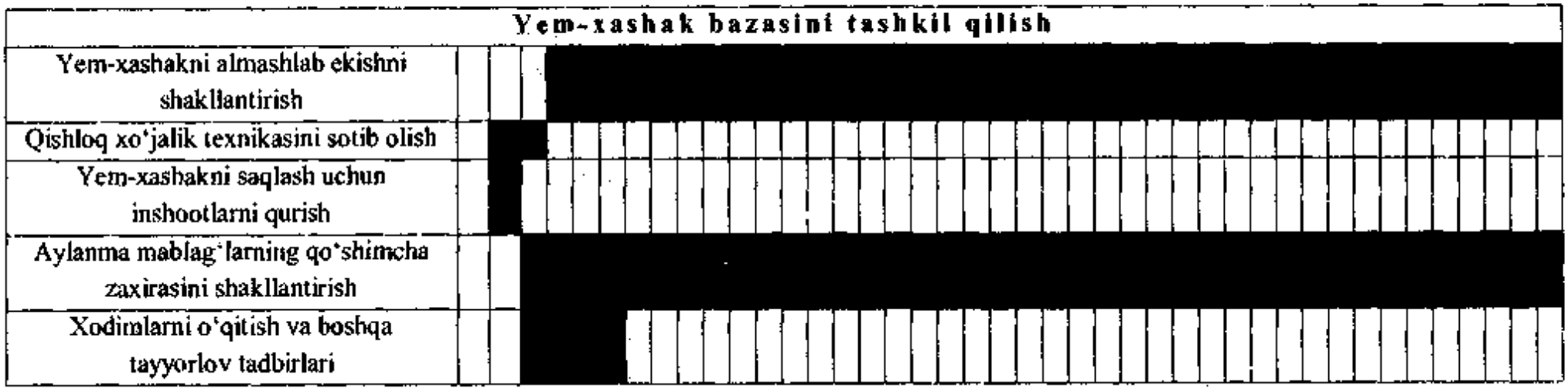
Yillar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Kredit olish	6723,3	723,3									
Foizlarni to'lash		0	579,2	513,0	446,8	380,6	314,4	248,2	182,0	115,8	49,6
Asosiy qarzni qaytarish		0	827,4	827,4	827,4	827,4	827,4	827,4	827,4	827,4	827,4
Ma'lumot uchun: asosiy qarz		7446,6	6619,2	5791,8	4964,4	4137,0	3309,6	2482,2	1654,8	827,4	0,0

ILOVALAR

1-ilova

Loyihani amalga oshirish grafigi

Davr (yil/chorak)	2012		2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020				2021				2022			
Loyihani amalga oshirish bosqichlari	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Qurilishning loyiha smeta hujjatlarini tayyorlash																																									
Loyihaning biznes rejasini tayyorlash																																									
Moliyalashtirish masalalarini tashkil qilish																																									
Qurilish-montaj ishlari																																									
Chorvachilik binolarini qurish																																									
Chorvachilik majmuasi uskunalarini sotib olish va montaj qilish																																									
Axlat saqlash binosini qurish va axlat chiqarish uskunalarini montaj qilish																																									
Boshqa qurilish-montaj ishlari																																									
Chorva mollarini xarid qilish va podani tashkil qilish																																									
G'unajinlarni olish																																									
Podani takror ishlab chiqarilishini tashkil qilish																																									
Buzoqlarni saralash (brakka chiqarish) va buqa buzoqlarning sotilishini tashkil qilish																																									


Yem-xashak bazasini tashkil qilish
Yem-xashakni almashlab ekishni shakllantirish
Qishloq xo'jalik texnikasini sotib olish
Yem-xashakni saqlash uchun inshootlarni qurish
Aylanma mablag'larning qo'shimcha zaxirasini shakllantirish
Xodimlarni o'qitish va boshqa tayyorlov tadbirlari

Aylanish me'yorlari

№	Me'yorlashtiriladigan joriy aktiv va passivning nomi	Zaxira va rezervlarni shakllantirish		Yetkazib berish va to'lovning shartnomaviy shartlari				Tugallanmagan ishlab chiqarish
1	Tayyor mahsulot	Sug'urta zaxirasi (kun)	(kun)	Bo'nak to'lovi ulushi (%)	Yetkazib berish muddati (kun)	Kechiktirilgan to'lov ulushi	To'lovni kechiktirish muddati (kun)	Ishlab chiqarish sikli (kun)
1.1	Sut	x	x	100	1	x	x	1
1.2	Chorva (tirik vaznda)	x	x	100	1	x	x	30
2	Xomashyo va materiallar	Sug'urta zaxirasi (kun)	(kun)	Bo'nak to'lovi ulushi (%)	Yetkazib berish muddati (kun)	Kechiktirilgan to'lov ulushi	To'lovni kechiktirish muddati (kun)	
2.1	Yem-xashak	300	1	100	1	x	x	
2.2	Urug'lik	100	1	100	1	x	x	
2.3	Mineral o'g'itlar	100	4	100	7	x	x	
2.4	YMM	10	1	100	1	x	x	
2.5	Idish	10	3	100	10	x	x	
3	Ustama xarajatlar	Pul mablag'lari rezervi (kun)						
		2						
4	Ish haqi	To'lash davri (marta/oy)						
		1						

