

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

B. A. Abdukarimov

ICHKI SAVDO IQTISODIYOTI

5340100 «Iqtisodiyot» ta‘lim yo‘nalishi talabalari uchun

DARSLIK

I QISM

TOSHKENT - 2007

Abdukarimov B.A. «Ichki savdo iqtisodiyoti» darslik I qism. Toshkent, 2007. 391 bet.

Taqrizchi: i.f.d, prof. Axmadjon Soliyevich Soliyev va i.f.n, dots. Gulchexra

Muhammedovna Xusanova

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

5340100 «Iqtisodiyot» ta'lim yo'nalishi talabalari uchun mo'ljallangan.

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti ilmiy kengashi tomonidan tavsiya qilingan

(2007 yil 27 aprel 9 son bayonnomasi)

O'zbekiston Respublikasi Oliy o'rta maxsus vazirligining «Oliy va o'rta maxsus, kasb-xunar ta'lim o'quv-metodik birlashmalar faoliyatini Muvofiqlashtiruvchi kengashi» qaroriga asosan OO'Yulari talabalari uchun darslik sifatida nashrga tavsiya etilgan.

ANNOTATSIYA

Ushbu darslikning maqsadi talabalarga savdo korxonalari faoliyati bo'yicha chuqur bilimlar berish; ularning ko'rsatkichlarni tahlil qilish uslublarini chuqur o'rganishni ta'minlash; bozor munosabatlari shakllanayotgan sharoitda savdo sohasini prognozlash va rejalashtirish usul uslublarini bayon etish; ularni amaliyotda qo'llash yo'llarni talabalarga tushuntirish, bozor kon'yukturasidagi o'zgarishlarni baholay bilish; tijorat muammolarini hal qilishga ijodiy yondoshish; ijtimoiy iqtisodiy, huquqiy islohallarni savdo sohasida amalga oshirilishi yuzasidan strategik va joriy qarorlarni ishlab chiqish, ularni amaliyotda ijrosini ta'minlash, savdoni ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'llarni aniqlash kabi masalalar to'g'risida nazariy va metodologik bilimlarga, ko'nikmalarga ega bo'lishini ta'minlashdan iborat.

Darslik «Ichki savdo iqtisodiyoti» fanidan o'zbek tilida Respublikada birinchi yozilgan, fanning birinchi qismini o'z ichiga olgan. U 10 bobdan iborat, barcha mavzular fanning na'munaviy dasturidan kelib chiqqan holda yoritilgan.

Darslikdan magistrLAR, aspirantlar, aspirant tadqiqotchilar, malaka oshirish tinglovchilari, rahbarlar va mutaxassislar ham foydalanishlari mumkin.

Selyu nastoyashego uchebnika yavlyayetsya obespecheniye polucheniya nauchno-metodologicheskix znaniy i navikov v oblasti analiza deyatelnosti torgovix predpriyatiy; metodov prognozirovaniya i planirovaniya sferi deyatelnosti torgovix predpriyatiy i organizatsiy v usloviyax formirovaniya rinochnix otnosheniy; ix umeloye ispolzovaniye v prakticheskoy deyatelnosti; umet otsenivat kon'yunkturu rinka; tvorcheski podxodit k resheniyu kommercheskix problem; prinimat strategicheskkiye i takticheskkiye resheniya po sotsialno - ekonomicheskim, pravovim reformam, provodimim v sfere torgovli; ix realizovat na praktike, povishat sotsialno-ekonomicheskuyu effektivnost torgovli i t.d.

Uchebnik po «Ekonomike vnutrenney torgovli» v Respublike na o'zbekskom yazike vpervie napisan i oxvativayet perviy razdel dissiplini, sostoyashiy iz desti glav. Vse temi osvesheni v sootvetstvii s tipovoy programmoy dissiplini.

Uchebnikom mogut polzovatsya aspiranti, aspiranti soiskateli, slushateli

kursov povisheniya kvalifikatsii, rukovoditeli i spetsialisti.

The target of the present textbook is to ensure getting scientific- methodological knowledge and skills in analysis aspect of trade enterprises activity, forecasting and planning methods of trade enterprises and organizations activity sphere in condition of formation market operations, their skillful application in everyday practice.

To be able to evaluate market conjuncture, to approach creatively in settling commercial issues, to take strategic and tactic decisions on social-economical, legal reforms, to conduct in trade sphere, to realize them into practice, to increase social economical trade efficiency etc.

The textbook “Internal Trade Economics” for the first time was written in Uzbek in Republic of Uzbekistan, it covers first part of the discipline which consists of ten chapters, all topics developed in accordance with standard program of the discipline. The textbook can be used by masters, post-graduates, post-graduates candidates, attendants of advanced training courses, managers and specialists.

KIRISH

Kursning maqsadi – talabalarga savdo va ommaviy ovqatlanish korxonalari faoliyati bo‘yicha chuqur bilimlar berish, ularni ko‘rsatkichlarni tahlil qilish uslublarini chuqur o‘rganishni ta‘minlash, bozor munosabatlariga o‘tish sharoitida savdo korxonalari va tashkilotlarning faoliyatini rejalashtirish va prognozlashtirish tartibi bilan

tanishtirish, hamda shu bilan birga bozor konyukturasi o'zgarishini mustaqil baholay olishlik, tijorat muammolarini hal qilishga ijodiy yondashish, iqtisodiy samaradorlikni hisobga olgan holda joriy va strategik qarorlarni qabul qilish, savdo va ommaviy ovqatlanish korxonalarini faoliyati samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlarini aniqlash masalalari to'g'risida nazariy bilimga ega bo'lishini ta'minlashdan iboratdir.

Kursni o'qitish jarayonida o'zbekiston Respublikasining mulkchilik to'g'risidagi, korxonalar, tadbirkorlik faoliyati va savdoga ta'luqli qonunlar va bozor iqtisodiyotiga o'tish mexanizmini yaratish, savdo va ommaviy ovqatlanishni tashkil qilish sohasida tadbirkorlikni taraqqiy ettirish to'g'risidagi hukumat qarorlari va boshqa hujjatlardan foydalanish lozim. Kursda eng muhim o'rinni bozor munosabatlariga o'tish va raqobat muhitini yaratish sharoitida savdo va ommaviy ovqatlanish korxonalarini samaradorligini oshirish va rivojlanish imkoniyatlarini ro'yobga chiqarish bo'yicha tashkiliy-iqtisodiy choralarni ishlab chiqarish bilan bog'liq masalalar egallagan. Ushbu kurs iqtisodiyot nazariyasi; mikro-makroiqtisodiyot; marketing; menejment; logistika; buxgalteriya hisobi; iqtisodiy tahlil; audit; statistika; moliya, pul muomalasi va kredit; soliq va soliqqa tortish; sug'urta hamda boshqa iqtisodiyotga oid fanlar bilan uzviy aloqadorlikda o'rganiladi.

Talabalardan matematik dasturlash, rejalashtirishda iqtisodiy-matematik fanlarda o'rgangan bilimlaridan keng foydalanish tavsiya qilinadi.

1 - bob. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining nazariy va metodologik asoslari.

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

1.2. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining boshqa iqtisodiy fanlar bilan bog'liqligi.

1.3. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining ob'ekti va predmeti.

1.4. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining usullari.

1.1. Bozor munosabatlariga o'tish sharoitida iqtisodiy fanlarning o'rni va

ahamiyati.

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

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

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

Ko'z oldingizga keltiring, bir guruh odamlar, yangi o'zlashtirilmagan yerga ko'chib keldi. Nimadan ish boshlaydi? Ularning asosiy maqsadi nima bo'lishidan qat'iy nazar, ularni eng avvalo yashash uchun zarur bo'lgan moddiy vositalarni yaratish, topish, birlamchi masalaga aylanadi. Ular nimalar?

Insonlarning asosiy, zaruriy ehtiyojlari bo'lgan oziq-ovqat, kiyim-kechak, uy-joy yaratish uchun ular yerni o'zlashtirish, o'rmonlardan daraxtlarni kesish, uy qurish, matolar ishlab chiqish, chorvachilik va hayvonot (mol, qo'y, tovuq, echki kabilar) bilan shug'ullanish kabi ishlardan boshlaydi. Keyinchalik, ularga o'zlarini yuqoriroq, (ma'naviy, diniy, estetik) ehtiyojlarini qondirish uchun qandaydir me'yorda zarur bo'lgan mehnat harajatlarini sarf qilish zaruriyati tug'iladi. Bularga, nimalar kiradi? Maktab, shifoxona, machit (serkov). Bunday inshootlarni qurish uchun mehnat va moddiy vositalar sarflanadi.

Ularga o'qituvchi, mullo, vrach, (hakim, tabib) kabilar kerak bo'ladi. Ularni ehtiyojlarini ta'minlash kerak bo'ladimi? Albatta kerak! Bulardan tashqari insoniyatni ehtiyoji keng, unga madaniy xordiq chiqarish inshootlari kerak va hokazolar.

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

Inson nazarida bu moddiy boyliklar ikki xil kategoriyaga bo'linadi. Ularning **bir qismi unga tabiatan** berilgan bo'lib, ulardan foydalanish uchun insoniyatdan

ortiqcha mehnat va moddiy harajatlar sarf qilish talab qilinmaydi. Bularga havo, quyoshning nuri, suv kabilar kiradi. (bu yerda hayotning boshlang'ich etapi to'g'risida gap ketyapti.) Albatta ilmiy – texnik taraqqiyot asosida hayotning rivojlanishi bu guruh moddiy borliqlar uchun ham aqliy va jismoniy mehnatni, moddiy resurslarini sarf qilish zaruriyatini tug'diradi. Bular tabiatan berilgan in'om hisoblanadi. Ular erkin taqsimlanadi, hammani ehtiyojiga yarasha, sarf qilgan mehnatni yoki jamiyatda tutgan o'rni, mavqeyidan qat'iy nazar. Ikkinchi kategoriya moddiy borliq hayotda chegaralangan bo'lib, insonning mehnati bilan, tabiatdagi moddiy borliqni o'z ehtiyojiga moslashtirish natijasida ishlab chiqiladi.

Bu **ikkinchi kategoriya** moddiy boyliklar kam, yoki ularni yaratish chegaralangan bo'lib, ularni ishlab chiqish uchun mehnat moddiy va moliyaviy harajatlar zarur bo'ladi. Shuning uchun ham ular xo'jalik yuritish natijasida vujudga kelgan vositalarga kiradi.

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

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

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

Xo'jalik faoliyatining maqsadga muvofiqligi ikki tomonlama harakterga ega.

Birinchi tomon, texnikaviy, ya'ni tabiiy resurslarni inson ehtiyojlariga eng yangi, qulay vositalar asosida moslashtirishdir. Xo'jalik faoliyatini texnik tomonlarini texnik fanlar o'rganadi.

Ikkinchi tomoni – inson faoliyati mehnati bilan bog'liq bo'lib, insonlarning manfaati bilan bog'liq, ya'ni kam harajat qilib, ko'p natijaga intilish, ko'proq

ehtiyojni qondirishga intilish.

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

Qadimiy sharqda eramizdan 3000 yillar oldin narsalarni kiraga berish, undan foiz olish, soliq olish kabi kategoriyalar ishlatilgan. Qadimiy Misrliklar, Greklar oldi – sotdi, pul, baho, savdo, foyda, kredit kabi iqtisodiy kategoriyalarni ishlatganlar. O‘zbek tilidagi «Iqtisodiyot» - arabcha so‘z bo‘lib, tejamkorlik ma’nosini anglatadi va grekcha «Oikonomia» (Ekonomika), ya’ni «Oikoc» - uy, xo‘jalik va «nomoc» - qoida, tartib, qonun mazmunini bildiruvchi so‘zlar birlashmasidan olingan bo‘lib, uy xo‘jaligini qonuni, boshqarish mazmunini bildiradi. Shuning uchun ham bo‘lsa kerak, iqtisodiy fanlar o‘rganadigan kategoriyalar qadimgi Gresiya, Misr olimlari qalamiga mansub bo‘lgan asarlarda uchraydi (Soqrot, Ksenfont, Platon, Aristotel, Epikur).

Qur’oning Yusuf surasida berilgan ma’lumotlar bo‘yicha eramizdan 3000 yillar oldin Yusuf payg‘ambar Misr shoxiga: «Meni shu yerning xazinalari ustiga qo‘ying, chunki men (ularni) to‘la – to‘kis saqlaydigan va (to‘g‘ri tasarruf qilishni)qilishni biladigan kishiman» deb aytganlar. Bundan kelib chiqadiki, insonlar qadimdan xazinalarni saqlash, sarf qilishni iqtisodiy tomonlarini bilgan. Yana shu narsani aytish joizki, qur’oning «Taloq» surasida «Olloh barcha narsa uchun miqdor – o‘lcham qilib qo‘ygandir» deb yozilgan. qur’onda Meros, sudxo‘rlik, sadaqa, omonat, zakot, fitr kabi iqtisodiy kategoriyalar ham ishlatilgan.

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

tashabbusi, o'z ixtiyori, tavakkalchiligiga asosan ish yuritgan. Ularning birligi, jamiyatning va xalq xo'jaligining iqtisodiy munosabatlari orqali amalga oshirilgan.

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

Lozirgi zamon savdo shahobchalari va iqtisodiyoti (xalq ho'jaligining) uyushtirilgan, davlat tomonidan tartibga solinadigan xo'jalik sub'ektlari bo'lib hisoblanadi.

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

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

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

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

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

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

Eng avval bu jarayonlarni siyosiy iqtisod (yangicha, iqtisodiyot nazariyasi) fani o'rgana boshlagan. Insoniyat ijtimoiy – iqtisodiy faoliyat yuritish jarayonida uchta bir – biriga bog'liq bo'lgan muammolarga duch keladi. Bular qanaqa muammolar?

Birinchidan, nima ishlab chiqarish va qancha miqdorda?

Ikkinchidan, qanday ishlab chiqarish va qancha harajatlar zarur bo'ladi?

Uchinchidan, kim uchun ishlab chiqariladi va ular qanday taqsimlanadi?

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

Bular jumlasiga, krizislar, monopolizm, inflyatsiya, ishsizlik, iste'mol bozoridagi nomutanosiblik, resurslarni, tovar va xizmatlarni difitsitligi, pul muomalasidagi nuqson va kamchiliklar kabilar kiradi.

Yuqorida keltirilgan uchta fundamental muammoni hal qilish, keltirilgan kamchiliklar, nuqsonlarning yechimini topish o'z o'zidan hal bo'lmaydi.

Buning uchun ularni hal qilish usullari va mexanizmini to'g'ri topish, iste'molchilar talabini to'la qondirish yo'llarini izlash, yuqori samarali ishlab chiqarishni tashkil qilish, uni boshqarish, tarmoqlararo va xo'jalik sub'ektlari o'rtasidagi iqtisodiy aloqalarni bog'lash, sotuvchi bilan iste'molchilar orasidagi munosabatlarni takomillashtirish, iqtisodiy xodisalarni uyg'unlashtirish kabi masalalarni hal qilish zaruriyati tug'iladi.

Bularni hal qilish nazariy va amaliy bilimlarni mustahkam egallagan, olingan bilimlarni muayyan ilmiy, ishlab chiqarish, iqtisodiy, ijtimoiy vazifalarni hal etishda ijodiy qo'llay oladigan, uni nihoyasiga yetkazish bo'yicha optimal qaror qila oladigan mutaxassislarga ko'proq bog'liqdir.

Bunday mahoratlarga, ko'nikmalarga ega bo'lish iqtisodiy fanlarni o'rganish orqali amalga oshishi mumkin.

Bozor iqtisodiyoti raxbarlarga yangi iqtisodiy fikrlashni, yangicha ish yuritishni, minglagan sub'ektlar va iste'molchilar bilan o'z faoliyatini, jarayonlarni o'z manfaati va maqsadiga yo'naltirishni, ularni chuqur tahlil qilish, kelajak uchun rejalashtirish kabi muammolarni hal qilish yo'llarini bilish talablarini qo'yadi. Bularsiz raqobatchilik sharoitida har qanday korxonalar, firma inqirozga uchrab qolishi ehtimoldan uzoq emas.

Savdoda jamiyatni rivojlantiruvchi iqtisodiy qonunlar ko'rinish shakllari o'z aksini topadi. Shunday ekan, savdoni boshqarish asosida iqtisodiy qonunlar talablarini ob'ektiv holda ko'ra bilish va unga asosan qarorlar qabul qilish zarur

bo‘ladi. Masalan, iqtisodiy qonunlardan biri mehnat unumdorligini ish haqqiga nisbatan tezroq o‘shidir. Bu qonunning talabi buzilsa, pul muomalasi muvozanati buzulishiga olib kelishi, ortiqcha pul vujudga kelishi, inflyatsiya, tovarlar defitsiti paydo bo‘lishi kabi noo‘rin hodisalar vujudga kelishi muqarrardir.

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

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

Bu jarayonlarni amalga oshirish uchun iqtisodiyotni malakali tushunadigan mutaxassislar zarur.

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

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

1.2. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining boshqa fanlar bilan bog‘liqligi.

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

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

Bilimlar yig‘indisi (tizimi) va ijtimoiy ong sifatida fan insoniyat jamiyatining

rivojlanishini ma'lum bir bosqichda shakllana boshlagan. Euldorchilik farmatsiyasi davrida fan yagona bo'lgan va bo'linmagan. Falsafa deb yuritilgan.

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

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

Bu fanlarning bir – biri bilan bog'liqligi mavjud. Fanlarning bir – biri bilan bog'liqligi ularning usullaridan, ob'ektlaridan, sub'ektlaridan va nihoyat bir – birini mahsulidan foydalanishdan kelib chiqadi. Chunki tabiiy va texnik fanlar ham, ijtimoiy fanlar ham ishlab chiqarish kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlarini o'rganish bilan chambarchas bog'liqdir.

Ijtimoiy fanlarning nazariy va metodologik asosini falsafa tashkil qiladi.

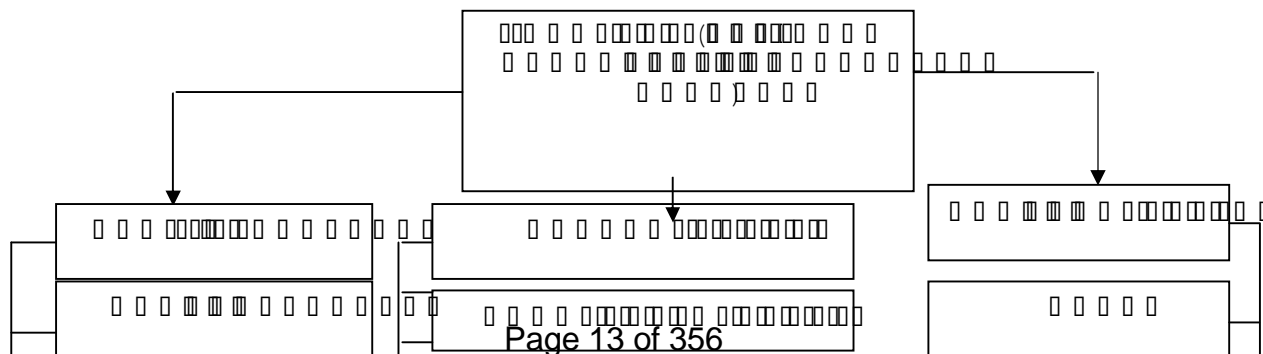
Ijtimoiy fanlar tizimida iqtisodiy fanlar alohida o'ringa ega. Iqtisodiy fanlar bir qancha mustaqil fanlardan iboratdir va ular bir – biri bilan chambarchas bog'liq bo'lib, murakkab tizimni tashkil qiladi.

1.2.1. Chizmada iqtisodiy fanlar tizimi keltirilgan.

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

1.2.1. chizma

Iqtisodiy fanlar tizimi



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

1.3. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining ob‘ekti va predmeti.

Ob‘ekt lotincha «objectum» so‘zidan olingan bo‘lib, o‘zbekcha narsa, buyum mazmunini bildiradi. Falsafada esa, ob‘ekt so‘zi bizdan tashqarida va bizning

ongimizga bog'liq bo'lmagan holda mavjud bo'lgan borliq, voqeylik, moddiy dunyo, mavjudod mazmunida kishi faoliyati, diqqat e'tibori qaratilgan hodisa, predmet yoki shaxs ma'nosida ham ishlatiladi.

Oddiy hayotda ob'ekt korxon, tashkilot, muassasa yoki biror bir faoliyat o'tkaziladigan joy ma'nosida ishlatiladi.

Iar qanday fanning o'rganadigan, uning maqsadi qaratilgan ob'ekti mavjud.

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

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

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

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

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

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

Ichki savdo iqtisodiyoti fani o'z ob'ektida ro'y berayotgan real iqtisodiy jarayonlar, hodisalarni o'rganib, ularning ahamiyati, holati va kelajagini yoritib, ma'lumot yoki xulosalar berishni o'rganishi zarur.

Ushbu fanning ob'ekti bo'lmish savdo jarayonida ro'y berayotgan iqtisodiy reallik qanday, qachon va nimada namoyon bo'ladi, hozirgi holati va kelajakda

qanaqa natija beradi? – degan savollarga javob berish uchun fanning predmetini, unda qo‘llaniladigan usullarni, maqsad va vazifalarni nazariy jihatdan asosli aniqlab olishimiz zarur.

Buning uchun savdo faoliyatida shakllanadigan iqtisodiy jarayonlar, (reallik), xodisalar qanday vositalar orqali vujudga kelishini aniqlab olishi kerak.

Umuman, kengaytirilgan takror ishlab chiqarish (ishlab chiqarish, taqsimot, ayriboshlash va iste‘mol) jarayonidagi faoliyatlar, jumladan savdoda ham sodir bo‘ladi.

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

Birinchi omil – inson omili, uning mehnati;

Ikkinchisi omil – mehnat vositalari, ya’ni kapital;

Uchinchi omil - tabiiy resurslar, yer;

To‘rtinchi omil - tadbirkorlik.

Bu omillar orqali jamiyatda inson ehtiyojini qondirish uchun zarur bo‘lgan moddiy va ma’naviy boyliklar yaratiladi, ishlab chiqarishdan iste‘molchilarga yetkaziladi, iste‘mol tashkil etiladi.

Bu jarayonda «er – mehnat - kapital» tadbirkorlik orqali birlashtiriladi.

Bu omillarni birlashishi natijasida texnik – texnologik, ilmiy texnik, ijtimoiy – siyosiy, madaniy – ma’naviy va ma’rifiy jarayonlar qatorida iqtisodiy jarayonlar va hodisalar ham ro‘y beradi.

Bu iqtisodiy jarayonlar va hodisalar jarayon ishtirokchilarining (Davlat, tarmoq, sohalar, jamiyatlar, boshqarmalar, konsernlar, korparatsiyalar, korxonalar va h.k.)xo‘jalik mexanizmida o‘z aksini topadi.

Bundan kelib chiqsak, ichki savdo iqtisodiyoti fani o‘z ob’ektida sodir bo‘layotgan xo‘jalik mexanizmini o‘rganishga qaratilgan deb xulosa qilish mumkin.

Bu masalani bizlar 4 mavzuda batafsil o‘rganamiz.

Ichki savdo iqtisodiyoti fanini o‘rganish to‘g‘risida gapirar ekanmiz albatta uning asosiy vaziflarini aniqlab olishimiz kerak.

Ichki savdo iqtisodiyoti fanining vazifalari quyidagi asosiy omillardan kelib

chiqadi.

Birinchidan, savdoning iqtisodiyotda tutgan o‘rnidan.

Savdoni ishlab chiqarish, taqsimot, ayriboshlash, iste‘mol jarayonining qon-tomirlariga o‘xshatish mumkin. Savdo iste‘mol tovarlarini iste‘molchilarga yetkazadi, ayriboshlashni ta‘minlaydi. Savdoning samarali ishlashidan butun jamiyatning rivojlanishi, xalqning moddiy va ma‘naviy farovonligi, ularni erkin vaqti, davlatning tashqi iqtisodiy aloqalarini mustahkamlanishi;

Ikkinchidan, savdo faoliyatida ro‘y berayotgan iqtisodiy jarayonlar va hodisalarni doimiy o‘zgarib turishi, unga ko‘pgina omillar ta‘sir qilish natijasida shakllanadi;

Uchinchidan iqtisodiy kadrlarga qo‘yiladigan talablardan (ularning kasbiy maxorati, bilimdonligi, tadbirkorligi, bashorat qila bilishligi va hokazolar) kelib chiqadigan omillar. Keltirilgan fazilatlar ichki savdo iqtisodiyoti fanini o‘rganishda shakllanib boradi.

Bu omillardan kelib chiqib, ichki savdo iqtisodiyoti fanining asosiy vazifalarini quyidagicha ifodalash mumkin.

Ichki savdo iqtisodiyoti fanining asosiy vazifalari:

- iqtisodiy hodisalar va jarayonlarni o‘lchov birliklari, ko‘rsatkichlari va kriteriyalari (baholash mezonlari) aniqlash usullarini o‘rganish;
- savdo xo‘jalik mexanizmini o‘rganish, baholash, kelajakka bashorat qilish;
- bo‘lajak iqtisodchi mutaxassislarni savdo korxonalarini faoliyatini tahlil qilish, rejalashtirish, kelajagini bashorat qilish usullari bilan qurollantirish;
- barcha turdagi savdo korxonalarining rivojlanish tendensiyalari va qonuniyatlarini aniqlash, takliflar berish;
- savdo korxonalarida birlashtirilgan omillardan (yer, kapital, mehnat, tadbirkorlik) samarali foydalanish yo‘llarni belgilash.

1.4. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining usullari.

Iar qanday ilmiy fan o‘rganadigan predmetdan kelib chiqib, o‘z usullarini

(metodlarini) yaratgan. Metod grekcha «methodos» soʻzidan olingan boʻlib, toʻgʻridan toʻgʻri «Biron narsaga yoʻl topish» maʼnosini bildiradi. oʻzbek tilida metod soʻzi usul maʼnosiga toʻgʻri keladi.

Fan usuli (metodi) deganda tabiat va jamiyatda sodir boʻlayotgan xodisalar va jarayonlarni bilish, oʻrganish va tadqiq qilish uchun fanda qoʻllaniladigan vositalar majmuasi tushuniladi.

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

Usul, falsafiy maʼnoda qaralsa, fan oʻrganadigan predmetni inson fikrida nusxalanishi yoki shakllanishini bildirib, ularni oʻrganish quroli sifatida qaraladi.

Ongli ravishda, ilmiy asoslangan fan usularini qoʻllash, har bir fan uchun yangiliklar yaratish uchun asos boʻlib hisoblanadi.

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

Keltirilgan usullarni qisqacha mazmunini yoritib oʻtamiz.

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

Dialektika-grekcha «diaiektike» soʻzidan kelib chiqib, tabiat, jamiyat va tafakurning umumiy qonunlarini oʻrganish usuli sifatida vujudga kelgan.

Ǝadimiy falsafa tabiatda va jamiyatda butun borliq oʻzgaruvchanligini asoslagan, hodisalar, jarayonlarning bir holatdan ikkinchi qarama-qarshi holatga oʻtishini isbotlagan. Aristotel dialektikani ehtimol fikrlarni isbotlash toʻgʻrisidagi fan deb qaragan. Butun borliq, mavjudodni har biri ham bor, ham yoʻq; oʻzi oʻziga teng va teng emas; oʻziga oʻxshaydi va oʻzidan qarama qarshi holatga oʻtadi.

Shuning uchun ham borliq to'la qarama-qarshilikdan iborat, yagona va ko'p; mangu va o'tuvchan; o'zgarmas va o'rgaruvchan; tinch holatda va harakatda; o'ziga o'xshaydi va o'zidan qarama – qarshi holatga o'tadi. Bu jarayonlarni o'rganish usuli sifatida dealektika vujudga kelgan.

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

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

Shunday qilib falsafaning tabiat, jamiyat va tafakkurini o'rganish usuliga dialektika deb tushuniladi.

Iqtisodiy reallik ham butun jamiyatdagi borliqning bir qismidir.

Shuning uchun, iqtisodiy reallikda sodir bo'layotgan hodisalar va jarayonlarni o'rganishda barcha iqtisodiy fanlar, shu jumladan Ichki savdo iqtisodiyoti fani ham dialektika usulidan keng foydalanadi.