3a-ilova

Buzoqlarni 6 oygacha oziqlantirish sxemasi

Yoshi		Davr oxiridagi tirik vazni, kg (q-b)	Sutkada berish, kg				
Oy	dekada		Sut	Omuxta yem	Ildizmevalilar (sabzi, lavlagi)	Makka-jo'xori silosi	Pichan
Birinchi	birinchi		6,0	-	-	-	o'rgatish
	ikkinchi		6,0	-	-	-	o'rgatish
	uchinchi		6,0	0,2	-	-	o'rgatish
Birinchi oy uchun		***53-66***	***180***	***2***			***o'rgatish***
Ikkkinchi	birinchi		5,5	0,4	0,4	-	0,2
	ikkinchi		4,5	0,6	0,6	-	0,5
	uchinchi		3,5	0,8	1,0	-	0,8
Ikkinchi oy uchun		***72-85***	***135***	***18***	***20***		***15***
Uchinchi	birinchi		2,5	1,2	2,0	-	0,8
	ikkinchi		1,0	1,5	2,5	-	1,0
	uchinchi			1,7	2,5	-	1,2
Uchinchi oy uchun		***91-105***	***35***	***44***	***70***		***30***
To'rtinchi	birinchi		-	1,7	2,5	0,5	1,5
	ikkinchi		-	1,7	2,5	1,0	1,5
	uchinchi		-	1,7	2,5	1,5	1,5
To'rtinchi oy uchun		***110-126***		***51***	***75***	***30***	***45***
Beshinchi	birinchi		-	1,7	2,0	1,5	2,0
	ikkinchi		-	1,7	2,0	2,5	2,5
	uchinchi		-	1,6	2,0	3,0	2,5
Beshinchi oy uchun		***130-155***		***50***	***60***	***70***	***70***
Oltinchi	birinchi		-	1,5	1,0	4,0	3,0
	ikkinchi		-	1,0	1,0	5,0	3,0
	uchinchi		-	1,0	1,0	6,0	4,0
Oltinchi oy uchun		***150-180***		***35***	***30***	***150***	***100***
6 oy uchun jami			350	200	255	250	260

3b-ilova

Buzoqlarni 7 oydan 12 oygacha oziqlantirish sxemasi

Yoshi	Davr oxiridagi tirik vazni, kg	Sutkada berish, kg						Kunlik oziqa birligi (EKE)
Oy		Pichan	Beda senaj	Makka-jo'xori silos	Dag'al o't (somon, qamish)	Shrot	Sheluxa	
Yettinchi	168	2,5	3,0	6,0	3,0	1,0	2,0	5,45
Sakkizinchi	186	2,5	3,0	6,0	3,0	1,0	2,0	5,45
To'qqizinchi	204	2,5	3,0	6,0	3,0	1,0	2,0	5,45
O'ninchi	222	2,5	4,0	6,5	3,0	1,0	2,0	5,84
O'n birinchi	240	2,5	4,0	6,5	3,0	1,0	2,0	5,84
O'n ikkinchi	258	2,5	4,0	6,5	3,0	1,0	2,0	5,84
7–12-oylar uchun jami		**450**	**630**	**1125**	**540**	**180**	**360**	

3c-ilova

Buzoqlarni 13 oylikdan 24 oylikgacha oziqlantirish sxemasi

Yoshi	Davr oxiridagi tirik vazni, kg	*Sutkada berish, kg*						Kunlik oziqa birligi (EKE)
Oy		Pichan	Beda senaj	Makka-jo'xori silos	Dag'al o't (somon, qamish)	Shrot	She-luxa	
O'n uchinchi	275	2,5	4,0	10,0	3,0	1,0	2,0	6,47
O'n to'rtinchi	292	2,5	4,0	10,0	3,0	1,0	2,0	6,47
O'n beshinchi	309	2,5	4,0	10,0	3,0	1,0	2,0	6,47
O'n oltinchi	325	2,5	4,0	12,0	3,0	1,0	2,0	6,83
O'n yettinchi	341	2,5	4,0	12,0	3,0	1,0	2,0	6,83
O'n sakkizinchi	357	2,5	4,0	12,0	3,0	1,0	2,0	6,83
O'n to'qqizinchi	372	3,0	5,0	12,0	4,0	2,0	3,0	8,71
Yigirmanchi	387	3,0	5,0	12,0	4,0	2,0	3,0	8,71
Yigirma birinchi	402	3,0	5,0	12,0	4,0	2,0	3,0	8,71
Yigirma ikkinchi	417	3,0	6,0	12,0	4,0	2,0	3,0	9,01
Yigirma uchinchi	432	3,0	6,0	12,0	4,0	2,0	3,0	9,01
Yigirma to'rtinchi	447	3,0	6,0	12,0	4,0	2,0	3,0	9,01
13-24 oylar uchun JAMI		***990***	***1710***	***4140***	***1260***	***540***	***900***	