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

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

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

Analiz va sintez grekcha «analysis» va «syntesis» so'zidan olingan bo'lib

analiz – bo‘lish va ajratish, sintez – muvofiqlik, munosiblik ma’nosini bildiradi. Analiz va sintez tadqiqot usuli bo‘lib, umumiy mazmuni yaxlitlikni alohida tarkibiy bo‘limlarga (xususiylikka) ajratish va yaxlitlikni alohida tarkibiy bo‘limlardan umumiylikni yaratish jarayoni tushuniladi. Bular ham tadqiqotni mantiqiy usullaridandir. Iqtisodiy amaliyotda bu usullardan keng foydalaniladi. Bunga asos bo‘lib, «Iqtisodiy tahlil nazariyasi», «Xo‘jalik faoliyatining iqtisodiy tahlili» degan fanlarning mavjudligi hisoblanadi. Ichki savdo iqtisodiyoti ilmiy fan sifatida yuqorida keltirilgan falsafaning usullaridan va boshqa fanlarda ishlatiladigan ko‘p arsenalli usul va uslublarni o‘z predmetini o‘rganishda ishlatadi. Ular qatoriga solishtirish, guruxlash, indeks, zanjirli bog‘lash, balansli bog‘lash, grafiklar, iqtisodiy matematik va boshqalarini kiritish mumkin. Tabiiy yo‘naltirilishi bo‘yicha bu usul va uslublarni iqtisodiy jarayon va hodisalarni tahlil qilish, ilmiy tadqiqot o‘tkazish, prognozlash rejalashtirish qurollari sifatida ishlatiladi. Bir qator alomatlarini bo‘yicha bu usullar son va sifat tahlili, solishtirish, kuzatish, eksperiment o‘tkazish, sistemali tahlil, modellashtirish, ekstrapolyatsiya, interpolyatsiya kabilarga bo‘linadi. Shular bilan bir qatorda statistik, matematik, bashorat (gipoteza), monografik, ekspert usullari keng ishlatiladi.

Tayanch iboralar: jamiyat, iqtisodiyot, fan, moddiy borliq, ob’ekt, predmet, usul.

Takrorlash uchun savollar.

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

2 - bob. Bozor iqtisodiyoti shakllantirish sharoitida savdo.

2.1.Tovar ayriboshlashning mohiyati.

2.1.1. Takror ishlab chiqarish jarayonida ayriboshlash.

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

2.1.3. Bozorning turlari.

2.1.4. Bozor sub'ektlari.

2.1.1. Takror ishlab chiqarish jarayonida ayriboshlash.

Insoniyat taraqqiyotini negizini ijtimoiy mehnat taqsimoti belgilaydi. Ijtimoiy mehnat taqsimoti insonning yashash ehtiyojidan kelib chiqadi.

Ijtimoiy mehnat taqsimoti natijasida tovar ishlab chiqarish bilan bir qatorda tovar ayriboshlash vujudga kelgan. Tovar ishlab chiqarish insoniyatni taraqqiyot tarixi bilan chambarchas bog'liq.

Tovar ayriboshlashni ob'ekti ishlab chiqarish uchun va insonlar ehtiyojini qondirish uchun zarur bo'lgan moddiy boylik bo'lib hisoblanadi. Mahsulotlarni ishlab chiqarishdan iste'molchiga yetkazish moddiy va iqtisodiy mazmunga asoslanganligi sababli tovar almashuvi jarayoni 2 xil shartga javob berishi shart:

birinchidan, insonni qandaydir ehtiyojini qondira bilishi (sifat nuqtai nazaridan shaklan va mazmunan har xil bo'lishi mumkin);

ikkinchidan, almashuv ob'ekti boshqa ob'ektga ekvivalent bo'lishi, ya'ni iqtisodiy nuqtai nazardan, teng bo'lishi kerak.

Mana shu xususiyatlar natijasida xo'jalik mahsulotlari bir – biri bilan solishtiriladi. Ushbu mahsulotlarga bo'lgan ehtiyoj qondiriladi. Ular kerakligi (zarurligi) natijasida boshqa mahsulotlar bilan ayriboshlanadi, ularni solishtirish

imkoniyati vujudga keladi, «T-T» shaklida.

Iar qanday mahsulot insonga zarur bo‘lganligi sababli ishlab chiqariladi. Iste‘mol kuchiga ega bo‘lishi kerak. Shu sababli boshqa mahsulot bilan almashtirilishi mumkin bo‘ladi.

Ushbulardan kelib chiqib, tovar – mehnat mahsuloti bo‘lib, o‘z ehtiyoji uchun emas, sotish uchun ishlab chiqarilgan, insoniyatni biron bir ehtiyojini qondiradigan mahsulotdir. U iste‘mol qiymatiga va qiymatga ega bo‘ladi.

Boshlang‘ich davrda oddiy tovar ayriboshlash (T-T) amalda ishlatilgan. Ijtimoiy mehnat taqsimotini rivojlanishi natijasida faqat ayriboshlash, ya‘ni sotish uchun ishlab chiqarish shakllanib, tovar ayriboshlash uchun umumiy bo‘lgan ekvivalent – pul vujudga kelgan. Pulni vujudga kelishi natijasida oddiy tovar ayriboshlash (T-T) tovar – pul muomalasiga (T- P -T) aylanadi va tovar – pul muomalasi vujudga kelgan.

Tovar – pul muomalasi, bu ishlab chiqaruvchilar orasidagi va ishlab chiqaruvchilar bilan iste‘molchilar o‘rtasidagi ijtimoiy – iqtisodiy munosabatdir.

Taraqqiyot natijasida ayriboshlash doimiy ijtimoiy jarayonga aylangan (T –P – T; P – T – P...).

Oddiy tovar ayriboshlashda (T-T) oldi – sotdi jarayoni ajralmas bo‘lgan, keyinchalik pul vujudga kelishi bilan bu jarayon zamon va makonda ajraldi, ya‘ni bu jarayon T – P; P –T; P –T – P; T – P – T; P –P kabilarga bo‘linadi.

Tovar ishlab chiqarish jarayoni, ishlab chiqarish – iste‘mol jarayonidan takror ishlab chiqarish jarayoniga aylanib, ishlab chiqarish, taqsimot, ayriboshlash va iste‘mol fazalari vujudga kelgan.

Shunday qilib, ayriboshlash jarayonini quyidagicha ifodalash mumkin.

$$\begin{array}{c} \square - \square - \square \\ \square - \square - \square \\ \square - \square - \square \square \square - \square - \square + \square \end{array}$$

Takror ishlab chiqarish jarayoni esa quyidagicha ifodalanadi:

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

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

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

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

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

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

P. Samuelsonning «Ekonomika» asarida bozorni – «... bozorlar jamiyatni va savdo ishlab chiqarish faoliyatini bog‘lovchi mexanizm sifatida namoyon bo‘ladi», deb ta’riflaydi¹.

F. Kotler bozorni «Mavjud va potensial tovar sotib oluvchilar majmuasi», deb ta’riflaydi².

K. R. Makkonel va S. L. Bryular bozorni mahsulot va xizmatni sotuvchi va sotib oluvchilarni qo‘shuvchi mexanizm deb atashadi³.

A.S. Usmanov bozorga shunday ta’rif beradi: «Bozor tushunchasi keng ma’noda – bu tovar ayriboshlash sohasi deb, tovar ayriboshlash bor ekan, bozor ham mavjud»⁴ deydi.

N. Tuxliyevni fikricha, «Bozor tovar ishlab chiqarish qonunlari asosida tashkil qilingan ayriboshlash, tovar va pul muomalasi munosabatlarining yig‘indisi, ishlab

¹ P. Samuelson, «Ekonomika», 1992, №36.

² F. Kotler, «Marketing», 1990, №54.

³ K. R. Makkonel va S. L. Bryular, «Ekonomika», 1992, №10, 77.

⁴ A.S. Usmanov, «Bozor tushunchasi», 1992, №30.

chiqarish va iste'mol o'rtasidagi muhim bog'lovchi bo'g'indir¹»

A. Soliyev va A. Usmonovlar bozorga quyidagicha ta'rif beradi: «bozor o'ziga xos ijtimoiy – iqtisodiy munosabatlar jarayoni bo'lib, unda tovarlar va xizmatlar ayriboshlanadi va ishlab chiqaruvchilar bilan iste'molchilar manfaatlari to'qnashadi va bir – biri bilan kelishadi²»

«Eng yaxshisi bozorni haridorlar va sotuvchilarga narxlarni ayriboshlashga imkoniyat beradigan tizimdir, deb ta'riflasak bo'ladi», deb E. Sariqov va E. Mamatovlar ta'kidlaydilar³.

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

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

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

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

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

Bozor – bozor iqtisodiyotining xo'jalik sub'ekti sifatida, haridor va sotuvchilar to'qnash turuvchi va kelishtiruvchi xo'jalik ob'ektidir (joy, korxonalar, firma, birja, savdo, xizmat shaxobchalari va h.k.o.)

Nazariy va ijtimoiy – iqtisodiy nuqtai nazardan bozor tushunchasiga almashuv jarayonida sodir bo'ladigan, bozor iqtisodiyoti qonun va qoidalaridan

¹ O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va Statistika vazirligi. «Bozor tushunchasi va uning ta'riflashi». 1999-yil 3-son.

² O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va Statistika vazirligi. «Bozor tushunchasi va uning ta'riflashi». 1999-yil 3-son.

³ O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va Statistika vazirligi. «Bozor tushunchasi va uning ta'riflashi». 1997. 22-son.

kelib chiqadigan ijtimoiy – iqtisodiy munosabatlardan kelib chiqish zarur.

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

Eisqa qilib aytganda, bozor – bozor iqtisodiyoti qonun va qoidalarga asoslangan ayriboshlash jarayonida haridor va sotuvchi o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlar tizimidir.

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

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

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

Iar qanday iqtisodiy tizim o'zida shunday mexanizmni namoyonlashtirdiki, unda tabiiy resurslar, ishchi kuchi, texnologiya, tadbirkorlik va boshqaruv mahoratlari mujassamlashgan bo'lishi kerak.

Iqtisodiy tizimni bosh maqsadi moddiy ne'matlar va xizmatlarni ishlab chiqarish va taqsimlash orqali insoniyat ehtiyojlarini ko'ra bilish va qondirish bo'lib hisoblanadi. Bu vazifani bajarish uchun insoniyat o'z taraqqiyotida eng

samarali iqtisodiy tizim modelini yaratishga intilib kelgan.

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

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

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

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

Bozor iqtisodiyoti o‘ziga xos qonun va qoidalarga egadir.

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

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

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

A.O‘lmasov va A.Vahobovlarning «Iqtisodiyot nazariyasi» Oliy o‘quv yurtlari

uchun darsligi (Toshkent. «Sharq», 2006) qonunlarini umumiy iqtisodiy va ayrim iqtisodiy tizimlarga xos maxsus qonunlarga ajratilib, birinchisiga – mehnat taqsimoti, jamg'arish, mehnat unumdorligini oshib borishi, ehtiyojlarning yuksalish qonunlari, ikkinchi tipiga – talab qonuni, taklif qonuni, me'yoriy naflik qonuni, raqobat qonunlari keltiriladi. Ikkinchi tipdagi qonunlar bozor iqtisodiyotiga mos qonunlar deb ta'kidlanadi.

SH. Shodmonov, R. Alimov va T. Jo'rayevlarning «Iqtisodiyot nazariyasi» darsligida (Toshkent. «Moliya». 2002, 276.) Iqtisodiy qonunlarni 3 guruxga bo'lib, ularga:

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

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

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

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

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

Endi bozor iqtisodiyotining qoidalariga to'xtalib o'tamiz.

Bozor iqtisodiyotining qoidalariga quyidagilarni kiritish mumkin:

I. Biznesni, tadbirkorlik faoliyatini iqtisodiy, xo'jalik erkinligi (shaxsni, oilani, sotsial guruxni).

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

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

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

II. Iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solish.

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

Bozor erkinligi doimo iqtisodiy javobgarlik va tadbirkorlik, tavakkalchilik bilan bog'liqdir.

Bozor iqtisodiyotini tartibga solish iqtisodiy dastaklar orqali ya'ni soliq, moliya, kredit, bank tizimi, yuridik qonunlar, bahoni chegaralash, monopoliyani chegaralash hisobotlar (buxgalteriya, statistika, tezkor) va boshqalar orqali amalga oshiriladi.

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

III. Iste'mol primati.

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

IV. Bozor sharoitida bahoni shakllanishi.

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

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

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

VIII. Raqobat. Bozor iqtisodiyoti raqobatsiz bo'lmaydi.

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

Yuqorida keltirilgan qoidalardan kelib chiqib bozor iqtisodiyotini to'la va sifatli shakllanishi uchun zaruriy sharoitlar bo'lishi kerak. Qanday sharoitlar?

- I. Mulk munosabatlarini rivojlanishini (ko'p mulkchilikni shakllanishi), ularni teng huquqliligini ta'minlash, ishlab chiqaruvchilarni nisbiy

iqtisodiy mustaqilligiga erishishi, ular mulkiga ishlab chiqarish vositalariga mehnatining natijasida ega bo'lishligini ta'minlashi zarur.

- II. Ma'muriy buyruqbozlikdan kechish, davlatning bozor sub'ektlari xo'jalik faoliyatiga aralashmasligini ta'minlash. Ularning erkinligini ta'minlash.
- III. Iqtisodiyotning monopollashishiga yo'l qo'ymaslik. Tabiiy monopoliyalardan tashqari-transport, aloqa, elektro ta'minot, suv ta'minoti, gaz ta'minoti kabilar.
- IV. Bozor infrastrukturasi mavjud bo'lishligi (chakana va ulgurji savdo shahobchalari, ommaviy ovqatlanish korxonalari, tovar va xom-ashyo birjalari, valyuta va qimmatli qog'ozlar birjasi, mehnat birjasi, tijorat banklari, axborot ta'minoti, yarmarkalar, auksionlar, bojxona, reklama, soliq inspeksiyalari kabilar).
- V. Bozor munosabatlarini, bozor mexanizmining huquqiy ta'minlanishi.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o'tish o'ziga xos xususiyatlariga ega bo'lib, o'z qoidalariga egadir. Bu qoidalar quyidagilardan iborat:

I. Iqtisodiyotni siyosatdan ustun bo'lishi, uni mafkuradan ozod bo'lishini ta'minlash.

II. Bozor munosabatlarini shakllantirishda Davlatni bosh islohotchi bo'lishi. Davlat tomonidan amalga oshirilishi, tartibga solinishi. O'zbekiston Respublikasi bozor iqtisodiyotini shakllanishi quyidagicha etaplarida amalga oshirilib kelinmoqda:

- 2.1. Ma'muriy buyruqbozlikni bartaraf etish.
- 2.2. Mulkchilik islohotlari
- 2.3. Huquqiy islohatlar.
- 2.4. Infrastrukturaning yaratish.
- 2.5. Erkinlashtirish kabilar.

III. Eonunning ustuvorligi.

IV. Kuchli ijtimoiy siyosatni olib borish.
iqtisodiyotiga bosqichma – bosqich o'tish.

V. Bozor

Konkret sharoitida bozor 3 xil funksiyani bajaradi :

1. talab va taklifni muvofiqlashtirib borish;
2. bahoni muvofiqlashtirish;
3. raqobat muhitini yaratish orqali xo‘jalik sub’ektlari faoliyati samaradorligini oshirishga imkoniyat yaratish.

Bozor munosabatlari natijasida:

- ishlab chiqarish omillari, yer, kapital va mehnat ayriboshlash ob’ektiga aylanadi;
- pul ayriboshlash vositasi va ayriboshlash ob’ektiga ham aylanadi.

Bozor uch xil elementlardan iborat bo‘ladi:

- taklif
- talab
- baho

Ushbu elementlar qatorida ularni katalizatori, doimiy harakatga keltiruvchi omil sifatida raqobat turadi.

2.1.3. Bozorning turlari.

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

I. Iqtisodiyotni ochiqligi nuqtai nazardan:

- 1.1. Erkin yoki ochiq (legal) bozor.
- 1.2. Soyadagi yoki yopiq xufyona bozor. Xufyona bozor tarkibi. 2.1.3.1.

Chizmada keltirilgan.

II. Ishlab chiqarish omillari va muomala ob’ektlarini nuqtai nazardan:

- 2.1. Tabiiy resurslar bozori (yer, tabiiy boyliklar).
- 2.2. Kapital (moliyaviy) bozori; (pul, valyuta, qimmatli qog‘ozlar, aksiya, obligatsiya, investitsiya).
- 2.3. Mehnat bozori; (ish kuchi, ish joyi).
- 2.4. Tovarlar bozori; (ishlab chiqarish vositalari, iste’mol tovarlari)

2.5. Xizmat bozori;

2.6. Axborotlar bozori;

2.7. Uy – joy inshootlari bozori.

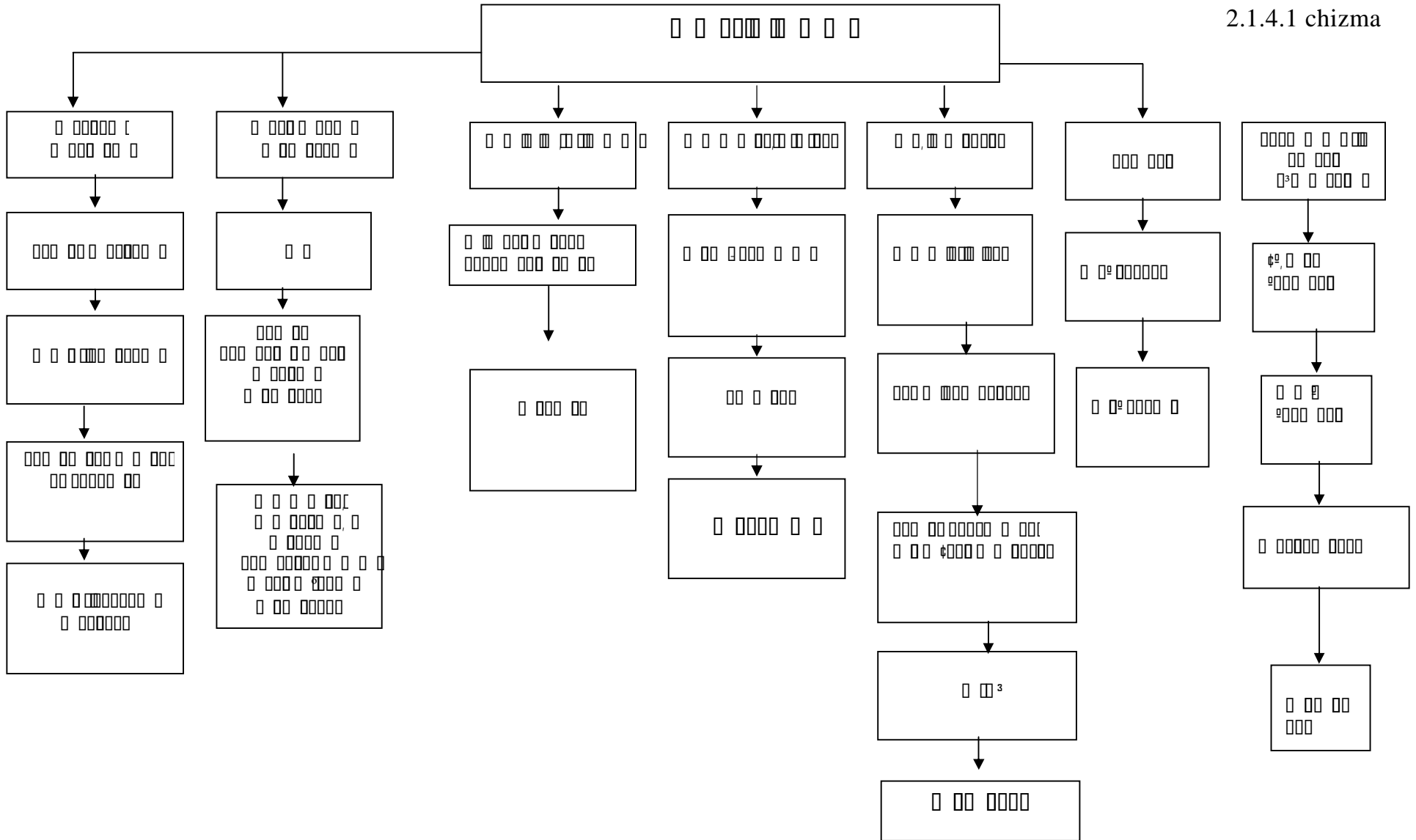
Bu umumlashtirilgan holdagi tarkib, bular yana tarkiblanadi.

III. Geografik joylashishi nuqtai nazardan.

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

3.2. Joylardagi bozorlar (shahar, qishloq, mahalla)

2.1.4.1 chizma



2.1.4 Bozorning sub'ektlari.

Jamiyatda uchta asosiy iqtisodiy sub'ektlar tovar – pul munosabatlariga asosan aloqa qilib turadi. Bular davlat, korxonalar va uy (oilalar) xo'jaligidir.

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

Bozor sub'ektlari (korxonalar, uy xo'jaligi) ning aloqalari, munosabatlari shartnomalar asosida amalga oshiriladi.

Bozor tizimida iqtisodiy sub'ektlarning bir – biri bilan oldi – sotdi munosabatlarining predmetlarini keltiramiz (2.1.4.2- chizma)

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

Ularning belgilariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ✓ shaxsiy ehtiyojni qondirish. Ular ishlab chiqargan narsasini o'zi yoki oilasi iste'mol qiladi, ular ishlab chiqaruvchi va iste'molchi hisoblanadilar. hozirgi zamonda uy (oilalar) xo'jaliklari ortiqcha mahsulotlarini sotish uchun bozorga ham chiqadi. Bunday hollarda oilalar xo'jalik faoliyatidan qo'shimcha daromad manbai sifatida foydalaniladi va ular qisman jamiyatni, boshqalarni ehtiyojini qondirish uchun xizmat qilgan hisoblanadi. Bunday holda uy xo'jaligining mahsuloti tovar shakliga aylanadi;
- ✓ ular faoliyatida shaxsiy mulkidan foydalaniladi (ayrim hollarda kredit yoki ssudalardan foydalanishi ehtimoldan holi emas);
- ✓ asosan o'z ish kuchini ishlatishadi, yollanma ishchi kuchidan foydalanishi ham mumkin;
- ✓ faoliyatida ishlatiladigan barcha resurslardan samarali

- foydalanishgacha va ko‘proq mahsulot ishlab chiqarishga intilishadi;
- ▼ yuridik shaxs maqomiga ega bo‘lmaydi, ularga hokimiyatdan ruxsatnoma olish shart emas;
 - ▼ faoliyat yuritishda mustaqil qarorlar qabul qiladi va nihoyat, ular o‘z tavakkalchiligi asosida ish yuritadi.

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

2.1.4.2 chizma

Bozor sub’ektlarining oldi – sotdi predmetlari

Bozor sub’ektlari	Sotish predmetlari	Sotib oladigan predmetlari
--------------------------	---------------------------	-----------------------------------

I. Davlat	Yer, yer osti boyliklari, suvlar, havo bo'shlig'i, o'simliklar va hayvonot dunyosi, uy – joy, litsenziya, davlat tashkilotlari va muassasalarining xizmatlari	Davlat va jamiyatga zarur bo'lgan tovarlar (davlat boshqaruv organlari, mudofaa va hokazolar), ishchi kuchi, jihozlar, Fan – texnika yutuqlari va boshqalar
II. Korxonona	Tovarlar, xizmatlar, o'ziga tegishli moddiy ne'matlar, intellektual mulk	Yer, tabiiy boyliklar, moddiy resurslar, ishchi kuchi, tovarlar, xizmatlar, qimmatbaho qog'ozlar
III. Uy (oil) xo'jaligi	Ishchi kuchi, (mehnat), o'ziga tegishli moddiy ne'matlar, tovarlar, xizmatlar.	Iste'mol tovarlari, xizmatlar, moddiy ne'matlar

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

Takrorlash uchun savollar.

1. Tovar deb nimaga aytiladi?
2. Ijtimoiy mehnat taqsimoti nimani anglatadi?
3. Takror ishlab chiqarish qanday fazalardan tashkil topadi?
4. Bozorning ta'rifini ayting?
5. Bozor qanday turlarga bo'linadi.
6. Bozor qanday funksiyalarni bajaradi?

7. Bozorda qanday sub'ektlar ishtirok etadi?
8. Bozor qanday elementlardan iborat?
9. Bozor iqtisodiyoti mohiyatini yoritib bering?
10. Bozor iqtisodiyoti qanday qoidalarga asoslanadi?
11. Bozor iqtisodiyotiga o'tish uchun qanday sharoitlar bo'lishi kerak?
12. O'zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o'tishni ustuvor yo'nalishlari?

2.2. Savdoning mohiyati va uning bozor iqtisodiyoti sharoitida ahamiyati.

2.2.1. Savdoning mohiyati, funksiyalari.

2.2.2. Savdoning ijtimoiy shakllari, tashkiliy iqtisodiy tasnifi.

2.2.3. Savdoni iqtisodiyotda tutgan o'ri.

2.2.4. Shaxsiy iste'molni qondirishda savdoning ahamiyati.

2.2.1. Savdoning mohiyati, funksiyalari.

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

Tarixan savdoni foyda olish maqsadida moddiy boyliklarni qayta sotish uchun sotib olish deb tushunilgan. Savdo jarayonini quyidagicha ifodalash mumkin:

$$P - T - P^1 \dots T - P^1 \dots$$

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

Savdo mustaqil ijtimoiy – iqtisodiy funktsiya bajarib, boshqa iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanuvchi xo'jalik tarmoqlari qatori uning faoliyatida ham

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

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

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

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

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

Bir vaqtlar tuz pul rolini o‘ynagan. qaysi qabilani tuzi bo‘lsa, o‘shalar bilan barcha qolganlar mahsulotini ayriboshlashga qiziqqan.

Savdoni rivojlanishida tilni bilish katta ahamiyat tutganligi sababli qadimda bir – birini tilini bilmaganlar uchun, so‘zlashmay mahsulot almashtirish vujudga kelgan. Boshqa yurt yoki eldan kelganlar mahsulotini dengiz bo‘yiga qo‘yib uzoqda kutgan, yerliklar keyin kelib mahsulot yoniga **oltin qo‘yib ketib, qarab turishgan**, agar ma‘qul bo‘lsa, mahsulotni qoldirib, oltinni olib ketgan yoki yana yuqoridagi jarayonida biz tashqi savdoni birlamchi bo‘lib, vujudga kelishini ko‘ramiz.

Bunga o‘rta asrlardagi arablarning karvon savdosi tipik misol bo‘lishi mumkin (Buyuk ipak yo‘li, birjalar). Birjalarni olsak, tarixdan pul, tovar, fond birjalari vujudga kelgan.

Birja deganda doimiy ishlab turuvchi (har kuni), o‘xshash turlar bo‘lgan tovarlar bozoriga tushuniladi. Tovarlar birligi keltirilmaydi, ularni etaloni namoyish qilinadi. Masalan XVII asr Amsterdam aksiya birjasi, Liverpool paxta birjasi, Lipseg kitob birjasi, Praga shakar birjasi, Praga shakar birjasi Nyu – York kerosin, paxta, ko‘mir, temir birjalari.

Shunday qilib, savdo tarixdan ishlab chiqaruvchilar bilan iste'molchilar aloqalarini qondirishga katta hissa qo'shgan. Ular yo'l aloqalarini takomillashtirish va pul – kredit munosabatlarini rivojlantirishga ham o'z hissasini qo'shgan.

Yuqorida keltirilgan misollardan kelib chiqsak, ichki va tashqi savdo rivojlanishi jarayonida birlamchi o'rin ulgurji savdoga taaluqli. Ikkilamchi bo'lib chakana savdo boshlangan.

Savdoga qanday ta'rif berish mumkin?

Buning uchun savdoning qanday xususiyatlari borligini aniqlab olish kerak.

Savdoning xususiyatlari:

1. savdo – bu tovar ayriboshlash, oldi – sotdini shakli;
2. savdo – bu tovarlarni ishlab chiqaruvchilardan shaxsiy iste'molchilarga yetkazish;
3. savdo – bu tovarlarni qishloqdan – qishloqqa, shahardan – shaharga, hududdan – hududga, davlatdan – davlatga yetkazib berish jarayonidir;
4. savdo – sotuvchi bilan sotib oluvchi o'rtasidagi iqtisodiy munosabatdir;
5. savdo – iqtisodiyotning (xalq xo'jaligining) xo'jalik yurituvchi sub'ekti, tarmog'i;
6. savdo – bozor elementlari (taklif, talab va baho) namoyon bo'ladigan jarayon.
7. savdo – xizmatning alohida turi bo'lib u **bir tomondan** ishlab chiqaruvchilarga xizmat qiladi, **ikkinchi tomondan** iste'molchilarga, **uchunchi tomondan** Davlatga xizmat qiladi va **to'rtinchidan** u boshqa iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga ham xizmat ko'rsatadi, ularni xizmatlaridan iste'molchi sifatida foydalanadi va ular bilan aloqada bo'ladi.

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

- ikkinchidan, iqtisodiyot tarmog'i sifatida ijtimoiy mehnat taqsimoti

natijasida mustaqillashgan savdo korxonalari majmuasidir.

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

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

Birinchi, tovar ayriboshlash shakli sifatida tovarlar qiymatini ayriboshlash;

Ikkinchi, iqtisodiyot tarmog'i sifatida tovarlarni ishlab chiqishdan iste'molchilarga yetkazish.

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

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

Amaliy nuqtai nazardan iste'mol tovarlarini taqsimoti tugaydi.

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

Tashkiliy – iqtisodiy funksiyalar:

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

Texnik – texnologik funksiyalar:

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

2. Tovarlarni saqlash;

3. Tovarlarini qadoqlash;
4. Tovarlarini transport vositalariga yuklash, tushurish.

2.2.2.Savdoning ijtimoiy shakllari, tashkiliy itqisodiy tasnifi.

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

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

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

Tashkiliy tuzilmalar butunlay yangi tarkibda tuzildi.

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

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

2.2.3. Savdoning iqtisodiyotda tutgan o‘rni.

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

Savdo aholi hayotini ta'minlaydigan alohida soxa bo'lib hisoblanadi. Uni ishtirokida ishlab chiqarilgan tovarlar iste'molchilar tomonidan ijtimoiy tan olinadi, tovar taklifi bilan iste'molchilar talabi kelishtiriladi.

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

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

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

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

Savdo ushbu vazifalarni bajarish orqali ishlab chiqaruvchilarga xizmat qiladi.

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

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

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

2.2.4. Shaxsiy iste'molni qondirishda savdoning ahamiyati.

Savdoning asosiy vazifalaridan biri iste'molchilarga xizmat qilish bo'lib

hisoblanadi.

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

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

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

Savdoda alohida shaxs yoki iste'molchilar guruxi uchun mos keladigan tovarlari iste'mol assortimenti shakllanadi. Uzluksiz savdo amalga oshiriladi, ya'ni talabni uzluksiz qondirib borish jarayoni ta'minlanadi.

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

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

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

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

Tayanch iboralar: Savdo, pul, tovar, tovar ayriboshlash, funksiya.

Takrorlash uchun savollar.

1. Savdo nima?
2. Pulning vujudga kelishi?
3. Savdoning funksiyalari?
4. Savdoning ijtimoiy shakllari?
5. Savdoning ahamiyati?
6. Shaxsiy iste'molni qondirishda savdo qanday ahamiyatga ega?

3 - bob. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy - iqtisodiy asoslari.

- 3.1. Tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va ahamiyati.
- 3.2. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy va iqtisodiy asoslari.
- 3.3. Tadbirkorlikni qo‘llab quvvatlash yo‘nalishlari.
- 3.4. Tadbirkorlik faoliyati samaradorligi mezoni va ko‘rsatkichlari.

3.1. Tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va ahamiyati.

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

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

Tadbirkorlik nima? qanday sharoitlar uni vujudga keltirgan?

Ushbu sharoitlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

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

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

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

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

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

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

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

Tadbirkorlikni mazmuni biz yuqorida keltirgan tushunchalardan kelib chiqadi.

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

O‘zbekiston Respublikasida tadbirkorlik:

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

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

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

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

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

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

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

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

Uchunchidan, mehnat jarayoni ham o‘z xususiyatlariga ega.

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

Tadbirkorlikning umumiy qoidalari.

Conun bilan ta‘qiqlanmaydigan har qanday tadbirkorlik faoliyatini amalga

oshirishda tadbirkorning o'ziga tegishli bo'lgan mol – mulkdan foydalanish erkinligi;

- tadbirkorlikning barcha turdagi ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatini yuritishda, mulk shakllaridan qat'iy nazar, qonun oldida teng xuquqliligi;

- tadbirkorlikni amalga oshirish va xodimlar yollashning ixtiyoriyligi;

Daromad olishning manbalari va usullari qanday bo'lishidan qat'iy nazar, soliq idoralari huzurida hisob berishning asoslov (deklarativ) shakli, tadbirkorlikning daromadlarini yashirib qolganligi (pasaytirib ko'rsatganligi) uchun O'zbekiston Respublikasi qonunlariga asosan mulkiy javobgarligi.

Tadbirkorlikning sub'ektlari

Cuyidagilar tadbirkorlikning sub'ekti bo'lishi mumkin:

- qonunda belgilangan tartibda muomalaga layoqati cheklanmagan O'zbekiston Respublikasining fuqarosi;

- fuqarolar guruxi (sheriklar), shu jumladan davlat, kooperativ va boshqa korxonalarining mehnat jamoasi – jamoa tadbirkorligi;

- O'zbekiston Respublikasi qonunlarida ko'zda tutilgan vakolatlar doirasida boshqa ajnabiy davlatlarning fuqarolari yoki yuridik shaxslari, shuningdek fuqaroligi bo'lmagan shaxslar;

- aralash mulk sub'ektlari.

Tadbirkorlik shakllari.

Tadbirkorlik ishtirokchilari nuqtai nazarda quyidagi shakllarda amalga oshiriladi:

✓ yakka tartibdagi mehnat faoliyati asosida (yakka tartibda);

✓ yollanma mehnatni jalb etish asosida amalga oshiriladigan xususiy tadbirkorlik (xususiy);

✓ bir gurux fuqarolar va yuridik shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan jamoa yoki hamkorlikdagi tadbirkorlik(shirkat yoka guruhiy).

Tadbirkorlikning turlari:

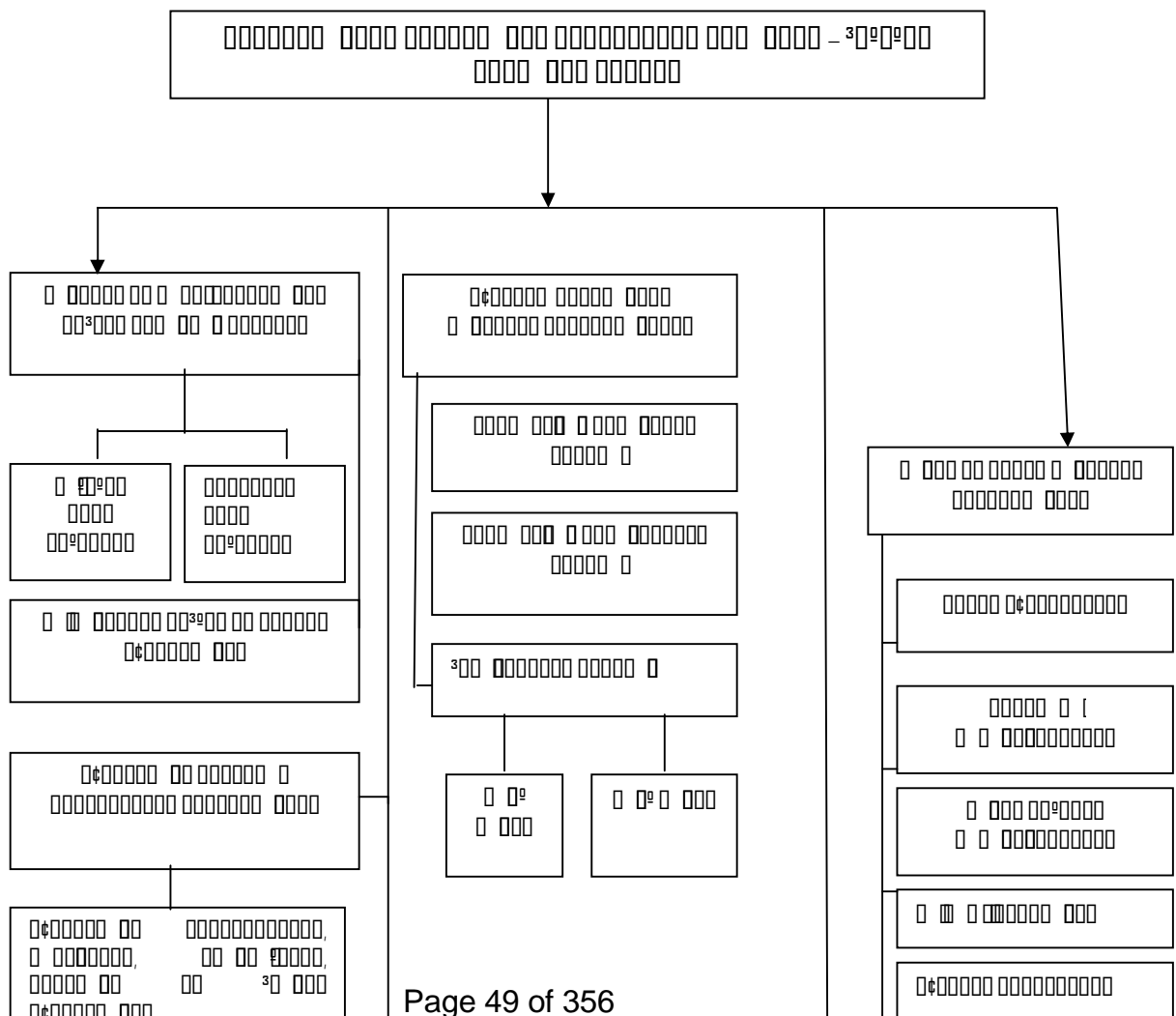
1. Ishlab chiqarish
2. Xizmat
3. Innovatsion
4. Tijorat
5. Moliyaviy

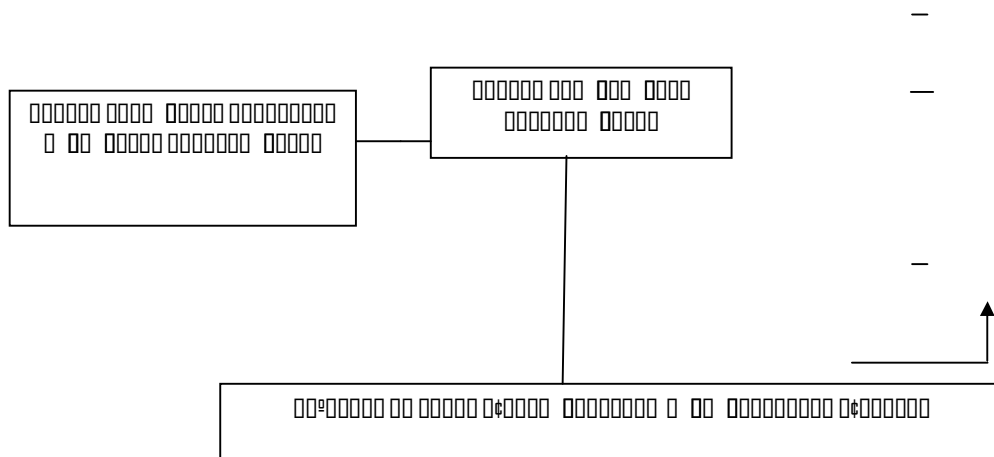
Tadbirkorlikning funksiyalari:

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

Tadbirkorlikni tashkiliy- xuquqiy shakllari quyidagi 3.1.1 chizmada keltirilgan.

3.1.1 chizma





3.2. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy - iqtisodiy asoslari.

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

- ✓ O‘zbekiston Respublikasidagi korxonalar to‘g‘risidagi qonun.
- ✓ Tovar ishlab chiqaruvchi va tadbirkorlar palatasi to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasining 1997 yil, 24 aprel qonuni O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi. 1997 yil 4- 5 son.
- ✓ O‘zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to‘g‘risidagi qonuni.
- ✓ O‘zbekiston Respublikasi «Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish to‘g‘risida» gi qonuni.
- ✓ O‘zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik va tadbirkorlar faoliyatining kafolatlari to‘g‘risida»gi qonuni.
- ✓ O‘zbekiston Respublikasi kichik korxonalar to‘g‘risida Nizom.

- ✓ O‘zbekiston Respublikasi xususiy tadbirkorlik to‘g‘risida Nizom.
- ✓ Kichik va o‘rta tadbirkorlikni rivojlantirishni rag‘batlantirish mexanizmini takomillashtirish. (O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1998 y., 27 may 232 – sonli qarori).

Tadbirkorning huquqlari

Iar bir fuqaro (bir guruh fuqarolar) xo‘jalik yurituvchi boshqa sub‘ektlar bilan teng asoslarda:

- ✓ O‘zbekiston Respublikasi qonunlarida belgilangan shartlarga rioya qilgan holda korxonalar va tashkilotlarni vujudga keltirish, ta‘sis etish, sotib olish va qayta tuzish yo‘li bilan tadbirkorlik faoliyatini boshlash va davom ettirish;
- ✓ tadbirkor turli darajada mulkiy javobgar bo‘ladigan o‘z tadbirkorlik tashkilotini ta‘sis etish;
- ✓ bu faoliyatni bajarish uchun boshqa yuridik shaxslar va jismoniy shaxslarning mol–mulkini hamda pul mablag‘larini ixtiyoriy asoslarda jalb etish;
- ✓ xodimlarni mustaqil yollash va ishdan bo‘shatish;
- ✓ tadbirkorlikdan soliq solinadigan cheklanmagan miqdorda daromad orttirish;
- ✓ ijtimoiy ta‘minlanish va ijtimoiy sug‘urta qilinish xuquqlariga ega.

Tadbirkorning majburiyatlari

Tadbirkor:

- ✓ amaldagi qonunlardan hamda o‘zi tuzgan bitimlardan kelib chiqadigan barcha majburiyatlarni bajarishi;
- ✓ yollanib ishlayotgan xodimlar bilan O‘zbekiston Respublikasi qonunlariga muvofiq mehnat shartnomalari (bitmlar) tuzish;
- ✓ ishga jalb etilgan barcha xodimlar bilan tuzilgan bitmga muvofiq

korxonaning moliyaviy ahvolidan qat'iy nazar, to'la hisob – kitob qilishi;

- ✓ yollanib ishlayotgan xodimlarni ijtimoiy va tibbiy sug'urta qilishi;
- ✓ qonunlarga muvofiq maxsus bilim va ko'nikma talab qilinadigan ishga faqatgina zarur tayyorgarlikka ega, kasbkori jihatidan yaroqli va tegishli ma'lumotga ega bo'lgan shaxslarigina jalb etishi shart.

Tadbirkorning mas'uliyati

Soliq va kredit majburiyatlarining, tuzilgan bitimlarning ijrosi, boshqa sub'ektlarning mulkiy huquqlarini buzganligi, bexatar mehnat sharoitlariga rioya etmasligi, yetkazib berganligi, atrof–muhitga zarar yetkazganligi, yakkahokimlikka qarshi qonunlarni buzganligi uchun, tadbirkor o'z mol – mulki doirasida amaldagi qonunlarga muvofiq javobgar bo'ladi.

Xo'jalik shartnomasi tushunchasi

Taraflardan biri shartlashilgan muddatda tadbirkorlik faoliyati sohasida tovarlarni berish, ishlarni bajarish yoki xizmatlar ko'rsatish majburiyatlarini oladigan, ikkinchi taraf esa tovarlarni, ishlarni, xizmatlarni qabul qilib olish va ularning xaqini to'lash majburiyatini oladigan kelishuv xo'jalik shartnomasi deyiladi.

Tadbirkorlik faoliyati sohasidagi shartnomaviy munosabatlarning asosiy prinsiplari

Tadbirkorlik faoliyati sohasidagi shartnomaviy munosabatlarning asosiy prinsiplari quyidagilardan iborat:

- ✓ xo'jalik shartnomalarining tuzishning erkinligi;
- ✓ taraflarning o'zaro manfaatdorligi;
- ✓ shartnoma intizomiga rioya etish;
- ✓ taraflarning o'zaro mulkiy javobgarligi.

Kichik va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari

quyidagilar kichik tadbirkorlik sub'ektlari hisoblanadi:

- ✓ mulk shaklidan qat'iy nazar, ishlab chiqarish tarmoqlarida band bo'ladigan xodimlarning o'rtacha yillik soni o'n kishigacha, savdo, xizmat ko'rsatish va noishlab chiqarish sohasining boshqa tarmoqlarida – besh kishigacha bo'lgan mikrofirmalar;
- ✓ mulk shaklidan qat'iy nazar, sanoat sohasida band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni qirq kishigacha, qurilish, qishloq xo'jaligi va boshqa ishlab chiqarish tarmoqlarida – yigirma kishigacha, fan, ilmiy xizmat ko'rsatish, chakana savdo va noishlab chiqarish sohasining boshqa tarmoqlarida – o'n kishigacha bo'lgan kichik korxonalar.

Ishlovchilarning belgilab qo'yilgan sonini hisobot davrida oshirishga qonun hujjatlarida nazarda tutilgan tartibda shartlarda yo'l qo'yiladi.

O'zining yoki boshqa shaxslarning jalb etilgan mol – mulki asosida, o'z mehnati yoki yollangan mehnatni qo'llanish vositasida, tavakkal qilib, va mulkiy javobgarlikni zimmasiga olib, tovar ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatishga, foyda oshirayotgan yuridik shaxslar xususiy tadbirkorlik sub'ektlari hisoblanadilar.

Yuridik shaxsni tuzmasdan turib tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadigan jismoniy shaxslar ham kichik va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari hisoblanadilar.

Tadbirkorlikning iqtisodiy asoslarini bozor iqtisodiyotining xususiyatlaridan izlash kerak.

Birinchidan, xususiy mulkni vujudga kelishi. Mulkdorni huquqlari:

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

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

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

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

Uchunchidan, ob‘ektiv iqtisodiy qonunlarni jamiyatdagi harakati (qiymat qonuni, talab va taklif qonuni va boshqalar).

Bu qonunlarning talablari tadbirkorlikni rivojlanishiga iqtisodiy shart – sharoitlar yaratadi.

To‘rtinchidan, tadbirkorlikni tartibga solish mexanizmi.

Tadbirkorlik davlat tomonidan quyidagi yo‘nalishlar orqali tartibga solinadi:

- ✓ soliq, moliya – kredit tizimi (soliq hajmi, kredit %),
- ✓ soliq imtiyozi;
- ✓ bahoni shakllantirish qoidasi;
- ✓ maqsadli dotatsiya;
- ✓ iqtisodiy sanksiyalar miqdori;
- ✓ davlat narsalari (imushestva) sotish predmetlari;
- ✓ davlat rezervlari;
- ✓ litsenziya;
- ✓ ijtimoiy, ekalogik normalar, normativlar;
- ✓ ilmiy – texnik, iqtisodiy, ijtimoiy, respublikaviy va xududiy dasturlar, (tadbirkorlikni rivojlantirish bo‘yicha);
- ✓ davlat ehtiyojlarini qondirish uchun shartnomalar tuzish.

3.3. Tadbirkorlikni qo‘llab quvvatlash yo‘nalishlari.

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

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

I. O‘zbekiston Respublikasida kichik va xususiy tadbirkorlik sub’ektlari huquqlari va manfaatlarining quyidagi kafolatlari mavjud.

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

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

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

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

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

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

2.2.1. Kichik va xususiy tadbirkorlik sub’ektlari uchun mahalliy soliqlar va yig‘imlar bo‘yicha imtiyozlar belgilaydilar;

2.2.2. Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning xududiy

dasturlarini ishlab chiqadilar.

2.2.3. Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning ustuvor yoʻnalishlarini aniqlaydilar.

2.3 Oʻzbekiston Respublikasida kichik va xususiy tadbirkorlikni qoʻllab – quvvatlash fondlari ularga quyidagi xizmatlarni koʻrsatadi:

- ✓ kreditlar, shu jumladan imtiyozli kreditlar berish asosida investitsiya loyihalarni moliyaviy taʼminlash;
- ✓ ustav sarmoyasida ishtirok etish;
- ✓ maslahat va axborot xizmatlari koʻrsatish shaklida texnik jihatdan koʻmaklashish;
- ✓ infrastrukturani rivojlantirishga koʻmaklashish;
- ✓ olinayotgan kreditlar uchun kafolatlar, majburiyatlar va kafilliklar berish yoʻli hamda qoʻllab – quvvatlashning boshqa shakllari bilan kichik va xususiy tadbirkorlik subʼektlarini rivojlantirishni ragʻbatlantirish uchun shart sharoit hosil qiladi.

2.4 Kichik va xususiy tadbirkorlikni axborot soxasida quyidagi yoʻnalishlar boʻyicha qoʻllab – quvvatlanadi.

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

Kichik va xususiy tadbirkorlik subʼektlariga axborot xizmati koʻrsatish qonun hujjatlarida nazarda tutilgan imtiyozli shartlarda amalga oshiriladi.

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

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

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

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

2.7. Kichik va xususiy tadbirkorlik sub’ektlarini imtiyozli kreditlash.

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

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

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

Kichik va xususiy tadbirkorlik sub’ektlarini sug‘urtalashni sug‘urta tashkilotlari amalga oshiradilar.

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

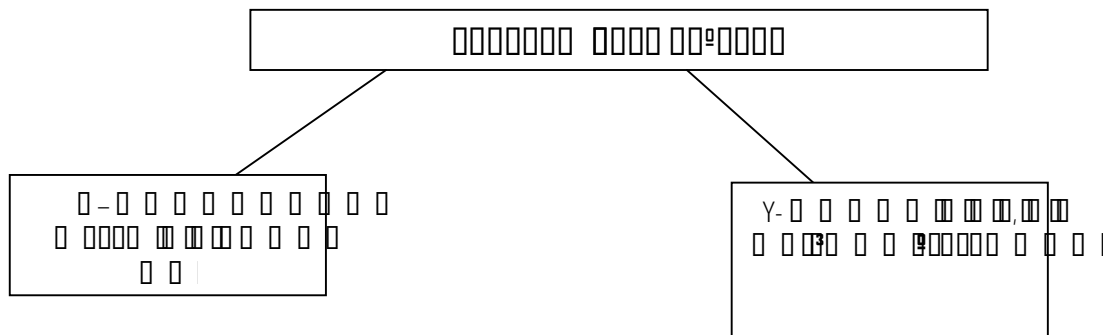
ta'minlanadi.

Kichik va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarini sug'urta qilishni amalga oshirayotgan sug'urta tashkilotlari qonun hujjatlarida belgilangan tartibda imtiyozlardan foydalanadilar.

3.4. Tadbirkorlik faoliyati samaradorligi mezoni va ko'rsatkichlari.

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

Tadbirkorlikning maqsadini quyidagicha ifodalash mumkin:



Tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy samaradorligi faoliyat natijasini taqqoslash orqali aniqlanadi.

Tadbirkorlikning ijtimoiy samaradorligi bir tomondan, uning a'zolarini ijtimoiy holati darajasi (daromadi, salomatligi, madaniy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirish (ijtimoiy himoyasi));

Ikkinchi tomondan, faoliyat natijasida «U» maqsadni bajarishda o'z ifodasini topadi.

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

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

Tadbirkorlikning iqtisodiy samaradorligi ko'rsatkichlari quyidagi 3.4.1.

jadvalda keltirilgan.

3.4.1. - jadval

Tadbirkorlikning iqtisodiy samaradorligini tahlil qilishda
ishlatiladigan ko'rsatkichlar tizimi.

№	Ko'rsatkichlar nomi	Aniqlash usullari	Modul shakli
1.	Joriy likvidlik koeffitsienti (K_{jl})	Aylanma mablag' lar ($A_j M$) ----- qisqa muddatli(joriy) majburiyatlar ($K(KMM)$)	$K_{j.l.} = \frac{\sum A_j M}{\sum KMM}$
2.	Moliyaviy karamlik koeffitsiyenti yoki qarzdorlik, mablag' bilan ta'minlanish koeffitsiyenti (K_{jl})	qarzga olingan kapital (ϵK) ----- Xususiy kapital (XK)	$K_{m.q.} = \frac{\sum \epsilon K}{\sum XK}$
3.	Moliyaviy barqararlik koeffitsiyenti ($K_{m.bar.}$)	Xususiy kapital (XK)+Uzoq muddatli qarzlarning o'rtacha yillik qiymati (\overline{AK})	$K_{m.bar.} = \frac{\sum XK + \sum YMK}{\sum \overline{AK}}$
4.	Mulk mustaqilligi koeffitsiyenti ($K_{m.m.}$)	Xususiy kapital (XK) ----- aktivlarning o'rtacha yillik qiymati (\overline{AK})	$K_{m.m.} = \frac{\sum XK}{\sum \overline{AK}}$

5.	Kapitalni manyovr (harakatchanlik) koeffitsiyenti (Kk _m)	Harakatdagi (ishchi) kapital (IK) <hr/> xususiy kapital (XK)	$Kk_{m.} = \frac{\sum IK}{\sum XK}$
6.	To'lov qobiliyati koeffitsiyenti (Kt _k)	O'z mablag'lari (O'.M.) <hr/> Umumiy majburiyatlar (U.M.)	$Kt_{k.} = \frac{\sum YM}{\sum yM}$

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

Takrorlash uchun savollar.

1. Biznes so'zi nimani anglatadi?
2. Tadbirkorlikning mohiyatini yoritib bering?
3. Biznesmen kim?
4. Tadbirkor deb kimni tushunasiz?
5. Tadbirkorlik qanday sharoitlarda vujudga keladi?
6. Tadbirkorlik shakllari?
7. Tadbirkorlik turlari?
8. Tadbirkorlikning funksiyalari?
9. Tadbirkorlikning sub'ektlari?
10. Tadbirkorlikning umumiy qoidalari?
11. Tadbirkorlik huquqlari?
12. Tadbirkorlik majburiyatlari?
13. Tadbirkorlik ma'sulyati?
14. Kichik va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari?
15. Xo'jalik shartnomasi tushunchasi?
16. Shartnomaviy munosabatlarning asosiy prinsiplari?
17. Tadbirkorlikni tartibga solish mexanizmi?

18. Tadbirkorlikni qo'llab quvvatlash yo'nalishlari?

19. Tadbirkorlik faoliyati samaradorligi mazmuni va ko'rsatkichlari?

4 - bob. Savdoning xo'jalik mexanizmi.

4.1 Xo'jalik mexanizmi tushunchasi va uning mohiyati

4.2 Savdoning xo'jalik mexanizmi, uning elementlari

4.3 Matlubot kooperatsiyasining xususiyatlari va xo'jalik mexanizmi.

4.1. Xo'jalik mexanizmi tushunchasi va uning mohiyati.

Iar qanday milliy iqtisdiyot tabiiy resurslari, ishchi kuchi, texnologiya, zaruriy tadbirkorlik va boshqaruv ko'nikmalaridan iborat mexanizmdan tashkil topadi.

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

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

Iqtisodiyotni iste'molchilar, tovar va xizmatlarni ishlab chiqaruvchilar va davlat harakatga keltiradi. Uning xo'jalik mexanizmi orqali amalga oshadi.

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

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

byudjetga, ish haqi, rag‘batlantirish fondi).

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

Xo‘jalik mexanizmi mohiyati xo‘jalik subektlarini tavavrlar va xizmatlarni ishlab chiqarish, taqsimlash, ayriboshlash va iste‘mol qilish jarayondagi iqtisodiy faoliyatlarini yagona aloqalar tizimida keltirishda nomoyon bo‘ladi. Ushbu jarayonda xo‘jalik mexanizmi bir qator funksiyalarini bajaradi. Ularga baxolash tashkiliy-boshqaruv, taqsimlash, ayriboshlash, iste‘mol tarkibini shakllantirish, rag‘batlantirish, takror ishlab chiqarish ishtirokchilarini jamiyatdagi ishtimoiy va iqtisodiy javobgarligini taminlash kabilarini kiritish mumkin. Yuqoridagilardan kelib chiqib xo‘jalik mexanizmini ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar bilan o‘zaro bog‘liqligini qo‘yidagicha yoritish zarur.

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

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

Ikkinchidan, taqsimot sohasidagi munosabatlar:

- tabiiy boyliklar, mehnat, moddiy resurslarni xo‘jalik sub’ektlari o‘rtasida taqsimlash (bu taqsimot pul daromadlarini, ishchi kuchini, moddiy texnik quvvatlarni va tabiiy boyliklarni taqsimlashda o‘z ifodasini topadi);
- davlat va xo‘jalik sub’ektlari o‘rtasida daromadlarni taqsimlash;

— xo‘jalik sub’ektlariaro, ular ichida, ya’ni xo‘jalik sub’ektlari va ishchi xizmatchilar, aksionerlar o‘rtasida daromad taqsimoti va boshqalar.

Uchinchidan, ayriboshlash jarayonidagi munosabatlar.

To‘rtinchidan, iste’mol sohasidagi munosabatlar.