3d-ilova

Bo‘g‘ozlikning 7 oyidan 9 oyigacha (25–27 oylikda) oziqlantirish sxemasi

Yoshi	Davr oxiridagi tirik vazni, kg	Sutkada berish, kg						Kunlik oziqa birligi (EKE)
Oy		Pichan	Bda senaj	Makka-jo‘xori silos	Dag‘al o‘t (somon, qamish)	Shrot	Sheluxa	
Yigirma beshinchi	462	3,5	7,0	12,0	4,0	2,0	3,0	9,56
Yigirma oltinchi	477	3,5	7,0	12,0	4,0	2,0	3,0	9,56
Yigirma yettinchi	492	3,5	7,0	12,0	4,0	2,0	3,0	9,56
7-12 oylar uchun jami	***150***	***315***	***630***	***1080***	***360***	***180***	***270***	

3e-ilova

Sog‘in sigirlarni oziqlantirish sxemasi

Yoshi	Sutkada berish, kg						Kunlik oziqa birligi (EKE)
Oy	Pichan	Beda senaj	Makkajo‘xori silos	Dag‘al o‘t (somon, qamish)	Shrot	Sheluxa	
Birinchi oyda	5,0	11,0	19,0	4,5	2,0	4,0	13,17
Ikkinchi oyda	7,0	15,0	25,0	5,0	2,0	4,0	16,60
Uchinchi oyda	7,0	15,0	25,0	5,0	2,0	4,0	16,60
To‘rtinchi oyda	7,0	15,0	25,0	5,0	2,0	4,0	16,60
Beshinchi oyda	7,0	15,0	25,0	5,0	2,0	4,0	16,60
Oltinchi oyda	7,0	15,0	25,0	5,0	2,0	4,0	16,60
Yettinchi oyda	7,0	15,0	25,0	5,0	2,0	4,0	16,60
Sakkizinchi oyda	7,0	15,0	25,0	5,0	2,0	4,0	16,60
To‘qqizinchi oyda	7,0	15,0	25,0	5,0	2,0	4,0	16,60
O‘ninchi oyda	6,0	14,0	21,0	5,0	2,0	4,0	15,08
Sut berish davrida jami	***2010***	***4350***	***7200***	***1485***	***600***	***1200***	

Sog'in sigirlarni sut berishdan to'xtagan davrda oziqlantirish sxemasi

Yoshi	Sutkada berish, kg						Kunlik oziqa birligi (EKE)
Oy	Pichan	Beda senaj	Makka-jo'xori silos	Dag'al o't (somon, qamish)	Shrot	Shehuva	
Bo'g'ozlik davri (8-oy)	6,0	14,0	21,0	5,0	2,0	4,0	15,08
Bo'g'ozlik davri (9-oy)	6,0	14,0	21,0	5,0	2,0	4,0	15,08
Jami	***360***	***840***	***1260***	***300***	***120***	***240***	

4-ilova

Kechki sabzi yetishtirishda qo'llaniladigan texnologik karta
Yer maydoni – 10 ga, hosildorlik – 180 s/ga, yalpi hosil – 180 t

Agrotadbirlarning nomi	Agregat tarkibi		Bajariladigan ish hajmi			Umumiy hajmga nisbatan kishi kunlari		Ish toifasi		Toifalar qiymati, so'm		Ish haqi, so'm		Yonilg'i sarfi, litr	
	traktor rusumi	mashina rusumi yoki ish vositasi	o'lchov birligi	jami miqdori	kunlik me'yori	traktorchilar	ishchilar	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	bir birlikka	jami hajmga
Ekishgacha bo'lgan davr															
Tuproqni namlash uchun sug'orish	qo'l kuchi		ga	10	1,4		7,1		IV		10049,35	0	71 781		0
Dalani joriy tekislash	T-4A-01 (VT-150)	PPA-3	ga	1	6,0	0,2		VI		12910,35		2 152	0	19,6	20
Mineral o'g'itlarni transport vositalariga ortish	T-16,04	PG-0,2	t	5,9	35,0	0,2		IV		10800,71		1 821	0	0,4	2
Mineral o'g'itlarni dalaga tashish	TTZ-80.10	2PTS-4-793A	t	5,9	10,2	0,6		II		8926,88		5 164	0	3,3	19
Mineral o'g'itlarni sochish agregati bunkeriga solish	qo'l kuchi		ga	10	17,7		0,6		III		9 138,01	0	5 163		0
Mineral o'g'itlarni dalaga sochish	TTZ-80.10	RMU-0,75	ga	10	17,7	0,6		IV		10800,71		6 102	0	2,5	25
Yerni haydash	T-4A-01	PN-4-35	ga	10	4,0	2,5		VI		12910,35		32 276	0	30,4	304