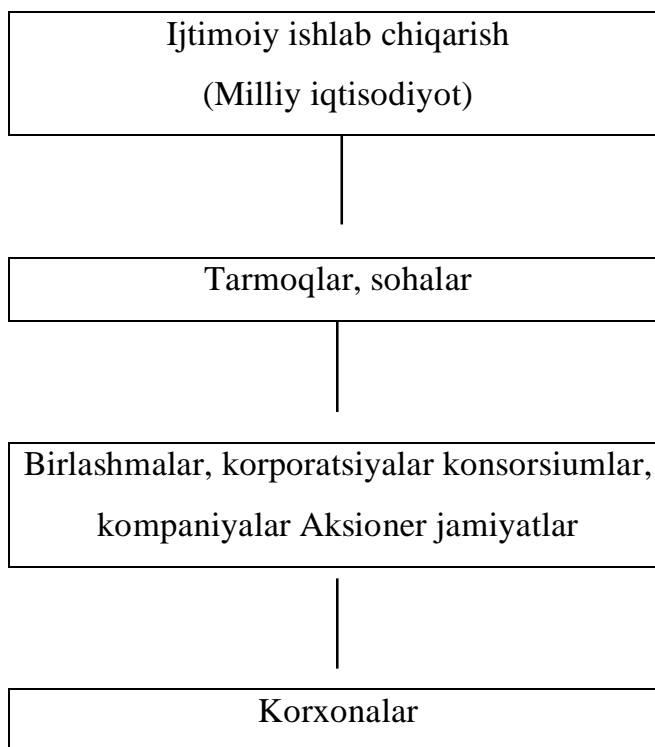
Ushbu munosabatlar bir-biri bilan tig‘iz bog‘liq bo‘lib, bir biriga qo‘shilib ketadi, biri-biriga aylanadi.

Bu to‘rt xil munosabatlar makroiqtisodiy, mezoiktisodiy va mikroiktisodiy darajalarda namoyon bo‘ladi.

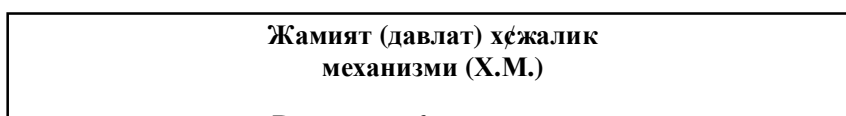
Masalan, makroiqtisodiy darajada xo‘jalik mexanizm jamiyatni boshqarish bilan bog‘liq funksiyalarni bajaradi.

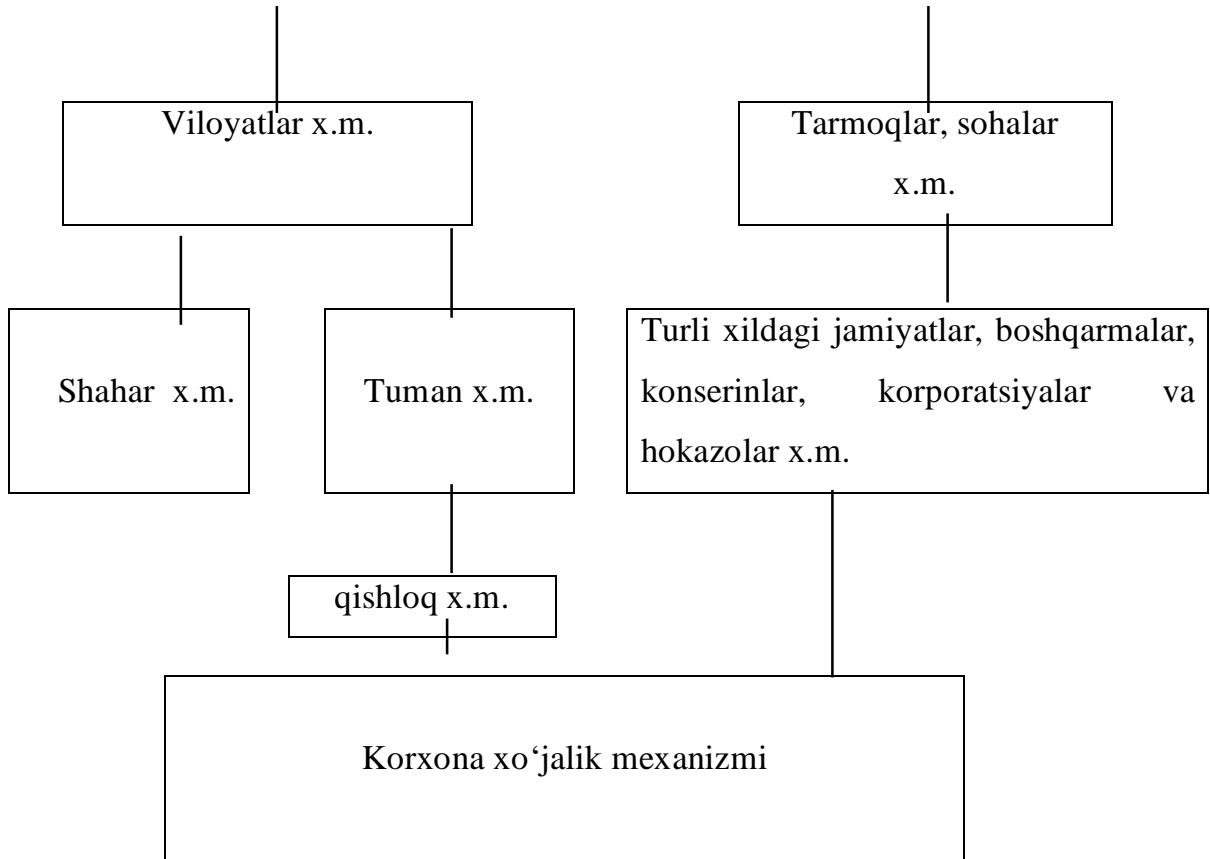
Milliy iqtisodiyotni ishlab chiqarish tarkibini (4.1.1-chizmada) va jamiyatning xo‘jalik muxanizmining tuzilishini (4.1.2-chizma) ifoda qilish mumkin.

4.1.1. chizma.



4.1.2-chizma





Tarmoqlar va sohalarini 4 xil katta guruhlariga bo'lish mumkin.

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

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

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

To'rtinchisi - boshqaruv, yurispriditsiya, sog'liqni saqlash, ta'lim va boshqa aholiga xizmat ko'rsatuvchi sohalardan iboratdir.

Bu darajada vazirliklar, komitetlar va boshqa tarkibiy tuzilmalar tuziladi, davlat miqqiyosida programmalashtirish, rejalashtirish, davlat mulkidagi korxonalarini boshqarish, jamiyatdagi iqtisodiy munosabatlarni tartibga solish, pul

muomalasini ta'minlash, kredit, soliq tizimlarini ishga solish, davlat buyurtmalarini bajarish, ta'lim, sog'liqni saqlash, mudofani, tashqi aloqalarni ta'minlash va boshqa ishlar amalga oshiriladi.

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

Mikroiqtisodiy darajada – xo'jalik sub'ektlarni xo'jalik mexanizmi nazarda tutilmoqda.

4.2. Savdoning xo'jalik mexanizmi, uning elementlari.

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

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

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

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

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

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

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

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

Tovarlarni ishlab chiqarishdan iste'molchilarga qarab siljish nuqtai

nazaridan ulgurji va chakana savdoga turlanadi.

Xududiy tashkillanish jihatidan tashqi va ichki savdoga bo‘linadi.

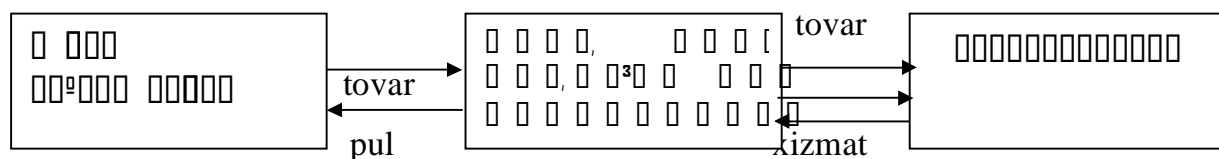
Ushbulardan tashqari ulgurji va chakana savdo tashkiliy-huquqiy jihatlari, tovar bo‘yicha ixtisoslashishi, savdo shaxobchalarining tiplanishi, tovarlarni sotishni takomillashtirish usullarga qarab har xil bo‘ladi. Masalan:

1. Ulgurji savdo universal, ixtisoslashgan, ulgurji vositachilar, harid qiluvchi markazlar, birjalar va haqozolardan tashkil topadi.

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

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

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



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

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

Bu jarayonda aholiga tovar sotish bilan bir qatorda tovarlarni sotish, uylariga

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

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

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

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

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

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

Savdoning xo'jalik mexanizmi quyidagi elementlardan tashkil topadi.

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

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

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

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

Beshinchidan, savdo faoliyatini tartibga solishni huquqiy shakl va usullari. huquqiy qonunlar, davlat organlarining normativ hujjatlari, ko'rsatmalari, savdo

tashkilotlari va korxonalarining nizomi, ustavi va hokozlar.

Oltinchidan, savdo munosabatlariga ta'sir qiluvchi sotsial-psixologik omillar.

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

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

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

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

4.3. Matlubot kooperatsiyasining xususiyatlari va xo'jalik mexanizmi

Kooperatsiya lotinchi «cooperatio» so'zidan kelib chiqib, hamkorlik qilish ma'nosini bildiradi.

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

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

kelmoqda.

Matlubot kooperatsiyasi hozirgi kunda butun sobiq Sovet ittifoqi Respublikalarida bozor sub'ektlari ichida eng katta nodavlat xo'jalik yurituvchi tarkiblardan, ya'ni bozor iqtisodiyotining sub'ektlaridan biridir. Matlubot kooperatsiyasi xususiyati uning tabiatidan kelib chiqib, kishilar o'zlarining iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy ehtiyojlarini qondirish maqsadida (boshqa bozor sub'ektlarini aksioner jamiyatlari, korporatsiyalarni asosiy maqsadi foyda olishdir), shaxsiy mulklarini kollektivlashtirish asossida ixtiyoriy tuzilgan mustaqil birlashmadir.

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

Matlubot kooperatsiyasi ko'p tarmoqli xo'jalik birlashmadir.

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

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

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

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

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

Kooperativlar tarmoq prinsipi, hududiy va boshqa belgilar bo'yicha xo'jalik uyushmalari qat'iy ixtiyorilik asosida birlashishlari va yakka xomiylikka qarshi xomiylarning talablarini hisobga olgan holda ish olib borishlari mumkin.

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

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

Kooperativning oliy boshqaruv idorasi umumiy yig'ilish, konferensiya, s'ezd bo'lib, ular kooperativ raisini (boshqaruvini), taftish komissiyasini (taftishchini) saylaydi va ularga kooperativni boshqarish bo'yicha o'z vakolatlarini topshiradi.

Kooperativning har bir a'zosi, shu jumladan, uning har bir jamoa a'zosi qo'shgan mulkiy hissasining miqdoridan qat'iy nazar, bir ovozga ega bo'ladi.

Kooperativda mehnat shartnomasi (kontrakti) bo'yicha ishlayotgan fuqarolar umumiy yig'ilishida maslahat ovozi huquqi bilan ishtirok etadi.

Umumiy yig'ilish:

- kooperativning ustavini qabul qiladi, unga belgilangan tartibda o'zgartirishlar va qo'shimchalar kiritadi;
- kooperativning raisini, boshqaruvini va taftish komissiyasini (taftishchisini) saylaydi (yollaydi), ularning faoliyatlariga doir hisobotlarni tinglaydi;
- kooperativ a'ziligiga qabul qilish, a'zolikdan chiqarish masalalarini, shuningdek, kooperativdan chiqish bilan bog'liq masalalarni hal qiladi;
- kooperativning ichki tartib qoidalarini, kooperativ mulkiga

yetkazilgan zarar uchun moddiy javobgarlik to'g'risidagi, mehnatga haq to'lash to'g'risidagi qoidalarni hamda kooperativning boshqa ichki hujjatlarini qabul qiladi va ularni o'zgartiradi;

- kooperativga kirish, pay badallarining va boshqa badallarning miqdorini belgilaydi;
- kooperativ faoliyatining rejalarini va ularning ijrosiga doir hisobotlarni tasdiqlaydi;
- foydani (daromadni) taqsimlash tartibini, kooperativ fondlari va rezervlarning turlari, miqdori hamda ulardan foydalanish yo'llarni belgilaydi;
- kooperativni qayta tashkil etish va uning faoliyatini to'xtatish, uning xo'jalik uyushmalariga kirishi va ulardan chiqishi masalalarni hal qiladi.

Kooperativ boshqaruvi (rais) ning statusi kooperativ ustavi bilan belgilanadi.

Matlubot kooperatsiyasi quyidagi vazifalarni bajaradi:

- qishloqlar, pasyolkalar va shaharlarda chakana savdo hamda ommaviy ovqatlanish korxonalari tarmog'ini vujudga keltirish va rivojlantirish, o'z a'zolari – paychilar hamda xizmat ko'rsatilayotgan aholiga o'zi ishlab chiqargan va korxonalar, tashkilotlar hamda jismoniy shaxslardan sotib olgan oziq-ovqat mahsulotlari va nooziq-ovqat tovarlarini sotish;
- aholi va korxonalardan qishloq xo'jalik mahsulotlari hamda xom ashyo, yordamchi xo'jalik mahsulotlari va xunarmandchilik buyumlari, keyinchalik qayta ishlash va sotish uchun yovvoyi o'simliklar, mevalar hamda dori-darmon texnikaviy ashyoni o'zbekiston Respublikasi qonunlariga muvofiq harid qilish;
- sotib olinayotgan qishloq xo'jaligi xom ashyosi va boshqa mahalliy xom ashyodan, shuningdek, ulgurji savdo tartibda harid qilinadigan resurslar, xom ashyo va materiallardan oziq-ovqat mahsulotlar va

nooziq-ovqat tovarlari ishlab chiqarishni tashkil etish;
— aholiga ishlab chiqarishga va maishiy turmushga doir turli xizmatlar ko'rsatishdan iboratdir.

Matlubot kooperativlari (jamiyatlari) ishlab chiqarish vositalari va xalq iste'moli tovarlari harid qilishni va sotishni tashkil etish orqali fuqarolarning qishloq xo'jalik mahsulotlari xom ashyosini yetishtiruvchi va qayta ishlovchi yordamchi xo'jaliklarini, shuningdek, xunarmandchilikni rivojlantirishni rag'batlantiradilar.

Matlubot kooperativlari (jamiyatlari) yakka hokimlikka qarshi qonunlarning talablariga muvofiq ixtiyoriy ravishda xo'jalik uyushmalariga birlashishlari mumkin.

Matlubot kooperativlari (jamiyatlari) xo'jalik uyushmalari boshqaruvining oliy idoralari – s'ezd va konferensiyadir.

Matlubot kooperativ (jamiyat) boshqaruvining oliy idorasi kooperativ (jamiyat) a'zolarining umumiy yig'ilishidir.

S'ezd va konferensiyalar kengashi (boshqaruv)ni saylaydi. Kengash (boshqaruv) s'ezd va konferensiyalar oraliq'idagi davrda ularning vazifalarini bajaradi hamda ularga hisob beradi.

S'ezd va konferensiya o'ziga hisob beruvchi nazorat idorasi – taftish komissiyasini saylaydi.

Xo'jalik uyushmalari boshqaruvi idoralarining o'z vakolatlari doirasida qabul qilgan qarorlarini ijro etish ularning a'zolari uchun majburiydir.

Matlubot kooperativlari (jamiyatlari), ular uyushmalari bilan davlat, boshqa uyushmalar, korxonalar, tashkilotlar hamda jismoniy shaxslar o'rtasidagi xo'jalik munosabatlari shartnoma asosida tashkil etiladi, basharti, o'zbekiston Respublikasi qonunlarida o'zga hol nazarda tutilgan bo'lmasa.

Matlubot kooperativlari (jamiyatlari) narxlar hamda ta'riflarni mustaqil yoki shartnoma asosida belgilaydilar. Kooperativlar va ularning xo'jalik uyushmalari bozorda yakka hokimlik qilgan hollarda davlat fuqorolarni ijtimoiy himoya qilish maqsadida o'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlariga muvofiq

narx-navoni tartibga soladi.

Yuqorida keltirilganlar matlubot kooperatsiyasi xo‘jalik mexanizmini xususiyatlarini belgilab beradi.

Matlubot kooperatsiyasi xo‘jalik mexanizmini elementlari tarkibi jamiyat xo‘jalik mexanizmining elementlaridan tashkil topadi. Lekin ularni ishlatish shakl va usullari matlubot kooperatsiyasi hususiyatlaridan kelib chiqadi.

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

Takrorlash uchun savollar.

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

5 - bob. SAVDO KORXONALARIDA IQTISODIY ISHNI TASHKIL ETILISH

5.1. Iqtisodiy ishning mohiyati

5.1.1. Iqtisodiy ishning mohiyati, mazmuni va ahamiyati

5.1.2. Iqtisodiy tahlilni mazmuni, vazifalari va usullari

5.1.3. Iqtisodiy axborotlar tushunchasi, turlari va ahamiyati

5.1.4. Iqtisodiy axborotlar tarkibida statistikaning ahamiyati

5.1.1. Iqtisodiy ishning mohiyati, mazmuni va ahamiyati

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

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

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

Iqtisodiiy ishni olib boruvchi organlar iqtisodiiy xizmat apparati bo‘lib hisoblanadi.

Iqtisodiiy xizmatni bosh vazifasi mavjud resurslardan samarali foydalanish orqali asosiiy maqsadga erishishni ta‘minlash hisoblanadi.

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

1. Iste‘molchilarni ehtiyojini to‘la-tukis qondirish.
2. Maksimal daromad va foyda olish.
3. Moddiiy, mehnat, moliyaviiy resurslardan oqilona va ratsional foydalanish.
4. Iar tomonlama asoslangan boshqaruv qarorlarini qabul qilishni ta‘minlash.
5. Sifatli va o‘z vaqtida iqtisodiiy axborotlarni tegishli organlarga yetkazish.
6. Iqtisodiiy ishni kam harajatlar va samarali bajarilishini ta‘minlash.
7. Iqtisodiiy ishni takomillashtirish milliiy hisoblar tizimi (MIT)ga – moslashtirilgan usullar, qoidalar, ko‘rsatkichlar tizimini ishlab chiqish,

axborotlar shakllarini yangilab borish, ularni vertikal va gorizontal yo‘nalishlarini aniqlash va h.k.).

5.1.2. Iqtisodiy tahlilni mazmuni, vazifalari va usullari

Iqtisodiy tahlil – birinchidan, iqtisodiy hodisalar va jarayonlarni o‘rganish to‘g‘risidagi usul;

ikkinchidan, iqtisodiy jarayon va hodisalarni o‘rganishni usul va uslublari to‘g‘risidagi fan, bilimlar yig‘indisi, ta’limot;

uchinchidan, iqtisodiy jarayonlar, hodisalarni statistik, texnik- iqtisodiy, matematik usullar orqali tadqiqot qilish, o‘rganish uslubidir.

Biz uchinchi nuqtai nazardan iqtisodiy tahlilni o‘rganamiz va ishlatamiz.

Iqtisodiy tahlil bu xo‘jalik sub’ektlari faoliyatini natijasiga kompleks o‘rganish orqali ob’ektiv baho berish jarayonidir.

Tahlil natijasida xo‘jalik faoliyati natijalari xo‘jalik sub’ektlari maqsadiga erishishi va vazifalarini bajarishi nuqtai nazaridan o‘rganiladi, tadqiqot qilinadi va baholanadi.

Iqtisodiy tahlilni asosiy vazifalari:

1. Iqtisodiy jarayonlar va hodisalarni tendensiyalari va qonuniyatlarini tadqiqot qilish va aniqlash.
2. Iqtisodiy jarayonlar va hodisalarda ruy berayotgan o‘zgarishlarni sabablarini aniqlash.
3. 1 va 2 jarayonlarni asoslash.
4. Iqtisodiy jarayonlar va hodisalarni kelajakda o‘zgarishlari to‘g‘risida chora-tadbirlar ishlab chiqish.

Iqtisodiy tahlil boshqarish jarayonini bir bosqichi hisoblanadi. Uning maqsadi:

- ob’ektning holati talab darajasiga qay darajada javob berayotganligini baholash;

- ob'ekt holatini talabga javob berishi uchun qanday imkoniyatlar mavjudligini aniqlash, chora-tadbirlar ishlab chiqish;
- optimal boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun zarur bo'lgan xulosalar tayyorlash kabilardan iboratdir.

Ushbu maqsadlarga erishish uchun iqtisodiy tahlil oldida bir qancha vazifalar turadi.

Iqtisodiy tahlilni tavsiflashda ko'p belgilar (alamatlar) ishlatiladi. Ularni asosiylariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- tadqiqotni maqsadi va mazmuni bo'yicha;
- o'rganiladigan ob'ekt bo'yicha;
- zamon, o'rganiladigan davr bo'yicha;
- tahlil qiluvchi sub'ektlar bo'yicha;
- iqtisodiyotni o'rganish darajasi bo'yicha;
- tahlil jarayonida qo'llaniladigan metodologik uslubiyotlariga qarab.

Tadqiqotni maqsadi va mazmuni bo'yicha global, lokal va mavzulik turlariga bo'lish mumkin va ular xo'jalik faoliyatini prognozlash maqsadida yoki optimal boshqaruv qarorlari qabul qilish nuqtai nazardan ishlatiladi.

Global tahlilda xo'jalik faoliyati to'la, atroflicha, kompleks holda o'rganiladi.

Lokal tahlil deganda xo'jalik sub'ektlarini bir tarkibiy qismi o'rganilishi nazarda tutiladi. Masalan, savdo korxonasini biron shaxobchasi faoliyatini biron bir turi o'rganiladi.

Mavzulik deganda tahlil xo'jalik sub'ektini qandaydir mavzusiga bag'ishlanadi, ya'ni resurslarni alohida turini samarasini o'rganish, faoliyat turini samarasini o'rganish va hokazolar.

Tahlil o'rganiladigan ob'ekt bo'yicha korxonani shaxobchasi, sex, tashkilot, birlashmalar, funksional bo'limlar bo'yicha tahlilni o'z ichiga oladi.

O'rganiladigan davr bo'yicha tahlil tezkor (kundalik, haftalik, 15 kunlik, joriy (oylik, choraklik, 6 oylik, 9 oylik, 1 yillik) va istiqbol tahlillarga turlanadi. Tezkor va joriy tahlil hisobot davr natijasi bo'yicha o'tkaziladi, istiqbol tahlil

kelajakda sodir bo'lishi mumkin jarayonlar va hodisalarga taaluqli ko'rsatkichlar asosida amalga oshiriladi.

Iqtisodiy tahlil uni o'tkazuvchi sub'ektlar nuqtai nazaridan boshqaruv, statistik, bank, moliya va soliq organlari, auditorlik tahlili, korxonani funksional bo'limlari kabilar orqali o'tkaziladigan tahlillarga tasniflanadi.

Iqtisodiyotni o'rganish darajasi bo'yicha tahlil makroiqtisodiy tahlil va mikroiqtisodiy tahlillarga bo'linadi.

Tahlilda ishlatiladigan metodologik uslubiyotlarga qarab tahlilni kompleks tahlil, solishtirish tahlili, omilli tahlil, funksional qiymat tahlili kabilarga turlash mumkin.

Iqtisodiy tahlil usullari metodologik nuqtai nazardan bilish nazariyasida ishlatiladigan usullarga asoslanib (1 bob 1.4-paragrafqa qaralsin) o'ziga xos uslublardan foydalanadi.

Ushbu usullarni umumlashtirib quyidagilarga ajratish mumkin:

- umummetodologik usullar (dialektika, induksiya va deduksiya, analiz va sintez);
- statistik usullar (solishtirish, guruhlar, indekslar, zanjirli bog'lash, o'rtacha sonlar, grafiklar);
- balans usuli;
- iqtisodiy matematik usullar (korrelyatsiya, regressiya, dasturlash, o'yin nazariyasi, matritsalash va hokazolar);
- ekspert baholash usuli.

5.1.3. Iqtisodiy axborotlar tushunchasi, turlari va ahamiyati

Axborot qabul qiluvchiga uch xil tushunish filteri orqali yetkaziladi, ya'ni qabul qilish, tushunish va baholash. Shu nuqtai nazardan axborot, qaror qabul qilish yoki biron bir vazifani bajarish uchun foydali bo'lgan, qabul qilingan,

tushunilgan va baholangan yangi bilimlar qatoriga kiradi.

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

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

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

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

- boshqaruvchi va boshqariluvchi ob’ektlar o‘rtasida aloqa vositasi sifatida ishlatiladi;
- barcha aloqador ob’ektlar, sub’ektlar orasida bir-biriga yuboriladigan xabarnoma sifatida ko‘rinadi;
- boshqaruv qarorlarini asoslash va qabul qilish uchun zarur bo‘lgan hodisalar, jarayonlar, munosabatlar va narsalarning xususiyati to‘g‘risidagi yangi bilimlar majmuasi sifatida namoyon bo‘ladi;
- hodisalar va jarayonlarni o‘ziga xos xususiyatlaridan darak beruvchi xabarnoma sifatida tasavvur qilinadi;

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

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

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

Iqtisodiy axborotlarni tasnifi 5.1.3.1-chizmada ifodalangan.

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

O‘rganiladigan hodisa, jarayon, ob’ekt yoki predmetlarni son va sifat jihatlarni, hajmini, mazmunini namoyon qiluvchi vositalar ko‘rsatkichlardir.

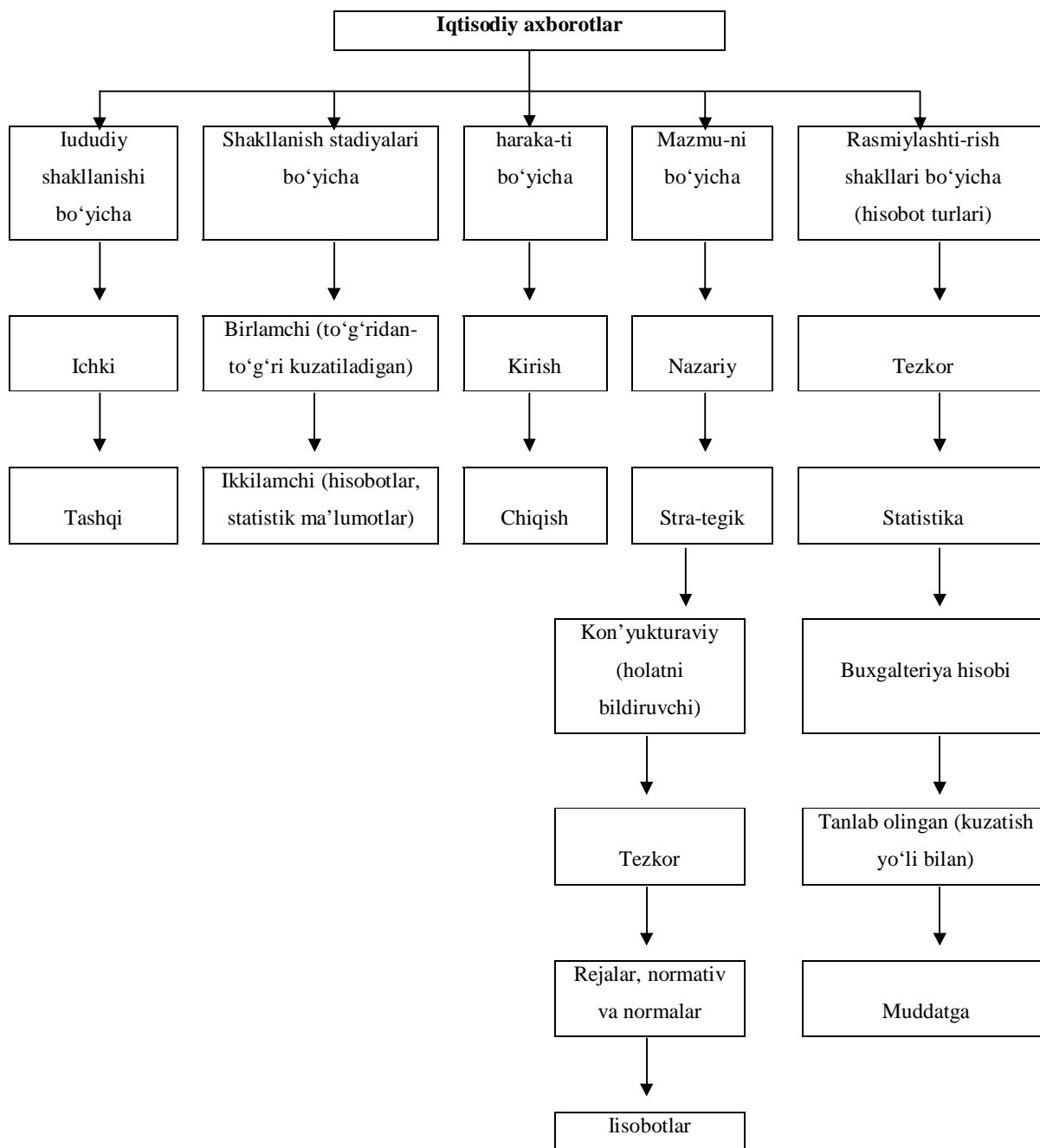
Ko‘rsatkichlar natural, qiymat, absolyut va nisbiy o‘lchov birliklarda namoyon bo‘ladi. Ko‘rsatkichlar to‘g‘risida tegishli boblarda so‘z yuritiladi.