Agrotadbirlarning nomi	Agregat tarkibi		Bajariladigan ish hajmi			Umumiy hajmga nisbatan kishi kunlari		Ish toifasi		Toifalar qiymati, so'm		Ish haqi, so'm		Yonilg'i sarfi, litr	
	traktor rusumi	mashina rusumi yoki ish vositasi	o'lchov birligi	jami miqdori	kunlik me'yori	traktorchilar	ishchilar	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	bir birlikka	jami hajmga
	(VT-150)														
Marzalarni tekislash	TTZ-80.10	GN-2,8A	ga	10	20,2	0,5		IV		10800,71		5 347	0	2,3	23
Gerbitsid sepish	TTZ-80.10	OSHB-7	ga	10	9,9	1,0	1.0	VI	IV	12910.35	10049,35	13 041	10 151	3,9	39
Dalani chizellash (2 marta)	T-4A-01 (VT-150)	CHKU-4A	ga	10	7,5	1,3		V		11832,63		15 777	0	10,9	109
Ko'p yillik begona o'tlarni uyumlab transport vositalariga ortish	qo'l kuchi		t	20	2		10,0		III		9 138,01	0	91 380		0
Ildiz va qoldiqlarni daladan tashqariga chiqarish	TTZ-80.10	2PTS-4-793A	t	20	6,0	3,3		II		8 926,88		29 756	0	3,8	76
Tuproqni molalash	T-4A-01 (VT-150)	MV-6A	ga	10	17,4	0,6		V		11832,63		6 800	0	4,7	47
Ekishgacha bo'lgan davr bo'yicha jami:						**10,7**	**18,7**					**118235**	**178475**		**664**
Ekish davri															0
Sabzi urug'ini ekish va sug'orish ariqlarini olish	TTZ-80.10	SMM-4	ga	10	4,7	2,1	2,1	V	V	11 832,63	11009,50	25 176	23 424	5,7	57

Agrotadbirlarning nomi	Agregat tarkibi		Bajariladigan ish hajmi			Umumiy hajmga nisbatan kishi kunlari		Ish toifasi		Toifalar qiymati, so'm		Ish haqi, so'm		Yonilg'i sarfi, litr	
	traktor rusumi	mashina rusumi yoki ish vositasi	o'lchov birligi	jami miqdori	kunlik me'yori	traktorchilar	ishchilar	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	bir birlikka	jami hajmiga
Ekish davri bo'yicha jami:						**2,1**	**2,1**					**25 176**	**23 424**		**57**
Vegetatsiya davri															
Sug'orish tarmoqlarini tozalash	TTZ-80.10	KBN-0,35	km	3	7,2	0,4		IV		10 800,71		4 500	0	5	15
Sug'orish		qo'l kuchi	ga	10	0,5		20,0		VI		12012,24	0	240 245		0
Birinchi kultivatsiya va begona o'tlarga qarshi gerbitsid aralashmasini tayyorlash va sepish	TTZ-80.10	KXO-3,6	ga	10	5,7	1,8		IV		10 800,71		18 949	0	7,3	73
O'simliklarni yagona qilish	qo'l kuchi		ga	10	0,1		100,0		II		8 305,89	0	830 589		0
Mineral o'g'itlarni transport vositalariga ortish	T-16M	PG-0,2	t	2,45	35,0	0,1		IV		10 800,71		756	0	0,4	1
Mineral o'g'itlarni tashish	TTZ-80.10	2PTS-4-793A	t	2,45	10,2	0,2		II		8926,88		2 144	0	3,3	8
Mineral o'g'itlarni kultivator agregati chelagiga solish	qo'l kuchi		ga	10	6,9		1,4		III		9138,01	0	13 243		0
Mineral o'g'itlarni o'simliklar yoniga solish va sug'orish egatlarini olish	TTZ-80.10	KXO-3,6	ga	10	6,9	1,4		V		11832,63		17 149	0	5,9	59

Agrotadbirlarning nomi	Agregat tarkibi		Bajariladigan ish hajmi			Umumiy hajmga nisbatan kishi kunlari		Ish toifasi		Toifalar qiymati, so'm		Ish haqi, so'm		Yonilg'i sarfi, litr	
	traktor rusumi	mashina rusumi yoki ish vositasi	o'lchov birligi	jami miqdori	kunlik me'yori	traktorchilar	ishchilar	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	bir birlikka	jami hajmga
Sug'orish ariqlarining boshi va etagini to'g'rilash	qo'l kuchi		ga	10	1,5		6,7		IV		10049,35	0	66 996		0
Sug'orish 2 marta	qo'l kuchi		ga	20	1,0		20,0		VI		12012,24	0	240 245		0
Begona o'tlarni o'tash va o'simliklarni yagona qilish	qo'l kuchi		ga	10	0,1		100.0		III		9138,01	0	913 801		0
O'simliklarni zararkunanda va kasalliklardan himoya qilish (2 marta)	TTZ-80.10	OSHB-7	ga	20	9,9	2,0	2,0	VI	IV	12910,35	10800,71	26 082	21 820	3,3	66
Kultivatsiya	TTZ-80.10	KXO-3,6	ga	10	6,1	1,6		IV		10 800,71		17 706	0	6,9	69
Mineral o'g'itlarni transport vositalariga ortish	T-16M	PG-0,2	t	2,45	35,0	0,1		IV		10 800,71		756	0	0,4	1
Mineral o'g'itlarni dalaga tashish	TTZ-80.10	2PTS-4-793A	t	2,45	10,2	0,2		II		8 926,88		2 144	0	3,3	8
Mineral o'g'itlarni kultivator agregati chelagiga solish	qo'l kuchi		ga	10	6,9		1,4		III		9 138,01	0	13 243		0
Mineral o'g'itlarni qator orasiga solish va sug'orish egatlarini olish	TTZ-80.10	KXO-3,6	ga	10	6,9	1,4		V		11 832,63		17 149	0	6,1	61
Sug'ori o			ga	10	1,5		6,7		IV			0	66 996		0

Agrotadbirlarning nomi	Agregat tarkibi		Bajariladigan ish hajmi			Umumiy hajmga nisbatan kishi kunlari		Ish toifasi		Toifalar qiymati, so'm		Ish haqi, so'm		Yonilg'i sarfi, litr	
	traktor rusumi	mashina rusumi yoki ish vositasi	o'lchov birligi	jami miqdori	kunlik me'yori	traktorchilar	ishchilar	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	bir birlikka	jami hajmiga
va etagini to'g'rilash															
Sug'orish (4 marta)	qo'l kuchi		ga	40	1,0		40,0		VI		12 012,24	0	480 490		0
Vegetatsiya davri bo'yicha jami:						**9,3**	**298,3**					**107334,5**	**2887 667,3**		**361,1**
Yig'im-terim davri															
Hosilni kovlash	TTZ-80.10	KV-2	ga	10	2,2	4,5		V		11 832,63		53 785	0	16	160
Sabzi hosilini terish, bargini kesish va qoplarga solish	qo'l kuchi		t	180	0,5		360,0		II		8 305,89	0	2 990 119		0
Hosilni transport vositasiga ortish	qo'l kuchi		t	180	3,0		60,0		IV		10 049,35		602 961		0
Hosilni iste'molchilarga tashish	TTZ-60.10	2PTS-4-793A	t	180	10,6	17,0		II		8 926,88			0	3	540
Yig'im-terim davri bo'yicha jami:						**21,5**	**420,0**					**53784,7**	**3593080,3**		**700,0**
HAMMASI						**43,7**	**739,1**					**304530,1**	**6682646,9**		**1782,6**
Ko'zda tutilmagan						7	111					45 680	1 002		267

Agrotadbirlarning nomi	Agregat tarkibi		Bajariladigan ish hajmi			Umumiy hajmga nisbatan kishi kunlari		Ish toifasi		Toifalar qiymati, so'm		Ish haqi, so'm		Yonilg'i sarfi, litr	
	traktor rusumi	mashina rusumi yoki ish vositasi	o'lchov birligi	jami miqdori	kunlik me'yori	traktorchilar	ishchilar	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	bir birlikka	jami hajmiga
xarajatlar (15%)													397		
JAMI						**50,3**	**850,0**					**350210**	**7685044**		**2050**
Umumiy ishlab chiqarish xarajatlari (5%)							42,5								
Hamma mehnat xarajatlari						**50,3**	**892,5**								
1 ts. Maxsulotga ketgan mehnat xarajatlari (kishi/soat)						5,0									
Joriy mukofotlash (20%)												70042	1537009	418160	2607639
Mahsulotga qo'shimcha haq to'lash (50%)												175105	3842522	1045399	6519098
Sinflikka qo'shimcha haq to'lash - (10%) traktorchi va usta suvchi												35021	24024	209080	300260
Stajga qo'shimcha haq to'lash (10%)												35021		209080	
Yig'im terim davridagi qo'shimcha mehnat uchun haq to'lash: - mexanizatsiya ishlariga (60%)												32271		253518	
- qo'l mehnatiga (15 %)													538962		
Tarifga nisbatan 10 % umum ishlab chiqarish xarajatlari													768504		
JAMI:												**697669**	**14396066**		

Agrotadbirlarning nomi	Agregat tarkibi		Bajariladigan ish hajmi			Umumiy hajmga nisbatan kishi kunlari		Ish toifasi		Toifalar qiymati, so'm		Ish haqi, so'm		Yonilg'i sarfi, litr	
	traktor rusumi	mashina rusumi yoki ish vositasi	o'lchov birligi	jami miqdori	kunlik me'yori	traktorchilar	ishchilar	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	traktorchi	ishchi	bir birlikka	jami hajmga
25 % ustama qo'shilgan												174417	3599016		
HAMMASI:												**872086**	**17995082**		
Jami mexanizatsiyada va qo'l kuchida bajarilgan ishlarga ish haqi												**18867168**			
1 tonna mahsulot uchun ajratmalar bilan ish haqi, so'mda												**104818**			

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR VA MANBALAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. – T.: "O'zbekiston", 1993.

2. O'zbekiston Respublikasining "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi qonuni. №69-II-sonli. Qabul qilingan sana 25.05.2000, kuchga kirish sanasi 15.06.2000.