Iqtisodiy axborotlarni namoyon bo‘lishi belgilangan yoki qabul qilingan hujjatlar orqali amalga oshiriladi.

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

5.1.3.1-chizma.

Iqtisodiy axborotlarning tasnifi



5.1.4. Iqtisodiy axborotlar tarkibida statistikaning ahamiyati

Jamiyatda hodisalar va jarayonlarni son ko'rsatkichlari to'g'risidagi axborotni ahamiyati nihoyatda yuqori ekanligini hamma ham tushunib, unga

e'tibor bera olmaydi.

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

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

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

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

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

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

Ushbu «Davlat statistikasi to'g'risida»gi qonunda mamlakatimizda rivojlanishning ijtimoiy-iqtisodiy holatini belgilovchi yagona statistika tizimini vujudga keltirish, uni faoliyatini ta'minlash bilan bog'liq bo'lgan huquqlari, vazifalari va mas'uliyatlari belgilab qo'yilgan.

1993 yilgacha respublikada Sobiq Sovet ittifoqini «Xalq xo'jaligi balansi»

(XXB) hisobot va statistika ko'rsatkichlar tizimi amaliyotda qo'llanib kelingan. U bozor munosabatlarini to'laligicha belgilab bera olmaydi. Chunki mulk shakllari, xalq xo'jaligi tarkibi o'zgardi.

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

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

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

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

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

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

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

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

MIT – yaxlit jamlama iqtisodiy-statistik ko'rsatkichlar to'plami bo'lib,

tayyor mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish, yalpi MD-ni yaratish, taqsimlash, qayta taqsimlash va iste'mol jarayonlarini o'zida mujassamlashtirgan hisobot va statistika tizimidir. Bunda ishlab chiqarish bilan bir xil uslubda xizmat ham MD yaratishda hisobga olinadi va o'rganadi.

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

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

Iozirgi zamonda statistika davlatni, biznesni va aholini axborot bilan ta'minlovchi tizimga aylangan.

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

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

Shuni ta'kidlash kerakki, statistika axborotlarining hayotimizda bo'layotgan ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlarni to'la aks ettirishdan davlat bilan bir qatorda tovar ishlab chiqaruvchilar va xizmat ko'rsatuvchilar (ishlab chiqaruvchilar)

manfaatdordirlar. Chunki, ishlab chiqaruvchilar o‘z faoliyatlarini iqtisodiyotning qaysi sohada rivojlantirishlarini, qanday tovar ishlab chiqarish va xizmat turlari ko‘rsatish bo‘yicha iqtisodiy jihatdan manfaatliroq ekanligini, ichki va tashqi bozor kon’yukturasini o‘rganishga oid axborotlarni statistika orqali bilib oladilar. Statistika axborotlarining to‘laligi va mukammalligi ishlab chiqaruvchilarga va aholiga mamlakatda yuritilayotgan iqtisodiy siyosatning yo‘nalishlari, moliya, pul, kredit bozorida muhim axborotlar, mamlakatning tashqi iqtisodiy aloqalari, uning kuch qudrati to‘g‘risidagi ma’lumotlarni beradi.

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

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

Tayanch iboralar: Iqtisodiy ish, iqtisodiy xizmat, axborot, tahlil, bozor kon’yukturasi, statistika, ko‘rsatkich.

Takrorlash uchun savollar.

1. Iqtisodiy ishni mazmunini yoriting?
2. Iqtisodiy xizmat nima va qanday vazifalar bajaradi?
3. Iqtisodiy tahlil mazmunini yoriting?
4. Iqtisodiy tahlil qanday vazifalar bajaradi?
5. Iqtisodiy tahlil usullariga tushuncha bering?

6. Axborot nima?
7. qanday axborotlar turlari mavjud?
8. Axborotlar qanday alomatlar bo'yicha tasniflanadi?
9. Ko'rsatkichlar deganda nimani tushunasiz?
10. Canday ko'rsatkichlarni bilasiz?
11. O'zbekiston Respublikasida axborotlari to'g'risida qanday tizim ishlatiladi?
Uni mazmunini yoritib bering?
12. Statistika iqtisodiyotdagi ahamiyatini yoritib bering?
13. Statistika to'g'risida qabul qilingan qonunda qanday vazifalar qo'yilgan?
14. Statistika takomillashtirish borasida qanday ishlar amalga oshirilgan?

5.2. Bozor iqtisodiyoti sharoitida prognozlash va rejalashtirish

- 5.2.1. Prognozlash va rejalashtirishni mohiyati, maqsadi, vazifalari va ahamiyati.
- 5.2.2. Rejalashtirishni qoidalari (prinsiplari).
- 5.2.3. Prognozlash va rejalashtirishga qo'yiladigan umumiy talablar.
- 5.2.4. Prognozlash va rejalashtirish turlari va bosqichlari.
- 5.2.5. Prognozlash va rejalashtirish usullari hamda ko'rsatkichlari

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

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

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

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

Rejalashtirish atamasi hayotga keyinchalik, ayniqsa, sotsialistik tizim

davrida tadbiiq qilingan. Nosotsialistik tizimdagi davlatlarda ko'proq prognoz, programma, strategiya, konsepsiya kabi atamalar ishlatiladi. Bularning hammasi bir xil vazifani, ya'ni kelajakda sodir bo'ladigan yoki sodir bo'lishi mumkin bo'lgan hodisa va jarayonlarni kelib chiqishi, amalga oshirish tartibi, yo'llarini va ketma-ketligini ko'rsatadi. So'z atamada emas. So'z uning asl mazmunida.

Iar qanday xo'jalik yuritishning samarasi iqtisodiyot qonunlarining talablarini chuqur o'rganish asosida rejalashtirish nazariyasini ishlab chiqilishiga va uning metodologiyasining yaratilishiga bog'liq.

Tarixan iqtisodiyot bilan bog'liq fanlar o'z nazariyasini takomillashtirish asosida rejalashtirish nazariyasini yaratgan.

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

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

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

Birinchiidan, nima ishlab chiqarish va qancha miqdorda?

Ikkinchiidan, qanday ishlab chiqarish va qancha harajatlar zarur bo'ladi?

Uchinchiidan, kim uchun ishlab chiqariladi va ular qanday taqsimlanadi?

Jamiyat va uning sub'ektlari oldidagi bunday muammolar, albatta, o'z-o'zidan hal bo'lmaydi. Buning uchun xalq xo'jaligini tashkil qilish, boshqarish, tarmoqlararo va xo'jalik sub'ektlari o'rtasidagi iqtisodiy aloqalarni bog'lash, sotuvchi bilan iste'molchilar orasidagi munosabatlarni, tovar bilan baho miqdorini moslashtirish va hokazolar kabi iqtisodiy jarayonlar, hodisalarni uyg'unlashtirish

kabi masalalarni hal qilish zaruriyati tug‘iladi. Bu hodisalar va jarayonlarni tartibga solish hamda ular o‘rtasidagi bog‘liqlikni ta‘minlash, avvalom bor iqtisodiy qonunlar ta‘siri ostida va albatta, davlatni aralashishi natijasida yuz beradi. Bunday umumiy iqtisodiy qonunlardan biri jamiyatni rejali-mutanosib (proporsional) rivojlanishidir.

Sotsialistik iqtisodiyot nazariyasi ko‘p yillar davomida proporsional rejali-mutanosib rivojlanish qonunining harakatini o‘zgacha bo‘lgan formatsiyalarda ijtimoiy ishlab chiqarishga ta‘sirini inkor qilib, uning harakat qilish zaruriyatini faqatgina ishlab chiqarish vositalariga ijtimoiy mulk tug‘diradi, deb tasdiqlab keldi.

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

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

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

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

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

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

Gorington Emirson (1853-1931) mehnat unumdorligini oshirishni 12 ta qoidasini ishlab chiqqan. Ularga boshqarishni boshlangʻich nuqtasi sifatida maqsadni aniqlash; kamchiliklar va nuqsonlarni tan olish va sababini axtarish; xodimlar faoliyatini reglamentatsiya va nazorat qilish hamda moddiy ragʻbatlantirish; ishlab chiqarish jarayoni elementlarini normalashtirish, doimiy, toʻla, real va tezkor hisob-kitob qilish, ularni rejalashtirish kabi masalalarni kiritgan.

Germaniya Federativ Respublikasi Kansleri Lyudvig Erhard (1950-1960) iqtisodiy reformalar oʻtkazgan va reformaning asosiy yoʻnalishlaridan biri sifatida indikativ rejalashtirishni joriy qilish boʻlib hisoblangan. Indikativ rejalashtirish indikativ koʻrsatkichlarni tasdiqlashdan iborat boʻlib, ularning bajarilishini taʼminlash uchun qudratli iqtisodiy, huquqiy, maʼmuriy dastaklar (instrumentlarni) ishlatishni koʻzda tutgan. Jahon iqtisodiyoti nazariyasi yutuqlari va tajribasini ishlatish asosida indikativ rejalar chuqur ilmiy asosda ishlab chiqilib, uni tayyorlashga yuqori kasbiy malakaga ega boʻlgan iqtisodchilar, olimlar jalb qilingan.

Rivojlangan davlatlar iqtisodiyotidagi yetuk yutuqlarga erishish, krizislarni bartaraf qilish, strategik, joriy va tezkor rejalashtirish usullarini, qoidalarini ishlatish asosida erishgan desak mubolagʻa boʻlmaydi. Ularda rejalashtirish masalalari bilan shugʻullanadigan zaruriy kafolatlarga ega boʻlgan vazirliklar, idoralar, muassasalar tashkil qilingan. Barcha firmalar, kompaniyalar, korporatsiyalar, korxonalar prognozlash va rejalashtirish bilan shugʻullanadigan funksional boshqaruv organlariga ega.

Korxonalar, firmalar faoliyatini rejalashtirish ilmiy asoslangan holda tashkil qilinadi. Chet el amaliyotida rejalashtirishni tashkil qilishni asosan ikki xil usuli ishlatiladi. Birinchisi, «break-down» - yuqoridan pastga usuli, ikkinchisi, «buifd-up» - pastdan yuqoriga usuli. Birinchi usulni mazmuni korxonalar rahbariyati uning

maqsad va vazifalarining asosiy yo‘nalishlarini belgilaydi, quyi bo‘limlarda ular detallashtirilib, siljish jarayonida umumiy rejaga kiritiladi. Ikkinchi usul bo‘yicha ko‘rsatkichlarni miqdori rejalashtirgan davrga quyi bo‘limlarda ishlab chiqiladi va rahbariyat ularni umumlashtirib, korxonani umumiy rejasini aniqlaydi.

Amaliyotda ko‘pchilik hollarda ikkala usul birgalikda ishlatiladi.

Rejalashtirish borasida jahonda 100 ta eng yirik deb tan olingan transnatsional kompaniyalardan biri Amerika qo‘shma Shtatlaridagi «Ay.M-elektrik» kompaniyasining tajribasi nazariy va amaliy jihatdan e‘tiborga sazovor. Bu firma energetik jihozlar ishlab chiqarish, ularni ta‘mirlash va ishlatish bo‘yicha xizmatlar ko‘rsatish bilan shug‘ullanadi.

Ushbu firmada rejalashtirish har ikki yilga (har bir strategik xo‘jalik markazi (SXM) bo‘yicha) strategik reja ishlab chiqishdan boshlanadi. Bu ishga 4 oy muhlat beriladi. Strategik yo‘nalish uch yilga mo‘ljallanib, 5 yilga ekstrapolyatsiya qilinadi. Bu sikl yillik rejalarni asoslashni ham o‘z ichiga oladi.

Yillik (joriy) rejalashtirishni xo‘jalik faoliyatini va bozor kon‘yunkturasini chuqur tahlil qilish asosida marketing bo‘limi bajaradi. Rejaning bajarilishini ishlab chiqarish bosh boshqarma boshlig‘i har oyda o‘tkazadigan majlislarda zavodlar boshliqlari orqali amalga oshiradi. har qanday rejadan chetlashish marketing va moliya bo‘limlari bilan tanqidiy tahlil qilinadi, rejaga zaruriy tuzatishlarlar kiritiladi.

Rahbariyatning doimiy nazoratida turadigan ko‘rsatkichlarga – buyurtmalar soni, ishlab chiqarish vaqti, mehnat unumdorligi, ishlab chiqarish zahiralari miqdori, harajatlar, foyda kabilar kiradi.

Rejalashtirishni bozor munosabatlariga mos kelmasligi qalbaki asoslanib kelinganligi bizlarga hozirgi kunda ayon bo‘lib turibdi. Bunday nazariyaning asosida «markazlashgan-buyruqbozlik» konsepsiyasi yotgan bo‘lib, xalq xo‘jaligini yagona reja asosida boshqarish, uning barcha sohalarini faqatgina markazdan turib rejalashtirish g‘oyasi yotgan edi. Mutanosib rivojlanishni to‘g‘ridan-to‘g‘ri markazdan rejalashtirish deb tushunildi. hozirgi kunda, shu sababli iqtisodiy adabiyotlarda, tadbirkorlar, xo‘jalik rahbarlari va oddiy odamlar

ongida bozor iqtisodiyotida rejali mutanosib rivojlanish qonuni harakat qilmaydi degan taassurot yo'qolmagan. Bu qonun bizlarda tarqatilayotgan yangi adabiyotlarda bozor iqtisodi qonunlari qatorida eslatilmaydi ham. Shuni ta'kidlash kerakki, hozirgi kunda bizda chiqarilayotgan biznes-reja to'g'risidagi adabiyotlarda tadbirkorlar, yangi tashkil qilinayotgan kichik korxonalarda tuziladigan rejalar, bir necha jadvallar va hisob-kitoblar to'g'risidagina fikr izhor qilinib, rejalashtirishning jiddiy masalalari chetda qolib ketayapti. Asosan, yangi tuzilayotgan korxonalar uchun zarur bo'lgan hisob-kitoblar, investitsiya olish uchun mo'ljallangan biznes-rejalar to'g'risida ko'proq fikr yuritiladi. Barcha rivojlangan davlatlarda bozor munosabatlari iqtisodiy qonunlar va reja tizimining barcha turlarini ishlatish asosida tartibga solinib turiladi. Tartibga solish rejasiz amalga oshmaydi va u ham davlat miqiyosida rejalashtirishning keng ishlatilishini taqozo qiladi. Umuman olib qaraganda, insoniyat jamiyatining rivojlanishi, jahon tajribasi, kelajak to'g'risidagi g'oyalar, etnografik, arxeologik ma'lumotlar, rejalashtirish va istiqbolni belgilash nazariyasi va tajribasi shuni ko'rsatadiki, tabiatda ham insoniyat jamiyatida ham, bizning ongimizdan qat'iy nazar muvozanat, mutanosiblik ta'minlanib kelingan.

Shunday qilib, rejali mutanosib rivojlanish qonuni insoniyat jamiyatini rivojlanishining barcha pog'onalarida (formatsiyalarida) mulk shaklidan, boshqarish tizimi shaklidan qat'iy nazar harakatda bo'lib kelgan va u insoniyat jamiyatiga taalluqli umumiqtisodiy qonun bo'lib hisoblanadi. Bozor iqtisodiyotiga xo'jalik faoliyatini rejalashtirish emas, markazlashgan-buyruqbozlik qoidasiga asoslangan, davlat tomonidan direktiv ravishda jamiyatning barcha sohalarini yagona xalq xo'jaligi rejasi asosida tartibga solish mos kelmaydi. Bozor iqtisodiyoti rejalashtirish nazariyasi va amaliyotini inkor qilmaydi. Bozor iqtisodiyotiga «reja-hukm» emas, «reja-prognoz» mos keladi. Lekin, bu deganimiz bozor iqtisodiyotida umuman «reja-hukm» ishlatilmaydi degan ma'noni tushuntirmaydi, ayrim sohalarda davlat tomonidan qat'iy rejalar ishlatiladi. Masalan, mudofa sohasida, ayrim davlat ahamiyatiga ega bo'lgan strategik tarmoqlarda, davlatlararo munosabatlarda va hokazolarda.

Asosiy masala rejalarining mazmuni, shakli va ularni ishlab chiqarish, harakatga keltirish usullaridadir. Xulosa qilib aytganda, bozor iqtisodiyoti munosabatalrini sotsialistik tuzumdan farq qilish tomonlaridan biri rejalashtirishni yo‘qqa chiqarish emas, uning mazmunini, shakllarini, usullarini bozor iqtisodiyoti qoidalariga moslashtirib ishlatishdir.

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

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

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

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

5.2.2. Rejalashtirishni qoidalarini (prinsiplari).

Jamiyatning siyosiy ustqurmasi, ijtimoiy-iqtisodiy shart-sharoitidan qat‘iy

nazar rejalashtirishni umumiy qoidalari (prinsiplari) mavjud. Ular insoniyat taraqqiyotining barcha formatsiyalarida u yoki bu darajada, ayrim hollarda rejalashtirish to'g'risida ilmiy asoslangan fikr yuritishdan chetda bo'lgan holda ishlatilgan.

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

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

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

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

- rejalashtirishning ilmiy asoslanganligini, ya'ni rejalashtirish iqtisodiy qonunlar talablarini, bozor iqtisodi qoidalarini hisobga olish, fan va texnika yutuqlariga asoslanishi, rejalashtirishda keng ma'noda ilmiy tekshirish muassasalarini, olimlarni jalb qilinishi orqali ta'minlanadi;
- rejalashtirishni har xil muddatlarga tuzish tizimi orqali uning uzluksizligi ta'minlanib boriladi;
- jamiyatda, korxonada, firmalarda ishlatiladigan barcha resurslarning chegaralanganligi ulardan foydalanishda tejamkorlikka intilish, ulardan eng optimal variantni tanlab olishni taqozo qiladi;
- raqobat, vaziyatning o'zgarib turishi rejalariga o'zgarishlar kiritib borishni taqozo qiladi va shu sababli rejalar har xil vaziyatlar uchun mo'ljallangan

alternativ variantlarda tuzilishi, uning vaziyatga moslashuvchanligi, elastikligini ta'minlaydi;

- bozor iqtisodiyoti qoidalari korxonalar, firmalar o'rtasidagi aloqalarni kontraktlar asosida tashkil qilish, olingan majburiyatlarni belgilangan muddatda, miqdorda qat'iy bajarilishini talab qiladi. Bu esa rejalarning bajarilishini nazorat qilish qoidasining ahamiyatini oshiradi.

5.2.3. Prognozlash va rejalashtirishga qo'yiladigan umumiy talablar

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

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

Rejalashtirish jarayoniga qo'yiladigan talablarni quyidagicha ifodalash mumkin:

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

5.2.4. Prognozlash va rejalashtirish turlari va bosqichlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida rejalarni tezkor, joriy, o'rta muddatli, strategik (uzoq muddatli) tizimi qo'llaniladi va bu asosida rejalashtirishni uzluksizligi ta'minlanadi.

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

Rejalarni tasnifi va turlari quyidagi 5.2.4.1-chizmada keltirilgan:

Jahon amaliyotida rejalashtirishning alohida bosqichlari, ya'ni rejalashtirish jarayonining ketma-ketligi ishlabch iqligan va ularga rioya qilishlik rejalashtirish

jarayonini bosqichlarini (logik) mantiqiy bog‘liqligini ta’minlaydi.

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

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

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

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

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

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

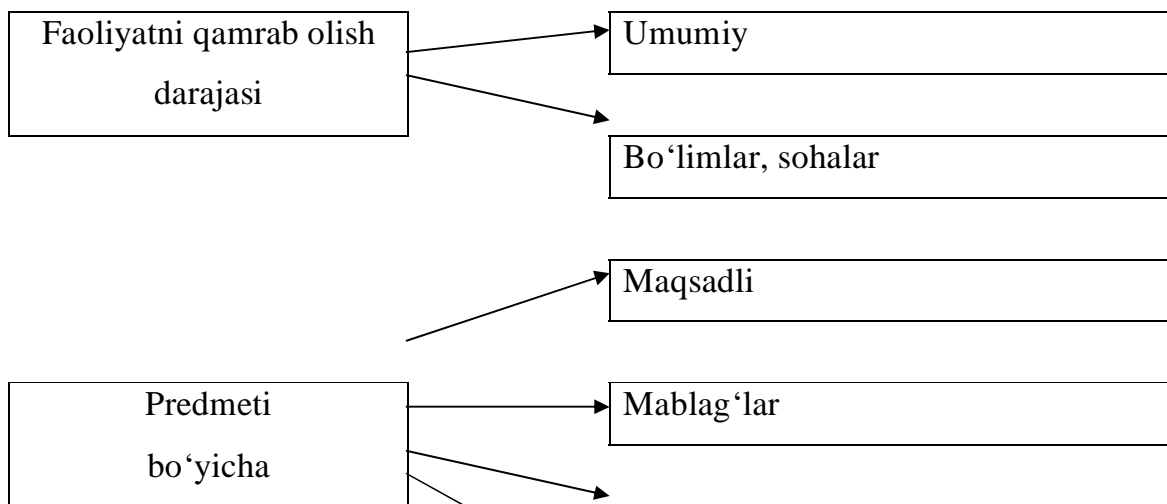
Masalan: strategik rejalashtirish, uzoq muddatli rejalashtirish bosqichlarining ayrim variantlari 5.2.4.2 va 5.2.4.3-chizmalarda keltirilgan.

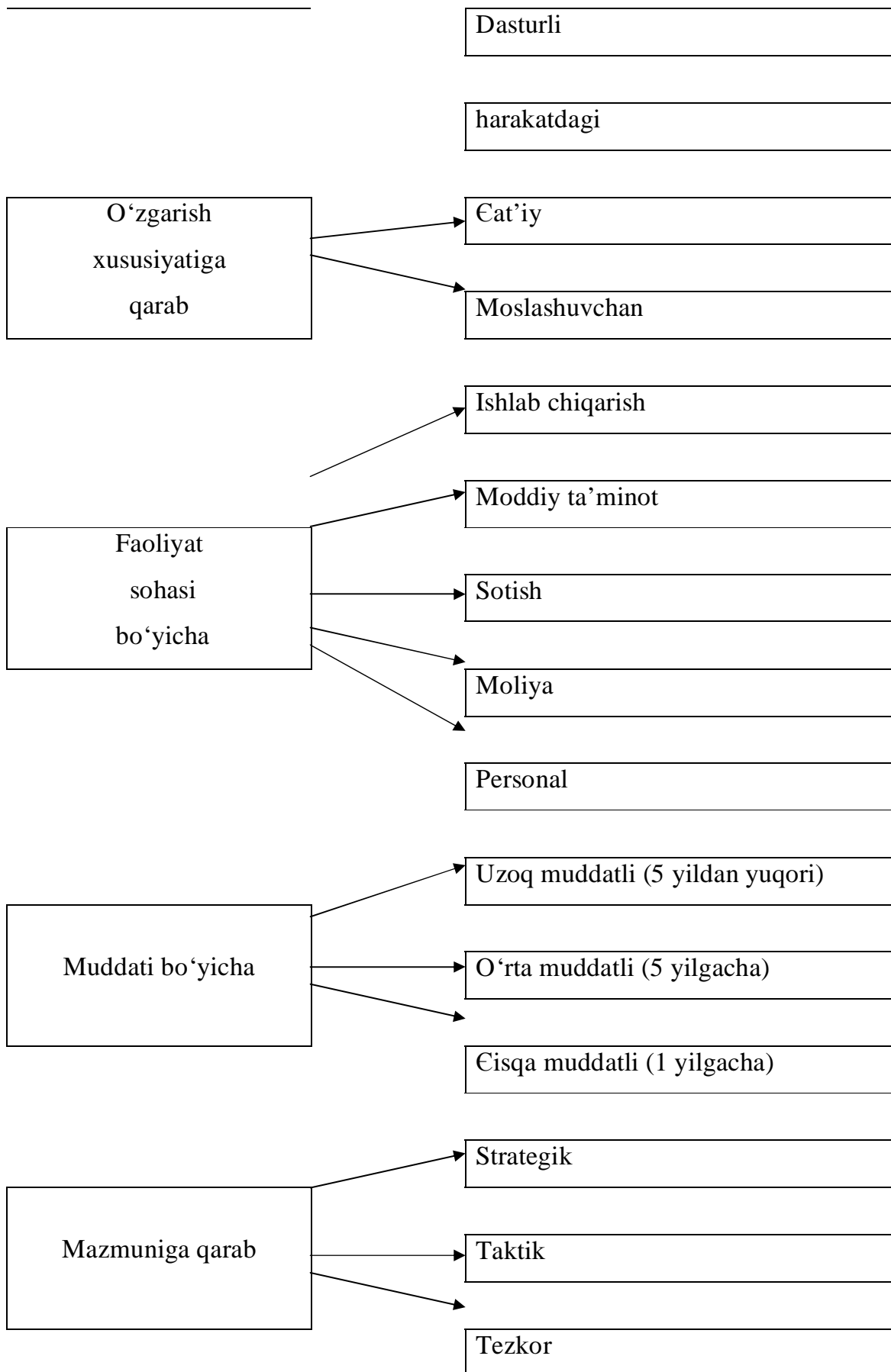
5.2.4.1 chizma

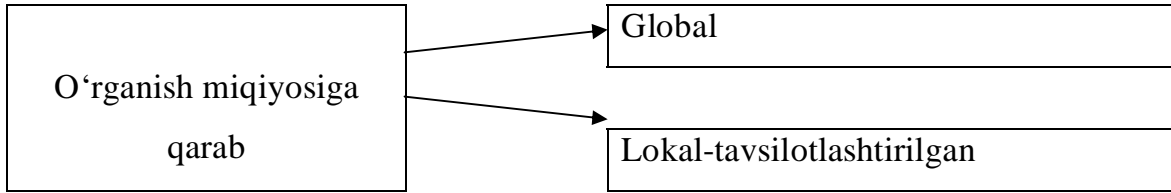
Rejalarning turlari

Tasniflash alomatlari

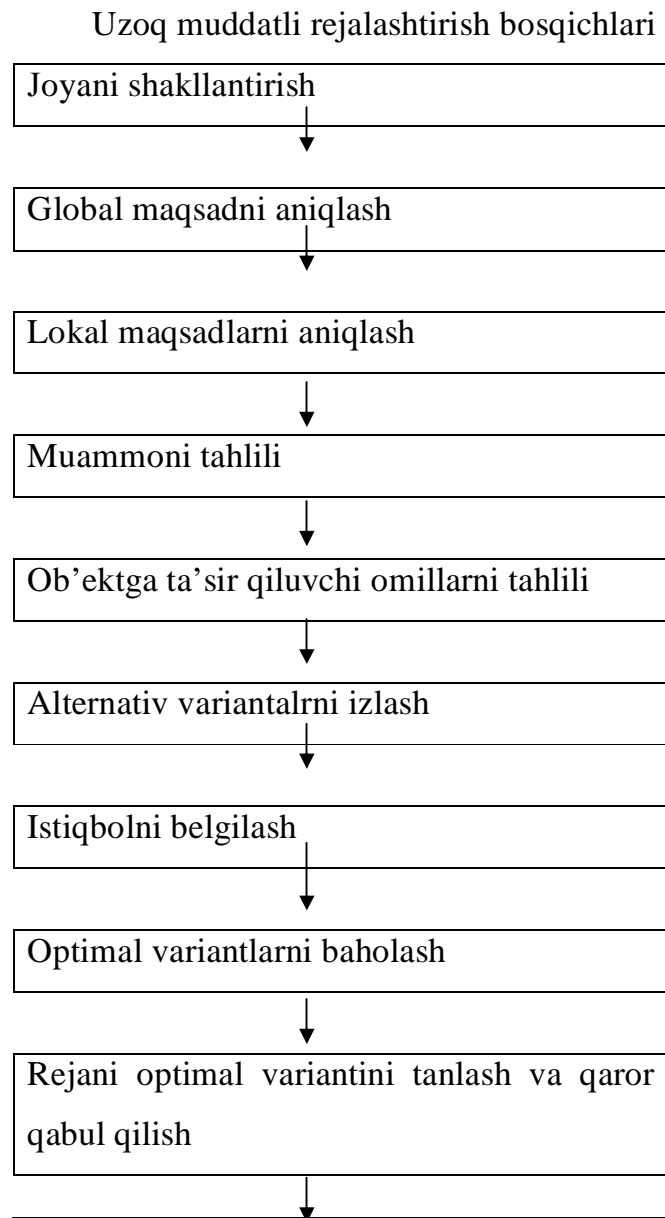
Rejaning turlari







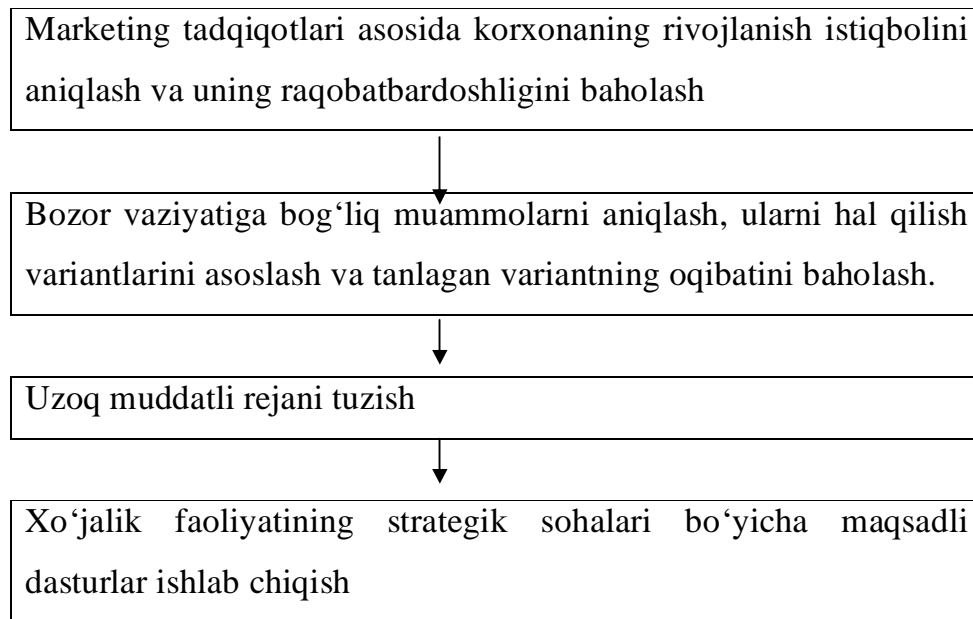
5.2.4.2-chizma.