3. O'zbekiston Respublikasining "Xo'jalik shirkatlari to'g'risida"gi qonuni. №308-II-sonli. Qabul qilingan sana 06.12.2001, kuchga kirish sanasi 01.03.2002

4. O'zbekiston Respublikasining "Mas'uliyati cheklangan hamda qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar to'g'risida" gi qonuni. №310-II-sonli. Qabul qilingan sana 06.12.2001, kuchga kirish sanasi 01.03.2002.

5. O'zbekiston Respublikasining "Faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to'g'risida"gi qonuni. №71-II-sonli. Qabul qilingan sana 25.05.2000, kuchga kirish sanasi 01.09.2000.

6. O'zbekiston Respublikasining "Bankrotlik to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuniga o'zgartishlar va qo'shimchalar kiritish haqida"gi qonuni. № 668-I-sonli. Qabul qilingan sana 28.08.1998, kuchga kirish sanasi 01.11.1998.

7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2009-yil-15 maydagi PQ-1112-sonli "Tadbirkorlik faoliyatini yanada qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi qarori.

8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006-yil 5-yanvardagi PF-3706-sonli "Yirik sanoat korxonalari bilan kasanachilikni rivojlantirish asosidagi ishlab chiqarish va xizmatlar o'rtasida kooperatsiyani kengaytirishni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoni.

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

10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 5-oktabrdagi PF-3665 sonli “Tadbirkorlik subyektlarini tekshirishni yanada qisqartirish va uning tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni.

11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “2009-yilda respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2010-yilda iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirishning eng muhim ustuvor yo‘nalishlari”ga bag‘ishlangan majlisidagi ma’ruzasi.//“Turkiston», 2010-yil, 2-fevral, № 11.

12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “2008-yilda respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2009-yilda iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirishning eng muhim ustuvor yo‘nalishlari”ga bag‘ishlangan majlisidagi ma’ruzasi.//“Turkiston”, 2009-yil, 13-fevral, № 11.

13. *Karimov I.A.* Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiyalash va isloh etishdir. – T.: “O‘zbekiston», 2005. –I–3-b.

14. *Karimov I.A.* Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari. – T.: “O‘zbekiston”, 2009. –56-b.

15. *Karimov I.A.* Yuksak ma’naviyat – yengilmas kuch. – T.: “Ma’naviyat”, 2009. –173-b.

16. *Karimov I.A.* O‘zbekiston XXI asr bo‘sag‘asida: xavfsizlikka tahdid, barqarorlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari. – T.: “O‘zbekiston”, 1997. –127-b.

17. *Abdullayev Y., Karimov F.* Kichik biznes va tadbirkorlik. –T.: “Mehnat”, 2000.

18. Ансофф И. Стратегический менеджмент. – М.: “ЮНИТИ”, 2001. –11-с.

19. *Абчук В.А.* Основы предпринимательства. – М.: “Вита-Пресс”, 1995. –284-с.

20. *Abdullayev A.M., Xodiyev B.Y., Ishnazarov A.I.* Ekonometrika. – T.: “Fan va texnologiya”, 2007. –612-b.

21. *Berkinov B.B.* Kasanachilikka asoslangan kooperatsiya. – T.: TDIU, 2006.

22. *Beknozov N.U.* Iqtisodiyot nazariyasi. – T.: TDYI, 2005. –225-b.

23. *Балашевич М.* Малий бизнес: отечественный и зарубежный опыт. – М.: "Эксперспектива", 1995. –144-с.

24. *Бусыгин А.В.* Предпринимательство. – М.: ФИС, 2005. –537-с.

25. *Варламова Т.П.* Большая экономическая энциклопедия. – М.: "Эксмо", 2007. –309-с.

26. Глобализация: от центра к периферии. Проблемы новых государств. – Т.: Центр экономических исследований, 2002. –36- с.

27. *Гулямов С.С., Догил Л.Ф., Семенов Д.* Предпринимательство и малый бизнес. – Т.: ТГЭУ, 1996. –19–83-с.

28. *G'ulomov S.S., Axmedov D.K., Boyev X.I.* Kichik va xususiy tadbirkorlik asoslari. – T.: TDIU, 1996. –142-b.

29. *G'ulomov S.S.* Tadbirkorlik va kichik biznes. – T.: "Sharq", 2002. –324-b.

30. Деловая среда в Узбекистане глазами представителей малого и среднего бизнеса. МФК. – Т., 2002.

31. *Do'stjanov T., Salayev S.* Kichik biznesning katta imkoniyatlari. – Urganch: "Xorazm", 1997. –129-b.

32. *Do'stjonov T.D., Salayev S.K.* Iqtisodiyot va tadbirkorlik asoslari. O'quv qo'llanma. – T.: "Iqtisodiyot-moliya", 2006.–320-b.

33. *Егорова Н.Е.* Моделирование деятельности малого предприятия. Экономика и математические методы. – М.: "Наука", 1999. Т. 35. –64–78-с.