Rejani bajaruvchilarga yetkazish

5.2.4.3-chizma.

Strategik rejalashtirish bosqichlari



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

- korxonaning maqsadi;
- investitsiya va ishlab chiqarishni takomillashtirish;
- resurslarni ishlatilish samarasi;

- boshqarishni takomillashtirish;
- raqobat vaziyatlarining tahlili;
- korxonalar tarkiblarining resurslari, ularning samaradorligi kabilarni aniqlash, belgilash.

5.2.5. Prognozlash va rejalashtirish usullari

hamda ko'rsatkichlari

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

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

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

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

Sifat ko'rsatkichlari nisbiy miqdorlarda hisoblanadi va korxonalar faoliyatini samaradorligini o'lchov birligi sifatida ko'proq ishlatiladi. Bu ko'rsatkichlar protsent, indeks, koeffitsiyent kabilarda o'z aksini topadi.

Ijmiy ko'rsatkichlar asosan ishlab chiqarish hajmini, ayrim ko'rsatkichlarni absolyut miqdorini ifodalaydi (zahiralar miqdori, ishlab chiqarish

hajmi, resurslar summasi va h.k.).

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

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

Muomala harajatalri summasi, tarkibi, moddalari bo'yicha (so'm, %).

Mehnat va ish haqi ko'rsatkichlari.

Daromad va foyda rentabellik ko'rsatkichlari.

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

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

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

Takrorlash uchun savollar.

1. Prognoz, prognozlashtirish nimalarni anglatadi?
2. Reja va rejalashtirishni mazmunini yoriting?
3. Prognozlashtirish bilan rejalashtirishning farqini ayting?
4. Rejalarni turlarini ayting?
5. Rejalashtirish metodologiyasini tushintirib bering?
6. Rejalashtirish qoidalarini ayting?
7. Rejalashtirishda qanday usullardan foydalaniladi?
8. Prognozlash va rejalashtirishga qanday talablar qo'yiladi?

6 - bob. SAVDO KORXONALARINING RESURSLARI

6.1. Savdo korxonalarining asosiy fondlari

6.1.1. Resurslar tushunchasi va tarkibi

6.1.2. Asosiy fondlar tushunchasi, tarkibi va baholanishi

6.1.3. Asosiy fondlarning ko'rsatkichlari

6.1.1. Resurslar tushunchasi va tarkibi

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

Jamiyatda resurslar har xil turlarga bo‘linadi.

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

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

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

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

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

Ishlab chiqarish omillariga quyidagilar kiradi:

1. «Yer» - tabiiy resurs sifatida, mehnat quroli, mehnat vositasi sifatida va mulk ob'ekti sifatida.
2. «Kapital» - moddiy va moliyaviy resurslar sifatida.
3. «Mehnat» - ishchi kuchi, mehnat resurslari va tadbirkorlik sifatida.

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

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

Insoniyat hayotida doimo chegaralangan imkoniyatlar va chegaralangan resurslarga duch keladi. haqiqatda har bir insonni alohida olib qarasaq uni imkoniyatlari chegaralanganligiga guvoh bo'lamiz. Masalan shaxsning jismoniy, intellektual, makon va zamondagi imkoniyatlari chegaralangan. Xuddi shunday, jamiyatda, tabiatda va koinotdagi insonlar foydalanadigan (havodan tashqari) barcha resurslar chegaralangan.

Butun jamiyatda resurslar chegaralangan, chunki tabiiy, moddiy, mehnat, moliyaviy va boshqa resurslar son jihatidan va sifat jihatidan chegaraga ega.

Bejiz emaski, iqtisodiy fanlar, avvalom bor, iqtisodiyot nazariyasi uchun chegaralangan resurslardan moddiy boylik yaratish, uni iste'mol uchun aholi o'rtasida taqsimlashda insonlarning o'zaro munosabatlarini o'rganish asosiy vazifalaridan biri bo'lib hisoblanadi.

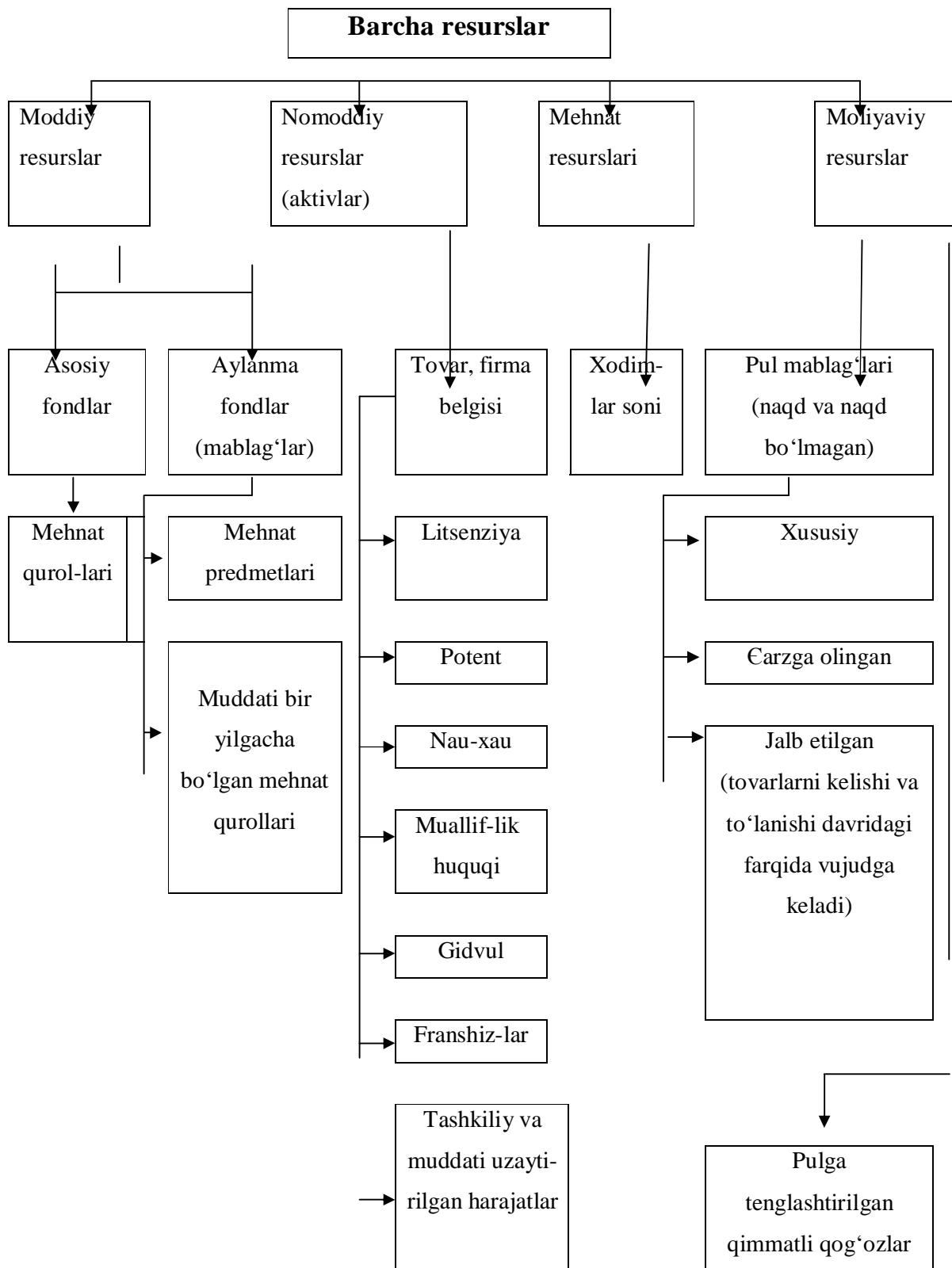
Savdo korxonalarida, iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari qatorida, moddiy,

mehnat va moliyaviy resurslari kabi tushunchalar ishlatiladi. Ular savdo korxonalarining iqtisodiy salohiyatini tashkil qiladi.

Savdo korxonalari faoliyatini o'rganishda asosiy va aylanma fondlar, moddiy va nomoddiy aktivlar, ishchi kuchi, moliyaviy resurslar kabi iqtisodiy kategoriyalar ishlatiladi. Savdo korxonasini barcha resurslarini quyidagi 6.1.1.1-chizmada ifodalash mumkin.

6.1.1.1-chizma.

Savdo korxonalarining resurslari



6.1.2. Asosiy fondlar tushunchasi, tarkibi va baholanishi

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

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

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

Savdo korxonalarida asosiy fondlarning natural-moddiy tarkibi (elementlari) quyidagilardan iborat:

- I – arxitektura – qurilish ob'ektlari (do'konlar, omborlar, ommaviy ovqatlanish korxonalarida va h.k.);
- II – inshootlar, qurilish ob'ektlari, har xil mahsulotlarni (neft) saqlaydigan joylar, ko'priklar, inshootlar, har xil quduqlar, suv chiqaruvchi inshootlar, har xil to'siqlar (devor) va h.k.;
- III – uzatma mexanizmlar, elektr uzatmalari, bug', suv uzatmalari va inshootlari, telefon uzatmalari va h.k.;
- IV – mashina uskunalari: bug'lanuvchi mashinalar va qozonlar, elektr mashinalari, o'zi yurar yoki siljiydigan elektrostansiyalar, kompressorlar, ko'taruvchi kranlar, tovarlarni qadoqlash uchun uskunalari, texnologik va issiqlik beruvchi uskunalari, avtomat mashinalari: savdo avtomatlari, o'lchov qurollari – dozatorlar va h.k. hamda o'lchaydigan va boshqaradigan asboblari, laboratoriya uskunalari kiradi;
- V – asboblari va har xil mehnat qurollari, materiallarni qayta ishlash uchun har xil moslamalar;
- VI – xo'jalikdagi ishlab chiqarish asbob-uskunalari: ishchi stollar, peshtaxtalar, savdo shkaflari, idishlar qo'yiladigan har xil asbob-uskunalari, tovarlar va boshqa narsalarni saqlaydigan tokchali uskunalari (stellaj) va h.k.;

VII transport vositalari: avtomobil vositalari, traktorlar, motorollerlar, mototsikllar, harakatchan suv transporti vositalari, omborxonalaridagi ko‘taruvchi transport vositalari va h.k.;

VIII xo‘jalikdagi mebellar, yonmaydigan shkaflar, yozadigan mashinkalar va h.k.;

IX – kompyuter texnikasi – kompyuter, skaner, printer, kalonka, elektron pochta, faks va h.k.;

X – ishchi va mahsuldor har xil hayvonlar (ot, tuya, sgir, cho‘chqa va boshqa hayvon va parrandalar);

XI – ko‘p yillik hosil-meva beradigan daraxtlar, o‘simliklar va hududdagi har xil ko‘katlar;

XII – yerlar, sug‘oriladigan melioratsiyaga tegishli inshootlar, suv havzalari, yer uchastkalari;

XIII – kutubxonalar va kutubxonalaridagi asbob-uskunalar;

XIV – ishlatish muddati bir yildan ko‘p bo‘lgan mehnat qurollari.

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

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

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

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

Asosiy fondlar faol (aktiv) va passiv mehnat qurollariga bo‘linadi. Asosiy fondlarning faol (aktiv) qismiga – mashinalar, uskunalar, o‘lchash, sozlash

asboblari va qurilmalari, kompyuter va hisoblash texnikasi (kassa apparatlari), transport vositalari kabilar kiradi. Yuqorida keltirilgan tavsifni III, IV, V, VI, VII, VIII va IX bandlarida keltirilgan asosiy fondalr elementalrini kiritish mumkin.

Passiv asosiy fondlarga savdo jarayonini amalga oshirishga shart-sharoit yaratadigan mehnat qurollari, ya'ni binolar, inshootlar kiradi. Asosiy fondalrning xizmat qilish davri, ular qiymatini aylanish vaqti bilan belgilanadi.

Asosiy fondalr – mulk shakliga, ishlab chiqarishga aloqasi, ammortizatsiyaga nisbatan, amortizatsiya normasiga binoan va soliqqa tortilishiga nisbatan tavsiflanadi.

1. Mulikka nisbatan – xususiy va arendalangan.
2. Ishlab chiqarishga qatnashishi bo'yicha – ishlab chiqarish va noishlab chiqarish (savdoda ishlab chiqarishga – savdoga oldi-sotdiga taalluqli qurollar va noishlab chiqarishga – ma'muriy binolar, inshootlar, jihozlar, uy-joy, kommunal xo'jaligi, klublar, stadionlar, bog'chalar, shifoxonalar).
3. Amortizatsiyaga nisbatan – amortizatsiyalanuvchi va amortizatsiya qilinmaydigan. Oxirgisiga – ishchi va mahsuldor hayvonlar, kutubxona fondi, ko'p yililk ekinlar, o'rnatilmagan jihozlar, konservatsiya qilingan vositalar (O'zRVM qarori asosida), to'la amortizatsiyalangan vositalar.

4. Amortizatsiya normalariga qarab:

20 % - kompyuter texnikasi, uning zarur jihozlari; yengil avtomobillar, taksi, avtotraktor texnikasi, maxsus instrumentlar va zaruriyatlar (prinadlejnosti).

15 % - yuk avtomobillari, avtobus, maxsus avtomobillar va avto pritseplar, ishlab chiqarish mashinalari va jihozlari, ofis mebellari;

8 % - dengiz, temir yo'l, havo transport vositalari, jihozlari, elektrodvigatellar, dizel generatorlar, truboprovodkalar, elektroperedachi va aloqa jihozlari;

5 % - bino, inshootlar;

10 % - yuqoridagilarga kiritilmagan boshqa amortizatsiyalanuvchi asosiy fondlar.

Asosiy fondlar baholanishi – boshlang'ich qiymati, tiklanish qiymati, qoldiq

qiymati bo'yicha baholanadi.

Boshlang'ich qiymati – asosiy fondni sotib olish qiymati, uni tashish, o'rnatish, montaj, ishlatish uchun ishchilarni o'qitish harajati, boj harajatlar va EES (qo'shimcha qiymat solig'i) yig'indisi.

Tiklash qiymati – boshlang'ich qiymati qayta baholash hisobi bilan va kengaytirish, rekonstruksiya qilish va modernizatsiya qilish uchun ketgan harajatlar yig'indisi.

Eoldiq qiymati – boshlang'ich qiymatidan amortizatsiya jamg'armasini ajratib tashlangandan qolgan qismi.

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

Asosiy fondlarni eskirishi ikki xil tarzda bo'lishi mumkin.

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

Ikkinchi, ruhan eskirish, ya'ni imlimiy-texnik taraqqiyot natijasida ishlatilayotgan asosiy fondlarga nisbatan qudratliroq, unumdorliroq yangi mehnat qurollarini yaratilishi natijasida eskilarini ishdan chiqarilishi tushuniladi.

Amaliyotda asosiy fondlarni jismoniy eskirish darajasi amortizatsiya ko'chirmasi miqdori bilan belgilanadi.

Asosiy fondlarning amortizatsiya ko'chirmasi – bu xususiy asosiy fondlarning eskirish qiymatining puldagi ifodasidir.

Amortizatsiya pul shaklida to'planib boriladi va asosiy fondlarni yangilash, kapital ta'mirlash uchun ishlatiladi. Asosiy fondlarni joriy va kapital ta'mirlash davrida va ishlatilmay turgan davrida amortizatsiya ko'chirmalari amalga oshirilmaydi. Amortizatsiya faqat xususiy asosiy fondlardan ko'chiriladi.

Asosiy fondlarni amortizatsiya qiymati (summasi) muomala (davr) harajatlar tarkibiga kiritiladi.

Amortizatsiya ko'chirmasi har oyda, belgilangan yillik normalar orqali

amalga oshiriladi. Iqtisodiy asoslangan normalar asosiy fondlarni ma'naviy va jismoniy eskirishini qoplashni ta'minlashi zarur.

Amortizatsiya normalari asosiy fondlarning boshlang'ich (balans qiymati) qiymatiga nisbatan foiz miqdorida belgilanadi.

Asosiy fondlarni eskirishini qisman tiklash ularni joriy ta'mirlash muomala (davr) harajatlari tarkibida, kapital ta'mirlash amortizatsiya fondida o'z aksini topadi.

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

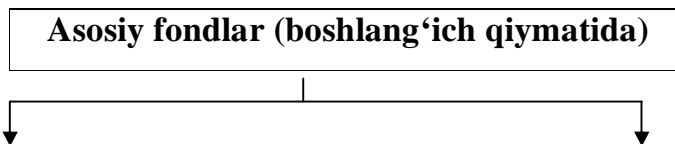
Boshlang'ich qiymati	eskirish - qiymati, ya'ni amortizatsiya	qoldiq = qiymati	eskirish - qiymati	=
qoldiq = qiymati		eskirish - qiymati	= ---- «P» yil - yangilanishi	

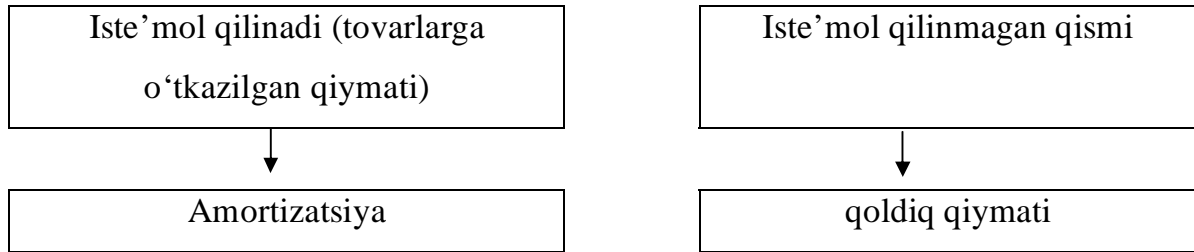
Mehnat quollarining boshlang'ich qiymati joriy baholarda hisob-kitob qilinadi. Shu sababli asosiy fondlarni tiklanish qiymati hisoblanadi.

Boshlang'ich qiymati x J_{rt} + kengaytirish, rekonstruksiya qilish, modernizatsiya qilish harajatalri = tiklanish qiymati.
Bu yerda: J_{rt} – baho va tariflar indeksi

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

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





6.1.3. Asosiy fondlarning ko'rsatkichlari

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

Bizning fikrimizcha, asosiy fondlarning ko'rsatkichlarini quyidagi guruhlariga bo'lishi maqsadga muvofiqroq bo'ladi:

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

Asosiy fondlarni holatini anglatuvchi ko'rsatkichlar

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

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

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

$$\bar{X} = \frac{\frac{x_1}{2} + x_2 + x_3 + \dots + x_{n-1} + \frac{x_n}{2}}{n-1}$$

Bu yerda:

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

-

X - asosiy fondlarni o'rtacha qiymati.

«x» - belgisi o'rnida «Af» - asosiy fondalr belgisi ishlatilishi mumkin.

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

$$x_1 = \frac{A\phi x 100}{Bp}$$

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

$$X_2 = \frac{A\phi\phi x 100}{A\phi} \quad X_3 = \frac{A\phi n x 100}{A\phi}$$

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

$$X_4 = \frac{A\phi u.ux 100}{A\phi} \text{ yoki transport vositalarini (Af.tr.) hissasi}$$

$$X_5 = \frac{A\phi.mpx 100}{A\phi} \text{ va hokazolar bo'yicha.}$$

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

Savdo korxonalarini asosiy fondlar bilan ta'minlanganligini bildiruvchi ko'rsatkichlar

1. Savdo xodimlarini asosiy fond bilan ta'minlanganligi koeffitsiyenti (U_{T1}), jumladan, aktiv qismi bilan (U_{T2})

$$Y_{T1} = \frac{A\phi}{X_{c-p}}$$
$$Y_{T2} = \frac{A\phi\phi}{X_{c-p}}$$

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

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

$$A\phi_{x.x} = \frac{A\phi_x \times 100}{A\phi}$$

4. Mavjud asosiy fondlarni korxonaning unga bo'lgan ehtiyojiga (biznes rejada ko'rsatilgan miqdori) (A_{fex}) nisbatan, foiz hisobida (EX_t)

$$\mathcal{E}X_t = \frac{A\phi_x \times 100}{A\phi_{ex}}$$

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

5. Asosiy fondlarni o'sish koeffitsiyenti ($K_{af,u}$)

$$K_{af,y} = \frac{A\Phi_y - A\Phi_u}{A\Phi}$$

6. Asosiy fondlarni investitsiyalanish koeffitsiyenti (Kin)

$$K_{uu} = \frac{IH}{A\Phi_{\pi}}$$

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

Asosiy fondlarni tarkibidagi o‘zgarishlarni anglatuvchi ko‘rsatkichlar

1. Asosiy fondlarni chiqish koeffitsiyenti (Kaf.ch)

$$K_{af,\chi} = \frac{A\Phi_{\chi}}{A\Phi}$$

Bu yerda: «AFch» hisobot davrida chiqarilgan asosiy fondlar.

2. Asosiy fondlarning yangilash koeffitsiyenti (Kaf.ya)

$$K_{af,\pi} = \frac{A\Phi_{\pi}}{A\Phi}$$

Bu yerda: «AFya» yangidan ishga tushirilgan asosiy fondlar.

3. Asosiy fondlarni eskirish koeffitsiyenti (Kaf.e)

$$K_{af,\epsilon} = \frac{A}{A\Phi}$$

Bu yerda: «A» amortizatsiya summasi.

4. Asosiy fondlarni yaroqlilik koeffitsiyenti (Kaf.ya)

$$K_{af,\pi} = \frac{A\Phi - A}{A\Phi} = \epsilon\kappa u = 1 - K_{af,\epsilon}$$

Asosiy fondlarni dinamikasi va rivojlanish tendensiyalari ko‘rsatkichlari

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

Asosiy fondlarni ishlatilishining samaradorligi ko'rsatkichlari

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

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

«Harajatlar» va «Resurslar» bir-biri bilan dialektik bog'liqlikda bo'lib, ularni bir tomondan, umumiy o'xshashlik tomonlari mavjud va ikkichi tomondan bir-biri bilan farqlari ham mavjud. o'xshashligi resurslar ishlatiladi va «harajat» kategoriyasiga aylanadi. Farqi esa harajatlar hisobot davrida ishlatilgan (mahsulot ishlab chiqarish, ularni sotish uchun yoki xizmat uchun) resurslarni puldagi ifodasidir. Resurslar, ayniqsa asosiy fondlar, ishlab chiqarish, sotish, xizmat jarayonida uzoq muddatda va ko'p marotaba qatnashadi. Bunday holda resurslarni bir qismi harajatlanadi va mahsulotga o'z qiymatini qisman o'tkazadi. Bunda resurslar harajati sifatida amortizatsiya summasi o'z ifodasini topadi va harajatalr ishlatilgan resurslar qiymatiga teng bo'ladi.

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

Ushbu nuqtai nazardan ko'pchilik iqtisodchilar asosiy fondlarni samaradorligini «Fondlarni qaytimi», «Fondlarni sig'ima», «Fondlarni rentabelligi» kabi ko'rsatkichlar orqali aniqlashda tavsiya qilishadi. Amaliyotda ham asosan, ushbu ko'rsatkichlar ishlatiladi. Ularni aniqlanish tartibi quyidagi 6.1.3.1-chizmada keltirilgan.

6.1.3.1-chizma.

Asosiy fondlarni samaradorligi ko'rsatkichlari

№	Ko'rsatkichlarning nomi	Ko'rsatkichning mazmuni	Ko'rsatkichni hisoblash usuli (formulasi)
1	Asosiy fondni qaytimi (AFq)	1 so'm asosiy fondga qancha tovar aylanishi (chakana, ulgurji, ommaviy ovqatlanishni) to'g'ri kelishini anglatadi (TA)	$A\Phi_{\kappa} = \frac{TA}{A\Phi}$
2.	Asosiy fondlar sig'imi (AFs)	Asosiy fondlarni qaytimini teskarisi, ya'ni 1 so'm tovar aylanishiga qancha asosiy fond to'g'ri kelishini ko'rsatadi.	$A\Phi_c = \frac{A\Phi}{TA}$
3.	Asosiy fondlar rentabelligi, % (AFr) hisobida	Asosiy fondlarning 1 so'miga necha foiz foyda to'g'ri kelishini ko'rsatadi	$A\Phi_p = \frac{\Phi \times 100}{A\Phi}$

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

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

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

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

Iste'mol qilingan asosiy fondlarni qaytimi (AFi_q) quyidagicha aniqlanadi:

$$A\Phi_{u.k} = \frac{TA}{A}$$

Asosiy fondlar sig'imi esa (AFi_s) quyidagicha aniqlanadi:

$$A\Phi_{u.c} = \frac{A}{AT}$$

Asosiy fondlar rentabelligi (AFi_r):

$$A\Phi_{u.p} = \frac{\Phi \times 100}{A}$$

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

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

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

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

Ulgurji savdoda omborlar maydoni va ulgurji ombor tovar aylanishi ishlatiladi.

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

Tayanch iboralar: resurs, yer, kapital, mehnat, moddiy resurslar, nomoddiy aktivlar, mehnat resurslari, moliyaviy resurslar, asosiy fondlar, amortizatsiya, boshlang'ich qiymat, tiklash qiymati, qoldiq qiymat, samaradorlik, samara.

Takrorlash uchun savollar.

1. Resurs deganda nimani tushunasiz?
2. Resurslar qanday turlarga bo'linadi?
3. Ishlab chiqarish omillari nimalardan iborat bo'ladi?

4. Tabiiy resuslarga nimalar kiradi?
5. Asosiy fondlar deganda nimani tushunasiz?
6. Asosiy fondlar tarkibini ayting?
7. Asosiy fondlar tasnifini ayting?
8. Asosiy fondlar qanday baholanadi?
9. Amartizatsiya nima, qanday aniqlanadi?
10. Asosiy fondlar ko'rsatkichlar qanday guruhlarga bo'linadi?
11. qanday ko'rsatkichlar asosiy fondlar holatini anglatadi?
12. Asosiy fondlar bilan savdo korxonalarini ta'minlanganlik darajasi qanday aniqlanadi?
13. Asosiy fondlar tarkibi qanday ko'rsatkichlar orqali hisob-kitob qilinadi.