34. *Егорова Н.Е.* Вопросы согласования плановых решений с использованием имитационных систем. – М.: "Наука", 1987.

35. *Егорова Н.Е., Хачатрян С.Р., Маренный М.А., Королева Н.В.* Модели и методы анализа малого предпринимателства. Сб. Математическое и компьютерное моделирование социально-экономишеских процессов. / Материалы Российского научного симпозиума. Нарофиминск, 11–16 декабря 2000.

36. *Егорова Н.Е., Майн Е.Р.* Малый бизнес в России: Экономический анализ и моделирование. – М., 1997.

37. *Егорова Н.Е., Хачатрян С.Р., Королева Н.В.* Моделирование стратегии развития инновационно-ориентированных малых предприятий с использованием производственных функций. В сб. Микроэкономические предпосылки экономического роста. – М., 1999.

38. *Егорова Н.Е., Хачатрян С.Р., Королева Н.В., Маренний М.А.* Методы измерений взаимодействия малого и крупного бизнеса в ходе реструктуризации предприятий. – М., 2001.

39. *Золотогоров В.Г.* Энциклопедический словарь по экономике. – Минск, 1997.

40. *Колемаев В.А.* Математическая экономика. - М.: "Юнити", 2005. –287-с.

41. *Карлин С.* Математические методы в теории игр, программировании и экономике. – М., "Мир", 1964.

42. *Лебедев В.В.* Математическое моделирование социально-экономишеских процессов. – М., "Изограф", 1997.

43. *Mirziyoev Sh.M.* va boshq. O'zbekistonda ishbilarmonlik va tadbirkorlikning rivojlanishi. – T.: "Universitet", 1994. –74-b.

44. *Malikov T., Olimjonov O.* Moliyaviy menejment. – T.: DJQA, 2001. –141-b.

45. Малий бизнес и региональное развитие в индустриальных странах. Сборник обзоров. – М.: "Юнион", 1998. –67-с.

46. Малый бизнес в России. Аналитическое пособие. – М.: "Консеко", 1998.

47. *Майн Е.Р.* Малый бизнес как форма привлечения трудовых ресурсов. В.сб. Проблемы моделирования развития производственных систем. Материалы семинара (вып.1). – М., 1999.

48. Малый бизнес в России. Аналитическое пособие. – М., "Консеко", 1998.

49. *Набиев Е.* Экономические преобразования в сфере услуг. – Т.: "Фан", 1994. –127-с.

50. *Nasritdinova M.A., Axmedov O.M.* Biznes strategiyasi. – T.: "Sharq". 1996. –73-b.

51. *Нуреев Р.М.* Курс микроэкономики. – М.: "Норма", 1999. –191-с.

52. *Осипов Ю.М.* Основы предпринимательского дела. – М., 1992.

53. Правовое регулирования предпринимательской деятельности. – Т.: 2002.

54. *Salayev S.K.* Iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish sharoitida kichik va o'rta biznes: muammolar, tahlillar va istiqbollar. – T.: "Fan", 2002. –128-b.

55. *Salayev S.K.* Kichik biznes rivojlanish tendensiyalarini modellashtirish va bashoratlash muammolari: nazariya, amaliyot va uslubiyot. – T.: "Fan", 2007. –274-b.

56. Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning amaliy asoslari. – T., 2004. –12–17-b.

57. *Хизрич Р., Питерс М.* Предпринимательство. – М.: "Наука", 1991. –20-с.

58. *Хоскинг А.* Курс предпринимательства. – М.: "Наука", 1993.

59. *O'lmasov A., Vahobov A.* Iqtisodiyot nazariyasi. – T.: "Sharq", 2006. –386-b.

60. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. – М.: 1982.

61. *Шепелев В.М.* Очерки теории и практики развития предпринимательства. – Т.: "Фан", 1998. –17-с.

62. Shodmonov Sh.Sh., G'afurov U.V. Iqtisodiyot nazariyasi. – T.: Fan va texnologiya. – 2005. – B.306.

63. Shadiev T.SH. i dr. Ekonometrika. – T.: Sharq. – 1999. – s.240.

64. *Shodiyev X.A.* Moliya statistikasi. – T.,;2002. –296-b.

65. *Chjen V.A. va boshqalar.* Bozor qonuniyati asoslari. – T.: "Biznes katalog", 1996. –246-b.

66. *Qosimova M.S. va boshqalar.* Kichik biznesni boshqarish. –T.: "O'qituvchi", 2003. –29–33-b.

67. *Хаджимуратов М.* Становление предпринимательства в Узбекистане. – СПб.: Изд. университета Экономики и финансов, 1996. –253-с.

68. *Югай А.Б.* Организационно-экономические механизмы управления развитием предприятий малого бизнеса. – Т.: "Фан", 2008. –56-с.

Internet tarmog'i veb-saytlari va manzillari:

2. http://www.ceep.uz – "O'zbekiston iqtisodiyoti" tahliliy sharhlar sayti.

3. http://www.tseu.uz – TDIU sayti.

4. http://www.vopreco.ru – "Вопросы экономики" jurnali.