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

- 6.2.1. Aylanma fondlar (mablag'lar) tushunchasi, harakati va ahamiyati
- 6.2.2. Aylanma fondlar (mablag'lar) tarkibi
- 6.2.3. Aylanma fondlar (mablag'lar)ning ko'rsatkichlari

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

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

Bozor iqtisodiyoti sharoitida chet el nazariyasi va amaliyoti iqtisodiyotga kirib kelayotgan davrda, xalqaro buxgalteriya hisob standartlari va milliy hisobot tizimini amaliyotda qo'llanilishi munosabati bilan «Aylanma fondlar» «Aylanma

mablag‘lar» termenlari o‘rniga «Aylanma kapital» yoki «Aylanma aktivlar» kirib keldi. Yuqorida keltirilgan tushunchalar mazmunan bir xil bo‘lib, faqat boshqacha termenlar bilan atalmoqda. Shu sababli bizlar bundan buyon ushbu kategoriyani mazmunidan kelib chiqib, «Aylanma mablag‘lar» termenini ishlatishni maqsadga muvofiq deb topdik.

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

Aylanma mablag‘lar natural-jismoniy ko‘rinishi nuqtai nazaridan joriy moliyaviy-xo‘jalik faoliyatini ta‘minlaydigan va bir yilgacha bo‘lgan davrida iste‘mol qilinadigan moddiy boyliklarni o‘zida mujassamlashtiradi.

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

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

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

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

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

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

Ishlab chiqaruvchilar yoki vositachilardan tovarni sotib olishda savdoning aylanma mablag‘lari ishlab chiqaruvchilar yoki vositachilarning aylanma mablag‘iga aylanadi, savdoga ular tovar shaklida muomalaga kirib keladi. Ushbu jarayonda ishlab chiqarishni takrorlanishini tezlashtirishga vosita bo‘lib xizmat qiladi, savdo uchun uning asosiy funksiyasini bajarilishini ta‘minlaydi, ya‘ni ishlab

chiqarishdan tovarlarni iste'molchiga yetkazish va oldi-sotdi jarayoni davom ettirishni ta'minlaydi. Ushbular bilan bir qatorda iste'molchilarni talabini qondirishga yo'l ochib beradi.

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

Ushbu jarayonda aylanma mablag'lar bir tomondan muomala jarayonini tezlashtiradi va ikkinchi tomondan iste'molchilar talabini qondiradi.

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

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

Umuman aylanma mablag'larga ta'sir qiluvchi omillarni uch xil guruhga ajratish mumkin: umumiytisdodiy, tashkiliy va texnik-texnologik omillarga.

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

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

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

Ushbu omillardan ayrimlari aylanma mablag'larni miqdorini oshirishga olib

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

Aylanma mablag‘larni kamaytirishga olib keladigan omillarga moddiy va moliyaviy resurslarni tejamli ishlatilishiga qarashli tadbirlar, tovar zahiralarni aylanish tezligini oshirish, tovar aylanishi tarkibida aylanma mablag‘larni takrorlanish jarayonini tezlashtirishga olib keladigan tovarlar hissasini ko‘payishi kabilar kiradi.

Yuqoridagi omillarni ob‘ektiv va sub‘ektiv omillarga ham ajratish mumkin. Ob‘ektiv omilalar savdo korxonasi va uni ta‘minlovchilarni xo‘jalik yuritish tartibi, savdo korxonalarini faoliyatiga bog‘liq bo‘lmagan omillar kiradi.

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

O‘tgan mavzuda savdoni resurslari ,uni asosiy fondlari to‘g‘risida suxbatlashgan edik. Resurslar ,jumladan asosiy fondlar, aylanma mablag‘lar hamda moliyaviy resurslar to‘g‘risida fikr yuritilganda ushbu resurslarni bir-biri bilan tig‘iz bog‘liqligi, xo‘jalik faoiyati jarayonida ularni bir shakldan ikkinchi shaklga o‘zgarishi, ya‘ni natural-moddiy shakldan qiymat, pul shakliga va teskarisi, qiymat, pul shaklidan natural-moddiy shaklga o‘tganda asosiy fondlar, amartizatsiyasi shaklida moliyaviy resurslar kapital mablag‘ shaklidan asosiy fondlarga aylanishini kuzatamiz.

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

foydasini shakllanishi.

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

6.2.2. Aylanma fondlar (mablag'lar) tarkibi

Aylanma mablag'lar tarkibini nazariy va amaliy ahamiyati nuqtai nazardan natural-moddiy shakllari va qiymat ko'rsatkichi sifatida tasniflash zarur.

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

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

Aylanma mablag'lar qiymati bo'yicha quyidagicha tasniflanadi.

1. Tovar zahiralari summasi. Aylanma mablag' tarkibida tovar zahiralari summasi 60-70 % tashkil qiladi.
2. Materiallar zaxirasi va arzon inventarlar va ishlatilish muddati bir yilgacha, tez eskiradigan mehnat qurollari summasi.
3. Debitorlik qarzlari. Savdo korxonalariga qarzdor bo'lgan yuridik va jismoniy shaxslarni tovarlar va boshqa narsalar bo'yicha qarzlari summasi.
4. Pul aktivlari. Savdo korxonalarining kassasidagi, bankdagi hisob va valyuta raqamlaridagi pul va boshqalar sifatidagi mablag'lari.

5. Qisqa muddatli moliyaviy qo'yilmalar. Savdo korxonalarini har xil qimmatbaho qog'ozlarga qo'yilgan mablag'lari, bankdagi depozit hisob raqamidagi pullari. Ularni ishlatilish muddati bir yilgacha, shu sababli ular iqtisodiy mazmuni jihatidan foyda (daromad) olish maqsadida qisqa muddat ichida bo'sh pul mablag'laridan foydalanishni ifoda qiladi.
6. Aylanma mablag'larni boshqa turlari. Bularga kelgusi davr qilingan harajatlar kiradi. Ushbu harajatlar kelgusi asosiy faoliyatga doir bo'lib, lekin hisobot davrida amalga oshiriladi. Ularga masalan: oldindan to'langan ijara haqlari; oldindan to'langan boshqa tarmoqlarning xizmat haqlari; boshqa oldindan bo'nak (avans) sifatidagi to'lovlar kiradi.

Ushbu harajatlar hisobot yilida amalga oshirilgan bilan kelgusi davrning muomala (davr) harajatlarida o'z aksini topadi.

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

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

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

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

Miqdorini rejalashtirilishi qiyin yoki mumkin bo'lmagan aylanma

mablag'lar tarkibiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- bankdagi hisob raqamida saqlanayotgan pul aktivlari;
- belgilangan muddatdan keyin banklarga inkassa qilish uchun hisob-kitob hujjatlari topshirilmagan savdo korxonalariga yuborilgan tovarlar summasi;
- har xil debitorlar;
- saqlash uchun moddiy javobgarlikka olingan tovarlar summasi (aksept qilish inkor qilingan holdagi);
- qisqa muddatli moliyaviy qo'yilmalar.

6.2.3. Aylanma mablag'lar ko'rsatkichlari

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

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

Aylanma mablag'lar holatini ko'rsatuvchi ko'rsatkichlar

1. Aylanma mablag'lar holati natural-moddiy shaklidan va qiymat o'lchov birliklaridan kelib chiqib natural va qiymat ko'rsatkichlar orqali biror bir paytga

(momentga) yoki davrga hisobga olinadi. Masalan: tovar zahiralari biror paytga (1.01; 1.04; 1.07; 1.10; 1.12; 1.01 kelgusi yil kabi) natural va qiymat ko'rsatkichlarda hisobga olinishi mumkin yoki biror bir davrga qiymat ko'rsatkichlari orqali ularni o'rtacha miqdori aniqlanadi.

Aylanma mablag'larni o'rtacha qiymati:

birinchidan, o'rtacha arifmetik usul bilan, $\bar{X} = \frac{X_1 + X_2 + \dots + X_n}{n}$ aniqlanishi

mumkin. Bu usul aylanma mablag'lar summasi kvartal yoki oylar bo'yicha o'rtachasi berilgan bo'lsa ishlatiladi. (Bu formuladi «X» - «Aylanma mablag'lar» deb hisoblanadi;

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

$$\bar{X} = \frac{\frac{X_1}{2} + X_2 + \dots + X_{n+1} + \frac{X_n}{2}}{n-1}$$

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

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

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

$$A\ddot{u}M_{\kappa} = \frac{\overline{A\ddot{u}M} \cdot 360(\ddot{e}\kappa u 90)}{CTA}$$

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

$$A\ddot{u}M_m = \frac{ЧТА}{A\ddot{u}M} \ddot{e}ku \frac{360(\ddot{e}ku90)}{A\ddot{u}M_K}$$

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

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

Ushbu ko'rsatkichlar asosiy fondlarniki kabi aylanma mablag'larni bir necha yillar davomida «aylanma mablag'lar holatini ko'rsatuvchi», «aylanma mablag'lar tarkibini anglatuvchi», «aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganligi» va «aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligini anglatuvchi» ko'rsatkichlarni absolyut miqdorini farqi, foizlar, indekslar orqali u yoki bu tomonga o'zgarish darajasini ifodalaydi. Ular ishlatilayotgan ko'rsatkichlar nomi bilan atalib, ushbu ko'rsatkichlarni o'tgan yillarga nisbatan absolyut miqdorini o'zgarishi aniqlanadi, foiz hisobida dinamikasi va indeks o'lchov birliklarida hisoblanadi.

Aylanma mablag'lar tarkibini anglatuvchi ko'rsatkichlari

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

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

Aylanma mablag‘lar bilan savdo korxonasini ta‘minlanganligi

1. Ushbu ko‘rsatkichlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

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

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

2. Aylanma mablag‘lar normasini ta‘minlanishi – normalashtiriladigan aylanma mablag‘larning haqiqiy summasini belgilangan norma bilan solishtirmasi. Ushbu ko‘rsatkich yuqorida keltirilgan ko‘rsatkichlarni absolyut ayirmasini topish (haqiqiy summadan normani ayirib tashlash) va haqiqiy summani «100,0» ga ko‘paytirib normativga bo‘lish orqali aniqlanadi.

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

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

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

Aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligi ko'rsatkichlari

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

1. Aylanma mablag'larni (yoki o'rtacha tovar zahiralari) aylanish koeffitsiyenti (Kay. yoki Kz.a) marotaba hisobida.

$$K_{a\ddot{u}} = \frac{TA}{\overline{A\ddot{u}M}}; \quad K_{z.a} = \frac{TA}{\bar{3}}$$

Bu yerda: TA- tovar aylanishi summasi, kvartalga yoki yilga) (chakana, ulgurji, ommaviy ovqatlanish);

$\overline{A\ddot{u}M}$ - o'rtacha aylanma mablag'lar summasi;

$\bar{3}$ - o'rtacha tovar zahiralari summasi.

2. O'z aylanma mablag'larini aylanish tezligi koeffitsiyenti (Ko'.ay.)

$$K_{y.a\ddot{u}} = \frac{TA}{\overline{A\ddot{u}M}_y}$$

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

3. Aylanma mablag'larni (yoki tovar zahiralari) rentabelligi (yoki daromadliligi) (Ray.m) quyidagicha aniqlanadi.

$$P_{a\ddot{u}.m} = \frac{\Phi \cdot 100}{\overline{A\ddot{u}M}(\ddot{e}ku\bar{3})};$$

$$P_{a\ddot{u}.m} = \frac{D \cdot 100}{\overline{A\ddot{u}M}(\ddot{e}ku\bar{3})};$$

Tayanch iboralar: aylanma mablag'lar, aylanma fondlar, aylanma kapital,

aylanma kapital, aylanma aktivlar, omillar, ko'rsatkichlar.

Takrorlash uchun savollar.

1. Aylanma mablag'lar mazmunini yoritib bering?
2. Aylanma mablag'lar asosiy fondlardan qanday farlanadi?
3. Aylanma mablag'lar qanday manbalar hisobidan shakllanadi?
4. o'jalik faoliyatida ishlatilayotgan resurslar qanday tarzda bir shakldan boshqa shaklga o'tadi?
5. Aylanma mablag'lar natural-moddiy tarkibiga nimalar kiradi?
6. Aylanma mablag'lar qiymati bo'yicha qanday tasniflanadi?
7. Aylanma mablag'lari tarkibining qaysi biri normalashtiriladi?
8. Aylanma mablag'lar qaysi qismini rejalashtirish qiyin yoki mumkin bo'lmaydi?
9. Aylanma mablag'lar xolati qanday ko'rsatkichlar orqali aniqlanadi?
10. Aylanma mablag'larni o'zgarish tendensiyalari shunday ko'rsatkichlar orshali aniqlanadi?
11. Aylanma mablag'lar tarkibini shunday ko'rsatkichlar orshali hisoblanadi?
12. Aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganligi shunday aniqlanadi?
13. Aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligi shunday ko'rsatkichlardan iborat?

6.3. Savdo korxonalarining moliyaviy resurslari

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

6.3.2. Moliyaviy resurslarning manbalari

6.3.3. Moliyaviy resurslarning ko'rsatkichlari

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

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

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

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

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

- davlat moliyasi. Bunga davlat byudjeti, mahalliy byudjet, qo'zg'atqichlar Respublikasi byudjeti, kredit tizimi, soliq xizmati, davlat sug'urtalash tizimi, nafaqa jamg'armasi;
- xo'jalik sub'ektlari moliyasi – korxonalar, tijorat banklari, birja tizimi, tijorat kreditlash va sug'urtalash tizimi;
- jismoniy shaxslar moliyasi, ya'ni aholining shaxsiy mablag'lari.

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

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

Pul-moliyani shakllanishi va harakatini moddiy asosini tashkil qiladi.

Pul-moliyaviy resurslar, moliya va xo'jalik faoliyatni oxirgi natijalarini

o'ldaydi (daromad, harajatlar, aylanma mablag'lar, maxsus pul fondalri va boshqalar).

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

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

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

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

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

Pul munosabatlarida

- davlatning moliya-kredit tizimi bilan to'lovlar orqali;
- bank munosabatlari bilan kredit olish va qaytarish orqali;
- savdo korxonalari o'zaro va ularni iqtisodiyotni boshqa tarmoqlari bilan aloqalari, tovar-pul munosabatalri, ya'ni tovar oldi-sotdi, xizmat va boshqa shartnomaviy munosabatlar orqali;
- ishchi-xodimlar bilan hisob-kitoblar (ish haqi, moddiy rag'batlantirish va boshqa pul munosabatlari) orqali savdo korxonalarining moliyaviy faoliyati o'z aksini topadi.

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

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

Shunday qilib, pul munosabatlari moliya tushunchasidan kengroq.

Moliyaning mohiyati uning bajaradigan funksiyalari orqali namoyon bo'ladi. Moliyaning funksiyalari quyidagilardan iborat:

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

Moliyaviy resurslarning manbalari

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

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

Umumiy ko'rinishda xo'jalik sub'ektlarini (tarmoqlar, sohalar mulk shaklidan qat'iy nazar) moliyaviy resurslarning manbalari sifatida quyidagi 6.3.2.1-chizmada keltirilganlarni hisoblash mumkin.

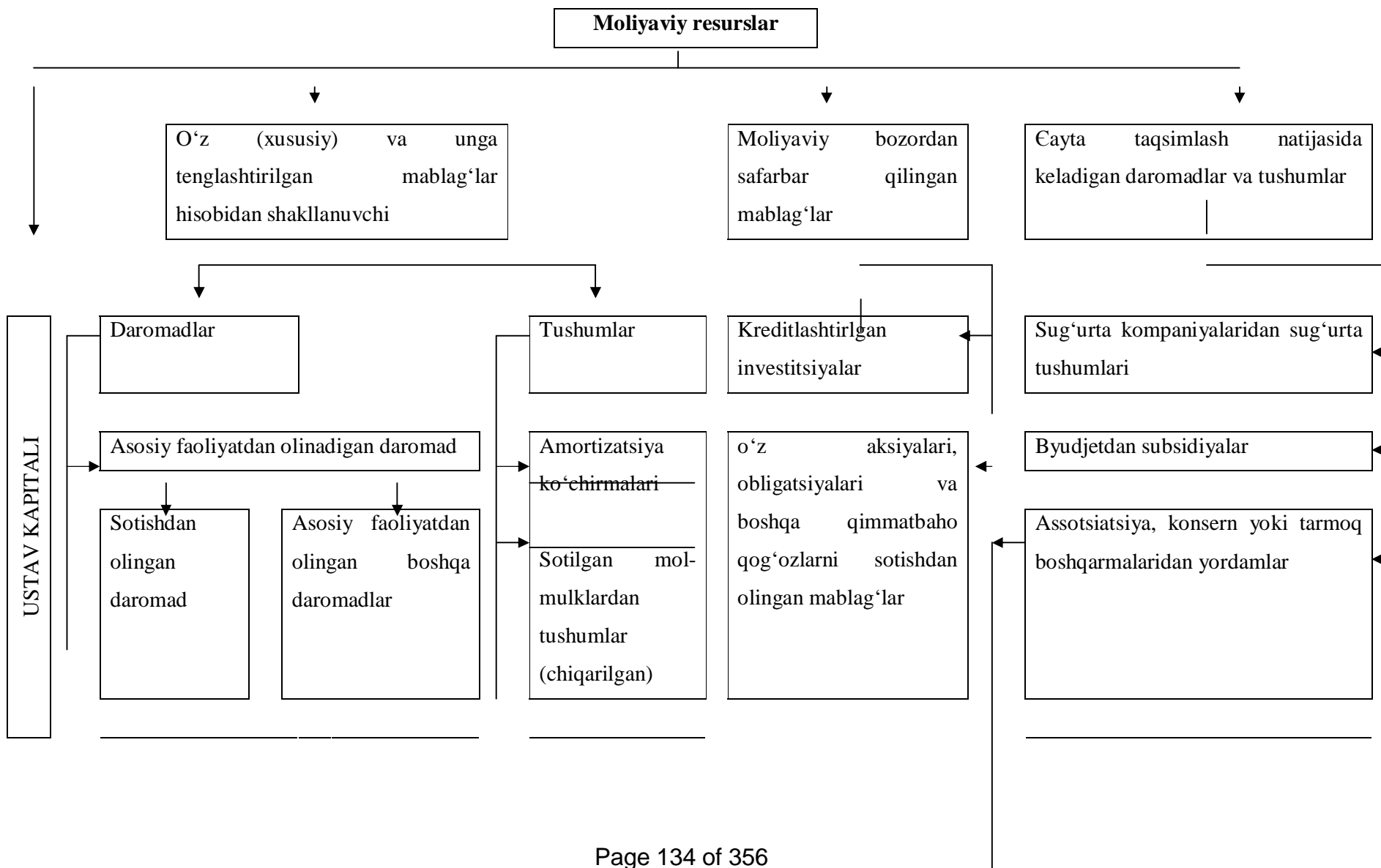
Moliyaviy resurslar iqtisodiy yo'naltirilishi nuqtai nazaridan quyidagicha tasniflanadi:

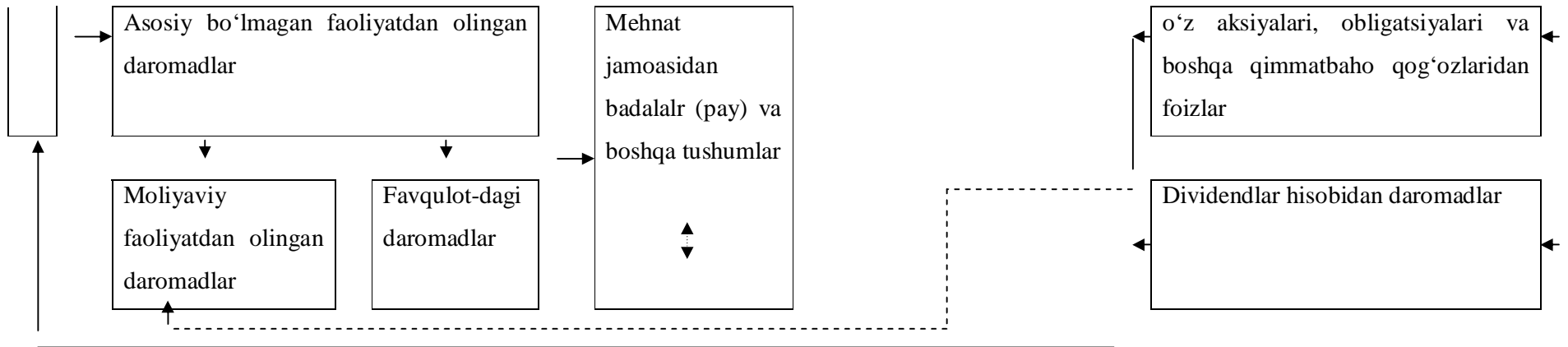
1. Asosiy faoliyati ta'minlovchi.
2. Asosiy fondlarni takror ishlab chiqarishini ta'minlovchi.
3. Aylanma mablag'larni shakllanishini ta'minlovchi.
4. Kadrlar tayyorlash tadbirlarini ta'minlovchi.

5. Ishchi-xodimlarni moddiy rag‘batlantirishni ta’minlovchi.
6. Ijtimoiy-maishiy va boshqa ehtiyojlarni qondirishni ta’minlovchi.
7. Moliyaviy ehtiyot zahiralashga.

6.3.2.1 chizma

Xo'jalik sub'ektlarini (jumladan savdo korxonalari) moliyaviy resurslarini umumiy ko'rinishdagi manbalari





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

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

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

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

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

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

Moliyaviy resurslarning ko'rsatkichlari

Moliyaviy resurslar bir tomondan, pul mablag'i sifatida jamg'ariladi, ikkinchi tomondan avanslanadi – moddiy, nomoddiy resurslarga, investitsiya yoki kapital sifatida hamda qimmatbaho qog'ozlarga, aksiyalarga va nihoyat badallar, to'lovlar, soliqlar sifatida ishlatiladi.

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

Ushbulardan kelib chiqib, moliyaviy resurslarning ko'rsatkichlarini quyidagi guruhlariga ajratish lozim bo'ladi:

1. Moliyaviy resurslarning holati va tarkibini anglatuvchi ko'rsatkichlar.

2. Moliyaviy resurslarni samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar, ularga quyidagi to'rt guruh ko'rsatkichlarni tavsiya qilish mumkin:

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

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

- buxgalteriya balansi – 1 sonli shakl;
- kassa aylanmasi to'g'risida hisobot – 11-torg shakli (Davlat statistika hisoboti);
- debitorlik va kreditorlik qarzlari haqida ma'lumotnoma – 2a –sonli shakl;
- pul oqimlari to'g'risidagi hisobot – 4 shakl;
- korxonalar sarf-harajatlari to'g'risidagi hisobot 5-S shakl.

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

Moliyaviy resurslarni barqarorlik ko'rsatkichlari tizimi 6.3.3.1-chizmada keltiriladi.

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

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

Keltirilgan masalalarga hamda nomoddiy aktivlar bilan bog'liq bo'lgan

ko'rsatkichlariga bag'ishlangan, o'zbek tilida chop etilgan bir qator adabiyotlar mavjud¹ va bu masalalar ularda to'liq yoritilganligini hisobga olib biz yuqoridagilar bilan chegaralanamiz.

6.3.3.1-chizma

Savdo (jumladan kooperativ) korxonalari moliyaviy resurslarining barqarorligini baholash ko'rsatkichlari

№	Ko'rsatkichlar nomi	Aniqlash usullari	Modul shakli
	Moliyaviy barqarorlik ko'rsatkichlari		
1.	Joriy likvidlik koeffitsiyenti (Kjl) (to'lov qobiliyati)	$\frac{\text{Aylanma mablag'lar (AyM)}}{\text{qisqa muddatli (joriy) majburiyatlar (KMM)}}$	$K_{\text{ж.л}} = \frac{\sum A\dot{y}M}{\sum KMM}$
2.	Moliyaviy qaramlik koeffitsiyenti yoki qarzdorlik, mablag' bilan ta'minlanish koeffitsiyenti (Km.q.)	$\frac{\text{qarzga olingan kapital (KK)}}{\text{Xususiy kapital (XK)}}$	$K_{\text{м.к.}} = \frac{\sum KK}{\sum XK}$
3.	Moliyaviy barqarorlik koeffitsiyenti (Km.bar)	$\frac{\text{Xususiy kapital (XK)+Uzoq muddatli qarzlari (UMK)}}{\text{Aktivlarning o'rtacha yillik qiymati (\bar{A}\bar{K})}}$	$K_{\text{м.бар.}} = \frac{\sum XK + \sum UMK}{\sum \bar{A}\bar{K}}$

¹ O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi, «O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tomonidan o'tkazilgan o'zbekistonlik kompaniyalar uchun o'zlashtirilgan moliyaviy barqarorlik ko'rsatkichlari» to'plamida, 2003.

O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi, «O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tomonidan o'tkazilgan o'zbekistonlik kompaniyalar uchun o'zlashtirilgan moliyaviy barqarorlik ko'rsatkichlari» to'plamida, 2005.

O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi, «O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tomonidan o'tkazilgan o'zbekistonlik kompaniyalar uchun o'zlashtirilgan moliyaviy barqarorlik ko'rsatkichlari» to'plamida, 2002.

O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi, «O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tomonidan o'tkazilgan o'zbekistonlik kompaniyalar uchun o'zlashtirilgan moliyaviy barqarorlik ko'rsatkichlari» to'plamida, 2004.

4.	Mulk mustaqilligi koeffitsiyenti ($K_{m.m.}$)	Xususiy kapital (XK) <hr/> Aktivlarning o'rtacha yillik qiymati (\overline{AK})	$K_{m.m.} = \frac{\sum XK}{\sum \overline{AK}}$
5.	Kapitalni manerv (harakatchanlik) koeffitsiyenti ($K_{k.m.}$)	harkatdagi (oborotdagi) kapital (IK) <hr/> Xususiy kapital	$K_{k.m.} = \frac{\sum IK}{\sum XK}$
6.	To'lov qobiliyati koeffitsiyenti ($K_{k.m.}$)	o'z mablag'i (o'.M.) <hr/> Umumiy majburiyatlar (U.M.)	$K_{m.k.} = \frac{\sum YM}{\sum YM}$
7.	Tovar zahiralarini xususiy kapital bilan qoplanish koeffitsiyenti ($K_{tz.xk.}$)	Xususiy kapital (XK) <hr/> Yillik o'rtcha tovar zahiralar ($\overline{T3}$)	$K_{m3.xk.} = \frac{\sum XK}{\sum \overline{T3}}$
8.	Tovar zahiralarini qarzga olingan kapital bilan qoplash koeffitsiyenti ($K_{tz.ek.}$)	qarzga olingan kapital (EK) <hr/> Yillik o'rtcha tovar zahiralar ($\overline{T3}$)	$K_{m3.kk.} = \frac{\sum KK}{\sum \overline{T3}}$

Tayanch iboralar: moliya, davlat moliyasi, xo'jalik sub'ektlari moliyasi, jismoniy shaxslar moliyasi, moliyaviy tizim, pul, moliyaviy resurslar, pul munosabatlari, savdning moliyasi, moliyani funksiyalari, moliyalashtirish, kreditlashtirish.

Takrorlash uchun savollar.

1. Moliya deb nimaga tushunasiz?
2. Moliyaviy tizim nima va uni tartibiga nimalar kiradi?
3. Moliyaviy resurslar nima?
4. Moliyaviy resurslar qanday manbalardan tashkil topadi?
5. Moliyaviy resurslar holati va tarkibini anglatuvchi ko'rsatkichlarni ayting?

6. Moliyaviy resurslar barqarorligi qanday aniqlanadi?
7. Moliyaviy resurslar samaradorligi qanday ko'rsatkichlar orqali aniqlanadi?

6.4. Savdoda mehnat resurslari

- 6.4.1. Savdoda mehnatni ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati va ahamiyati
- 6.4.2. Savdoda mehnat resurslarini shakllanishi va ko'rsatkichlari
- 6.4.3. Savdoda mehnat resurslarini tahlili va rejalashtirish

6.4.1. Savdoda mehnatni ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati va ahamiyati

Inson bilan tabiat o'rtasidagi moddiy, jismoniy, ashyoviy almashuvlar, munosabatlarning umumiy sharti mehnatdir. Mehnat inson hayotining doimiy va tabiiy shartidir. Mehnat inson bilan tabiat o'rtasidagi narsalar almashuvining umumiy shartidir. Mehnat, bu nafaqat insonning muskul va ong, jimoniy va aqliy energiyasini sarflash bo'lib qolmay, maqsadga muvofiq foydali, inson hayoti uchun zarur bo'lgan moddiy, ma'naviy va jamiyat boyliklarini yaratish uchun yo'naltirilgan ijtimoiy-zaruriy faoliyatdir.

Mehnat jarayonini boshlashdan oldin inson uning natijasini o'z ongida shakllantiradi, keyin mehnatini o'z maqsadiga erishish uchun yo'naltiradi. o'z xohishini amalga oshirish uchun mehnatni tashkil qilish usulini va yo'nalishini aniqlaydi. Buning uchun inson mehnat qurollarini yaratadi.

Mehnatning boshlanish jarayoniga insonning maqsadga muvofiq yo'naltirilgan faoliyati kiradi. Mehnat jarayonida nafaqat inson bilan tabiat o'rtasidagi moddiy almashuv amalga oshadi, unda insonlar o'rtasidagi munosabatlar ham shakllanadi.