5. http://www.jsae@cemi.rssi.ru – "Общество и экономика" jurnali.

6. http://vopstat@mtv-net.ru. – "Вопросы статистики" jurnali.

MUNDARIJA

KIRISH 3

I BOB. BOZOR IQTISODIYOTI SHAROITIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI 7

1.1. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va mohiyati 7

1.2. Korxonaning strategiyasi va maqsadlarini ishlab chiqish 18

II BOB. TADBIRKORLIK SOHASI, KORXONA VA MAHSULOT TURLARI 42

2.1. Faoliyat va tarmoq sohasi 42

2.2. Korxona (firma, kompaniya) 45

III BOB. MAHSULOT VA XIZMATLARNI TANLASH 56

3.1. Tovar va tadbirkorlik g'oyasini ishlab chiqish jarayoni 56

3.2. Tovarlar tasnifi 59

IV BOB. BOZOR TAHLILI 66

4.1. Bozor tadqiqotlari 66

4.2. Talabni bashorat qilish usullari 77

4.3. Bozorni segmentlarga ajratish 79

4.4. Umumiy talab hajmini bashorat qilish 81

V BOB. TIJORAT TASHKILOTINING JOYLASHADIGAN O'RNINI TANLASH 86
5.1. Tijorat tashkilotining joylashish o'rnini tanlashning mohiyati va ahamiyati 86
5.2. Korxonaning joylashish o'rnini tanlashdagi mezon va omillar 88
5.3. Savdo tashkilotini joylashtirish o'rni haqida qaror qabul qilish usullari 100

VI BOB. ISHLAB CHIQARISHNI REJALASHTIRISH 109
6.1. Ishlab chiqarish dasturi 109
6.2. Korxona quvvatini aniqlash 111
6.3. Moddiy zaxiralarga ehtiyoj hisobi 113
6.4. Texnologiyani tanlash 116
6.5. Asbob-uskunalarni tanlash va binolarga bo'lgan ehtiyoj 118

VII BOB. MAHSULOTNI SOTISH VA KORXONANING TIJORAT ISHLARI 124
7.1. Korxonalarda mahsulot sotuvini tashkil qilish 124
7.2 Korxonada mahsulotga narx belgilash va narx siyosati 126

VIII BOB. KORXONANING TASHKILIY TUZILMASI 143
8.1. Tashkiliy rejalashtirish 143
8.2. Mehnat resurslarini rejalashtirish 149

IX BOB. KORXONA BUDJETI VA MOLIYAVIY REJASI 158
9.1. Tadbirkorlik loyihasi uchun umumiy investitsion xarajatlar 158
9.2. Loyihani moliyalashtirish 164
9.3. Moliyaviy hujjatlar 166
9.4. Loyihaviy balans 170
9.5. Tadbirkorlik loyihasining samaradorligini baholash 171

X BOB. KORXONANING TEXNIK RIVOJLANISHINI
REJALASHTIRISH 187
10.1. Korxona rivojlanishida ilmiy-texnik taraqqiyotning o'rni 188

XI BOB. KORXONANING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATINI
REJALASHTIRISH 195
11.1. Tashqi iqtisodiy faoliyat shakllari 195
11.2. Tashqi iqtisodiy faoliyatni rejalashtirish 200
11.3. Tashqi savdo bitimlari 204

XII BOB. KORXONADA REJA-IQTISOD ISHLARINI
TASHKIL QILISH 210

XIII BOB. TASHKILIY REJA 217

ILOVALAR 225
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR VA MANBALAR RO'YXATI 278

S. SALAYEV, M. GULMANOV, D. SAIDOV,
J. ATAYEV, B. TADJIYEV

TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH ASOSLARI

O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan oliy o'quv yurtlarining iqtisodiy ta'lim yo'nalishlari bo'yicha tahsil olayotgan talabalar uchun o'quv qo'llanma sifatida tavsiya etilgan

«TAFAKKUR BO'STONI»
TOSHKENT – 2014

Muharrir *Sh. Rahimqoriyev*
Musahhih *S. Abduvaliyev*
Tex. muharrir *D. O'rinova*
Sahifalovchi *U. Vohidov*

Litsenziya AI № 190, 10.05.2011-y.

Bosishga 2014-yil 10-sentabrda ruxsat etildi. Bichimi 60x84 $^{1}/_{16}$.
Ofset qog'ozi. «Times» garniturasi. Shartli bosma tabog'i 18,0.
Nashr tabog'i 19,2. Shartnoma № 36-2014. Adadi 500. Buyurtma № 36-1.

«TAFAKKUR BO'STONI» MCHJ.
100190, Toshkent shahri, Yunusobod tumani, 9-mavze, 13-uy.
Telefon: 199-84-09. E-mail: tafakkur0880@mail.ru

«TAFAKKUR BO'STONI» MCHJ bosmaxonasida chop etildi.
Toshkent shahri, Chilonzor ko'chasi, 1-uy.

ISBN-978-9943-4239-7-8



«TAFAKKUR BO'STONI»
NASHRIYOTI