Insoniyat taraqqiyoti tarixiga nazar solsak mehnat uning rivojlanishiga ta'sir qiluvchi asosiy omil ekanligiga imonimiz komil bo'ladi.

Inson mehnati orqali moddiy va ma'naviy boylikni yaratish bilan tabiatni o'z hayotiga moslashtirib, uni o'zgartirish bilan bir qatorda o'zini ham takomillashtiradi. Mehnat orqali inson atrof-muhitni o'zgartiradi, uni o'zgartirish bilan o'zining doimo ortib borayotgan ehtiyojini qondirishga intilish bilan inson o'zining tabiatini o'zgartiradi, ya'ni qobiliyatini, bilimini, ko'nikmalarini, imkoniyatlarini kengaytiradi, takomillashtiradi hamda mehnat jarayonini tubdan o'zgartirib boradi. Mehnat jarayoni takomillashadi va insonning o'zi ham takomillashadi.

Shunday qilib, mehnat jarayonida inson shakllanganligini kuzatamiz.

Mehnat natijasida inson doimo eng murakkab jarayonlarni amalga oshirib, o'ziga yanada yuqori maqsadlarni qo'yib va unga erishib boradi.

Biz yuqorida aytgandek mehnat inson bilan tabiat o'rtasidagi moddiy ne'matlar almashuvigina bo'lib qolmay, uni natijasida insonlar o'rtasida ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar vujudga keladi. Bu jarayonda mehnatning mazmuni va uning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati namoyon bo'ladi.

Mehnatning mazmuni nuqtai nazaridan mehnat insonni mehnat qurollari va predmetlari bilan o'zaro bog'lanishi jarayonida hamda ularga insonning ta'siri, aralashuvi natijasida vujudga keladi.

Bu jarayon doimo, tanaffuzsiz davom etib boradi va takrorlanib turadi.

Mehnatning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati uning ijtimoiy ishlab chiqarish munosabatlar jarayonidagi o'rnida namoyon bo'ladi.

Inson moddiy ne'matlarni yolg'iz, bir-biridan ajralgan holda yaratmaydi, balki birgalikda, hamkorlikda, mehnat jamoalariga birlashgan holda, bir-birlari bilan ishlab chiqarish jarayonlarini kelishib hal qilish asosida yaratadi. Insoniyat jamiyatini

vujudga kelishi ko‘plab ishlab chiqaruvchilarning birgalikda mehnat qilishi, mehnat faoliyati bilan almashuvlar natijasidir.

O‘zaro mehnat faoliyatini olib borishda ishlab chiqarish munosabatlari vujudga kelgan, eng avvalo, mehnat kooperatsiyasi, mehnatni taqsimlanishi, ya’ni mehnatni ixtisoslanishi kabilar. Natijada ijtimoiy mehnat taqsimoti shakllanib kelgan. Mehnat faoliyatini birlamchi bo‘g‘inida faoliyat bilan almashuv ishlab chiqaruvchilarni to‘g‘ridan-to‘g‘ri kontakti asosida amalga oshirilsa, jamiyat miqiyosida mahsulotlar bilan ayiraboshlash natijasida namoyon bo‘ladi. Ijtimoiy mehnat taqsimoti natijasida alohida faoliyat yuritayotgan sub’ektlar, sohalar, tarmoqlar, yagona birlashgan jamiyatga aylanadi.

Jamiyat taraqqiyotini qandaydir bir ijtimoiy-iqtisodiy bosshichida oddiy mahsulot almashuvi tovar ayiraboshlashni shakliga, ya’ni oldi-sotdi jarayonini vujudga keltiradi. Ushbu jarayon alohida mehnat faoliyatiga ajraladi va tarmoq vujudga kelgan. Ijtimoiy mehnat taqsimoti natijasida ishlab chiqarishdan tovar muomalasi ajrab chiqib, oldi-sotdi jarayoni alohida tarmoqqa aylanadi. Savdo tarmog‘i vujudga keldi, shu bilan birga undagi mehnat ham alohida jarayonga aylandi.

Oldi-sotdi jarayoni bilan shug‘ullanuvchilarni mehnati alohida faoliyatiga ajralgan va jamiyat taraqqiyoti bilan bog‘langan holda, u rivojlanib va takomillashib kelmoqda.

Savdoda ishchilar mehnati jamiyatdagi umumiy ijtimoiy zaruriy mehnatning ajralmas qismi bo‘lib, savdoning funksiyalaridan kelib chiqib o‘z xususiyatlariga egadir.

Savdoda mehnatning xususiyati tovar oldi-sotdi jarayonini (tovarni qiymatini almashtirish) ta’minlash, ayrim ishlab chiqarish funksiyalarini bajarish va aholiga xizmat ko‘rsatish bilan belgilanadi.

Tovar muomalasi ikki xil turdagi jarayonni amalga oshiradi. Bu jarayonlarni quyidagicha tavsiflash mumkin:

birinchidan, bu jarayonda ishlab chiqarishning ayrim texnik-texnologik

funksiyalari davom etadi (tovarlarni ishlab chiqarish assortimentini savdo assortimentiga aylantirish, ularni qadoqlash, iste'mol qiymatini saqlash, transport operatsiyalari va h.k.);

ikkinchidan, qiymat shaklini o'zgartirish «T-P» operatsiyalarini amalga oshirish;

uchinchidan, oldi-sotdi jarayonida aholiga ushbu jarayon bilan bog'liq bo'lgan xizmatlar ko'rsatish.

Savdo xodimlarining mehnatining tabiati murakkab jarayon bo'lib, o'ziga xos bilim, ko'nikmalarni (o'qituvchi, vrachlarga o'xshagan) iste'dod va qobiliyatini talab qiladi. Ayniqsa, utkir raqobat sharoitida biz keltirgan xususiyatlar juda yuqori ahamiyat topadi.

6.4.2. Savdoda mehnat resurslarini shakllanishi va ko'rsatkichlari

Mehnat jarayoni tabiatga ishchi kuchi, mehnat predmetlari va mehnat qurollari (ikkalasi mehnat vositalarini tashkil qiladi) bilan birgalikda ta'sir qilishi tufayli sodir bo'ladi.

Ishchi kuchi bu jarayonda asosiy rol egallaydi. Ishchi kuchi insonning mehnat qilish qobiliyati bilan belgilanadi.

Ishchi kuchi deganda bizlar insonni jismoniy, aqliy, ma'naviy va ruhiy qobiliyatlari va ularni zaruriyat tug'ilishi bilan ishlatib qandaydir moddiy, ma'naviy va madaniy iste'mol qiymatlar yaratishga tushunamiz.

Ishchi kuchini takror ishlab chiqarish jarayoni uchta fazadan iborat bo'lib unga:

- shakllanish fazasi;
- taqsimot fazasi;
- iste'mol fazalari kiradi.

Jahon standartlariga binoan ishchi kuchining asosiy qismini yollanma xodimlar tashkil qiladi. Ularga shartnoma (kantrakt) asosida ishlayotgan barcha xodimlar

kiradi. Statistikada ishchi kuchi ro'yxatdagi xodimlar sifatida hisobga olinadi. Ro'yxatdagi xodimlarga barcha doimiy, vaqtincha va shartnoma asosida ishga qabul qilinganlar kiradi.

Vaqtincha ishga qabul qilinganlar tarkibiga bir kun va undan ko'proq kunlarga ishga qabul qilinganlar kiradi. Bunga haqiqatda ishlayotgan va vaqtincha ishga chiqmagan, lekin ishda formal holda hisoblanadiganlar kiritiladi.

Nazariyada va amaliyotda mehnat resurslari va mehnat salohiyati degan ko'rsatkichlar ishlatiladi.

VIII-Xalqaro statistiklar (1954 yil) konferensiyasida mehnat resurslariga «Xususan mehnat resurslari» va «harbiy xizmatchilar» kirishi ta'kidlangan. «Xususan mehnat resurslari» ishlovchilar va ishsizlar kategoriyalariga ajratilgan.

BMT statistika komissiyasi 1966 yilgi 14 sessiyasida «Iqtisodiy faol aholi» tushunchasini joriy qilgan. Ularga moddiy ne'matlar ishlab chiqarishida va xizmat qilishda qatnasha oladigan shaxslar majmuasi kiradi deb aytilgan.

Mehnat resurslari deganda mehnatga qobiliyatli yoshdagi (ayollar 16-55, erkaklar 16-60 yoshda) ishchilar soni tushuniladi. Bu chegara qonun orqali belgilangan. Mehnat resurslari chegaralangan, lekin hayotda nogironlar, nafaqaxo'rlar, yosh bolalar mehnat qobiliyatidan (ish kuchidan) foydalaniladi.

Mehnat resurslariga bularni qo'shsak mehnat salohiyatini tashkil qiladi.

Masalan: viloyatda aholining soni 2,0 mln. kishi, shundan 60%, ya'ni 1,2 mln. – mehnatga qobiliyatli yoshdagi ayollar va erkaklar.

Shulardan 0,3 mln. ishsiz.

Ishlayotgan ishchilar soni 1,4 mln. kishi.

Ish bilan band bo'lgan nogironlar, nafaqaxo'rlar va yosh bolalar (16 yoshgacha) $1,4+0,3-1,2=0,5$ mln. (ishchilar soni $1,2-0,3+0,5=1,4$).

Mehnat resurslari – 1,2 mln. kishi.

Ishchilar soni – 1,4 mln. kishi.

Mehnat salohiyati – $1,4 +0,5=1,9$ mln. kishi.

Korxonada miqiyosida ishchi xodimlar soni mehnat salohiyatiga teng bo'ladi.

Xodimlar (ishchilar) soni korxonalarda o'rganishda va statistik hisobotda ikki xil turda bo'ladi.

1. Ro'yxatdagilar.

2. Ishga kelganlar.

Ro'yxatdagi xodimlar soni barcha ro'yxatdan o'tgan har xil sabablar bilan ishga (doimiy, mavsumiy, vaqtinchalik) ishchilar soni kiradi. Ularga (xizmat safarida, mehnat ta'tili, dekret ta'tili, kasallar, ishga har xil boshqa sabablar bilan o'qish, deputatlik va h.k.) kelmaganlar kiradi.

Ro'yxatdagi xodimlarga quyidagilar kirmaydi:

- bir marotaba yoki alohida ishlarni bajarishga taklif qilinganlar (vrachlar konsultatsiya uchun, ekspertiza uchun, inventarlarni ta'mirlash, oqlash, kraskalash kabilar);
- shartnoma asosida (huquqiy-fuqarolik shartnomalari), agar ular boshqa tashkilotda ro'yxatda tursa;
- o'rindoshlik asosida ishga qabul qilinganlar hamda boshqa xodimlar va ish haqi statistikasi to'g'risidagi nizomda ko'rsatilganlar.

Statistik hisobotda xodimlarning o'rtacha ro'yxatdagi soni ko'rsatkichi ishlatiladi. (1 oy, kvartal, 6 oy, 9 oy va 1 yil). Bunda ishga kelganlar va kelmaganlar ham hisobga olinadi.

Masalan: oylik uchun har kuni ro'yxatdagi ishchilar soni (bayram, dam olish kunlari ham hisobga olingan holda) har kunligini jamlab oyning taqvim (kalendar) soniga bo'lish bilan aniqlanadi (ishchi-kun:kalendar kuniga).

3 oyga bo'lsa har bir oyning o'rtacha ko'rsatkichini jamlab 3 ga bo'lamiz va hokazo. Agarda ishchilar soni har oy boshiga berilgan bo'lsa o'rtacha xronologik usul bilan aniqlanadi.

O'rtacha ro'yxatdagi xodimlar sonini aniqlashda dam olish yoki bayram kunlaridagi ishga kelganlar soni bir kun oldin ishga kelganlar soniga teng deb hisobga

olinadi. Masalan, juma kuni 301 kishi ishlagan bo'lsa, dam olish kunlari, ya'ni shanba va yakshanba kunlariga 301 xodim ishga chiqqan deb hisoblanadi. Masalan: 2006 yilning yanvar oyiga quyidagi ma'lumotlar bor:

Kalendar kun	Ishga kelganlar
1.01-	301
2.01-	301 Dam olish kuni
3.01-	301 - " -
4.01-	305
5.01-	307
6.01-	307
7.01-	312
8.01-	312
9.01-	312 Dam olish kuni
10.01-	312 - " -
11.01-	305
12.01-	306
13.01-	301
14.01-	310
15.01-	310
16.01-	310 Dam olish kuni
17.01-	310 - " -
18.01-	312
19.01-	312
20.01-	320
21.01-	320
22.01-	318

23.01-	318	Dam olish kuni
24.01-	318	- " -
25.01	320	
26.01-	320	
27.01-	317	
28.01-	315	
29.01-	315	
30.01-	315	Dam olish kuni
31.01-	315	

Jami ishchi kuni soni = 9657 kishi – kuni. o‘rtacha ro‘yxatdagi xodimlar soni (\bar{X}) = 9657:31=311,5 kishi.

Agarda ishga kelganlar har oyning boshiga berilgan bo‘lsa, 1.01-570 kishi, 1.02=575 kishi, 1.03-572 kishi va 1.04 – 580 kishi, bunday holda o‘rtacha xronologik usul bilan ro‘yxatdagi o‘rtacha xodimlarni (\bar{X}) aniqlash mumkin.

$$\bar{X} = \frac{\frac{570}{2} + 575 + 572 + \frac{580}{2}}{4-1} = 574 \text{ kishi}$$

Oylar bo‘yicha xodimlarni o‘rtacha soni quyidagicha berilgan bo‘lsa:

Oylar	Xodimlarni o‘rtacha soni
Yanvar	500
Fevral	496
Mart	500
Aprel	515
May	530

Iyun	518
Iyul	560
Avgust	570
Sentyabr	565
Oktyabr	570
Noyabr	580
Dekabr	600
Jami	6504

Yillik xodimlarning o‘rtacha soni

$$\bar{X} = \frac{6504}{12} = 542 \text{ kishiga teng bo‘ladi.}$$

Statistikada o‘rtacha ish haqi, mehnat unumdorligi va boshqa ko‘rsatkichlarni aniqlash uchun «o‘rtacha ish haqi va boshqa o‘rtacha ko‘rsatkichlarni aniqlash uchun xodimlar soni» ko‘rsatkichi ishlatiladi.

Bu ko‘rsatkichini aniqlash uchun ro‘yxatdagi xodimlar sonidan ayrim xodimlar kategoriyalari chiqarib tashlanadi. Ularga quyidagilar kiradi:

- xomiladorlik yoki farzand tug‘ilgandan keyingi ta‘tildagilar;
- bolalarga (ayrim yoshgacha) qarash uchun ta‘tildagi ayollar (ish haqisiz yoki qisman ish haqi to‘lanadigan);
- qishloq xo‘jalik ishlarini bajarish uchun xizmat safariga yuborilganlar (hukumat qarori bilan bunday ishlarni (75 % ish haqi asosiy ish joyida saqlanib qolinadi), shofyorlar, mexaniklar, traktoristlar, mixanizatorlar;
- qurilish ishlariga xizmat safariga yuborilganlar. Ularni ham 50-75 % ish haqi saqlanib qolinadi. qishloq xo‘jaligi va qurilish ishlariga jalb qilinganlarga sutkalik va kvartera uchun qo‘shimcha haq to‘lanmaydi;
- maxsus kasalxonadagi xronologik alkogoliklar;
- kechki va sirtqi o‘qishda talabalar sessiya davrida;

- ish haqini saqlab qolmasdan zaruriy ta'tilga chiqqanlar.

Xodimlar soni bilan bog'liq bo'lgan ko'rsatkichlar qatoriga quyidagilarni ham kiritish lozim:

1. ishga kelgan xodimlar soni (ularni ro'yxatdagi xodimlar sonidagi hissasi);
2. ishchi xodimlarni tarkibi;
3. xodimlarni o'rtacha yoshi;
4. mehnat davri (staji);
5. mehnat unumdorligi;
6. ishchi xodimlarni rentabelligi yoki daromadligi ($R_i.x$). Agarda yaratilgan qiymatni $S + V + m$ deb hisoblasak, rentabellik šuyidagicha ifodalanadi:

$$Pu.x = \frac{m}{V}$$

S – doimiy kapital ishlab chiqarish vositalari;

V – o'zgaruvchan kapital, ish haqi;

m – olingan foyda.

7. mehnatkashlarning bo'sh vaqti (dam olish, o'qish, malaka oshirish jamoat ishlari, bolalar tarbiyasi, jismoniy tarbiya va sport, madaniy dam olish, ma'naviy ehtiyojlarni qondirish);
8. xodimlarni qo'nimsizlik koeffitsiyenti (ishdan ketgan va haydalganlar: o'rtacha ro'yxatdagi soniga);
9. xodimlarni qabul qilish koeffitsiyenti;
10. mehnat unumdorligi va o'rtacha ish haqini solishtirma ko'rsatkichi.

6.4.3. Savdoda mehnat resurslarini tahlili va rejalashtirish

Bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo korxonalarida band bo'lgan mehnat resurslarini (xodimlar sonini) tahlil qilish iqtisodiy ishlarning eng muhim

tomonlaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Chunki xodimlar soni, har bir korxonani mehnat salohiyati va malakali ish kuchi bilan ta‘minlanganligini ifodalaydi hamda katta ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega. har bir xodimning ijtimoiy-iqtisodiy ahvoli, ular ishlayotgan korxonalarda ishchilar bandligi, ular ish haqi miqdori va boshqa rag‘batlantirish mexanizmlarining qanday tashkil qilinganligi bilan ifodalanadi.

Shu bilan bir qatorda korxonaning samaradorligi unda faoliyat ko‘rsatayotgan xodimlar soniga, ularning malakasiga, mehnat sharoiti va ular o‘rtasidagi ma‘naviy-ruhiy muhitiga bevosita bog‘liq. Shu nuqtai nazardan xodimlar sonini tahlil qilish muhim ahamiyatga ega.

Xodimlar sonini tahlil qilishning vazifasi, uning ahamiyatidan kelib chiqadi. Tahlilning vazifalariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- faoliyatdagi (ro‘yxatdagi) xodimlar sonini va ularning shtat jadvaliga muvofiqligini solishtirib baholash;
- xodimlar tarkibini o‘rganish;
- xodimlar malakasini, ma‘lumoti bo‘yicha tarkibini o‘zgarishiga baho berish;
- xodimlar umumiy miqdori va tarkibini o‘zgarish tendensiyalarini, korxonaning boshqa ko‘rsatkichlari bilan bog‘liqligini o‘rgangan holda baholash;
- xodimlarning ishlatilish ko‘rsatkichlari, qo‘nimsizlik koeffitsiyenti, qabul qilish koeffitsiyenti, mehnat unumdorligi va boshqalarni aniqlash, ularning o‘zgarishiga ta‘sir qiluvchi omilalrni belgilash kabi muhim tadbirlarni amalga oshirish.

Tahlilning vazifasi bu keltirilganlar bilan cheklanib qo‘lmaydi, balki har safar tahlilning maqsadidan kelib chiqib, o‘zgarib turishi tabiiy. Chunki bozor iqtisodiyoti sharoitida vaziyatlar tez o‘zgarib turishi mumkin. Bu o‘zgarish jarayonini tahlil qilib, tegishli qarorlar qabul qilib, amaliy chora-tadbirlarni qo‘llash, boshqarish va ish yuritish usullarini vaziyatga qarab moslab borish choralarini ko‘rish ham muhim ahamiyatga ega.

Xodimlar sonini tahlil qilish, ularning umumiy sonini, tarkibini, mehnat

unumdorligini rejaga va o'tgan yillarga nisbatan o'zgarish tendensiyalarini aniqlashdan boshlanadi.

Keltirilgan ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, ko'rsatkichlarni o'zgarish tendensiyasida ko'p farq yo'q. Ular bir xil maromda o'zgarish tendensiyasiga ega. Lekin tahlil jarayonida ikki yillik ma'lumot bilan chegaralanib qolmaslik kerak, biz bu yerda misol tariqasida ikki yillik ma'lumot keltirdik. Tahlilda ushbu ko'rsatkichlarni bir necha yilga o'rganish tavsiya qilinadi.

Keyingi bosqichda xodimlar sonini korxonaning daromadi yoki foydasi bilan solishtirib xodimlarga to'g'ri kelgan daromad yoki foydani o'zgarish tendensiyalarini baholash zarur.

Tahlil jarayonida mehnat unumdorligi bilan o'rtacha ish haqini o'zgarish tendensiyalarini solishtirish katta ahamiyatga ega. Tahlilni keyingi bosqichlarida biz 6.2-paragrafda keltirilgan xodimlarga ta'luqli barcha ko'rsatkichlar dinamik qatorlarda o'rganish tavsiya qilinadi.

Xodimlar ko'rsatkichlariga ta'sir qiluvchi omillarni tahlil qilish zarur bo'ladi.

6.4.3.1 jadval

Chakana savdo korxonasida xodimlar soni, tarkibini va mehnat unumdorligining o'zgarish miqdorining hisobi

№	Ko'rsatkichlar	O'lchov bir-ligi	O'tgan yili	Hisob yili			O'tgan yilga nisbatan o'zgarishi, %
				Reja	haqiqatda	o'zgarishi, %	
1	Chakana tovar aylanishi	Mln. so'm	3050	3150	3166	100,5	103,8
2.	O'rtacha						

	ro'yxatdagi xodimlar-jami. Jumladan:	Kishi	33	34	34	100,0	103,0
2.1	Sotuvchilar	Kishi	26	27	27	100,0	103,8
2.2	Boshqa xodimlar	Kishi	7	7	7	100,0	100,0
3.	Mehnat unumdorligi						
3.1	Umumiy xodimlarniki	Mln. so'm	92,4	92,6	93,1	100,6	100,8
3.2	Sotuvchilarniki	Mln. so'm	117,3	116,7	117,6	100,5	100,3

Savdo korxonalarida ishchi xodimlar sonini rejalashtirish ularni quyidagi tarkibi (kategoriyalari) bo'yicha amalga oshiriladi.

1. Sotuvchilar
2. Magazinlarni boshqa ishchilari (savdo qilmaydigan magazin mudirlar, kassir nazoratchilar, yordamchi xodimlar – qarovul, farrosh).
3. Ma'muriy boshqaruv xodimlari

Sotuvchilarni har bir savdo shoxobchasi bo'yicha alohida hisoblash zarur. Buning uchun bir necha xil usuldan foydalanish tavsiya qilinadi.

I. o'rtacha ro'yxatga olingan sotuvchilar soni savdo shoxobchasidagi ishchi joylar soni (maydoni) uning ish vaqti yoki ishlash rejimi asosida aniqlanadi. Uning uchun quyidagi formuladan foydalanish mumkin.

$$\bar{X}_{c.p} = \frac{T \cdot И_{\text{ш}}}{t}$$

$\bar{X}_{c.p}$ - rejalashtirilgan davrga ro'syxatga olingan sotuvchilarning o'rtacha soni;

T – savdo shoxobchasining yillik (kvartal, oy) ishlash davri, soat;

Ij – savdo shoxobchasining ish joyi soni;

t – bitta sotuvchining yillik (kvartal, oy) ish vaqti, soat.

T – aniqlash savdo shoxobchasining haftada necha kun ishlashi (dam olishsiz), bayram kunlari ishlash yoki ishlamaslik, sutkada ishlash davri kabi ko‘rsatkichlarga bog‘liq bo‘ladi.

t – sotuvchining ishlash vaqtida bog‘liq mehnat ta‘tili, bayramlar haftada ishlash kuni, soati kabilarga bog‘liq.

M: Magazin har kuni soat $8^{00}-20^{00}$ ishlaydi (1 soat tushlik bilan), ya‘ni sutkasiga 11 soat, dam olish kunisiz, dam olish kunlari 2 soat kam ishlaydi, ya‘ni 18^{00} gacha.

1 yilda 365 kun, 52 - dam olish kuni, 8 - bayram kunlarini tashkil qiladi. 1 sotuvchiga 18 ish kuni mehnat ta‘tili beriladi.

O‘tgan yillar hisob-kitobi va sotuvchilarni ishga chiqishni tahlili bo‘yicha 1 sotuvchi o‘rtacha bir yilda 6 kun ishga chiqmagan (har xil sabablar bo‘yicha). Magazinda 10 ish joyi mavjud.

Rejalashtirilgan yilga sotuvchilar sonini aniqlaymiz.

1. 1-ta sotuvchini rejalashtirilgan yilga ishchi kunini aniqlaymiz.

$$365-52-18-8-6 = 281 \text{ kun.}$$

2. 1-ta sotuvchini ish davri soat miqdori

$$281 \times 7 = 1967 \text{ soat}$$

3. Magazinning ishlash davri = $(11 \cdot 365) - (52 \cdot 2) - (8 \cdot 2) = 4015 - 104 - 16 = 3895$ soat.

4. Zaruriy sotuvchilar soni = $\frac{3895 \cdot 10}{1967} = \frac{38950}{1967} = 19,8 \approx 20ma$

II. Sotuvchilar soni magazinning ishlash rejimidan kelib chiqib uning smenada ishlash va ishlashni uzluksizlik koeffitsiyentlarini aniqlash orqali amalga oshirilishi mumkin.

Smenalik koeffitsiyenti sutkada magazinning ish vaqtini 1 sotuvchining ish

vaqtiga bo‘lish yo‘li bilan aniqlanadi.

$$K_c = \frac{T_{mc}}{t_{ic}}$$

Masalan: magazin 11 soat ishlaydi, 1 sotuvchi 7 soat ishlaydi, bu holda,

$$K_c = \frac{11}{7} = 1,57$$

Uzluksizlik koeffitsiyenti magazinning bir yillik ish kunini 1 sotuvchining ish kuniga bo‘lish yo‘li bilan aniqlanadi.

$$K_y = \frac{M_{uc}}{C_{uc}}$$

Bizning misolda

$$K_y = \frac{365}{291} = 1,2989 \approx 1,3$$

Sotuvchilar soni = $10 \times 1,57 \times 1,30 = 20,4 \approx 20$ ta

III. Sotuvchilar o‘rtacha ro‘yxatdagi sonini ($\bar{X}_{c.p}$) doimo ishda bo‘lishi shart bo‘lgan sotuvchilar (X_o) soni orqali ham aniqlash mumkin.

$$X_o = \frac{I_{uc} \cdot (T_x + T_t)}{t}$$

Bunda: T_x – magazinning bir haftalik ishlash davri, soat;

T_t – magazinni ochish, ishga tayyorlash uchun ketadigan
qo‘shimcha vaqt, soat;

t – 1 sotuvchining 1 haftalik ish soati.

$$\bar{X}_{c.p} = \frac{X_o \cdot M_{uc}}{\partial t}$$

Bunda: E_t – 1 sotuvchining effekt (samarali) ishlash vaqti (dam olish, bayram, kasallik, mehnat ta‘tilini hisobga olgan holda, kun).

IV. Sotuvchilar soni tajriba – statistik usul orqali ham aniqlanishi mumkin.

Magazin mudirligini ko‘p hollarda sotuvchilardan biri bajaradi. Agarda sotuvdan ozod qilingan magazin mudiri ishlaydigan bo‘lsa unda magazindagi ishchi

joylar, uni maydoni, etaji va boshqa omillar hisobga olinib, ularni aniqlash kerak.

Kassirlar soni kassa apparatlari soni qarab aniqlanadi. Farrosh soni savdo va qo‘shimcha magazin maydonlar, magazinni ishlash rejimiga, 1 farroshga belgilangan tozalash maydonini hisobga olgan holda aniqlanadi.

Caravul savdo shoxobchasini joylanish dislokatsiyasiga va boshqa sharoitalrni (masalan signalizatsiya) hisobga olgan holda hisoblanadi.

Ma‘muriy boshqaruv apparati iva mutaxassislar soni savdo korxonasi chakana tovar aylanishi hajmi, savdo shoxobchalarining soni, sotuvchi va boshqa ishchilar soni hamda boshqa shart-sharoitlarni hisobga olgan holda aniqlanadi.

Tayanch iboralar: mehnat, mehnat resurslari, ishchi kuchi, ishchilar soni, ro‘yxatdagi ishchilar, mehnat salohiyati.

Takrorlash uchun savolar.

1. Mehnatning mohiyatini yoritib bering?
2. Mehnat resurslari deganda nimani tushunasiz?
3. Mehnat salohiyati nima va u mehnat resuslaridan qanday farqlanadi?
4. Ishchi kuchi nima?
5. Ishchi kuchi takror ishlab chiqarilishi qanday fazalardan iborat bo‘ladi?
6. Ro‘yxatdagi xodimlar soni qanday aniqlanadi?
7. Xodimlarni o‘rtacha soni qanday aniqlanadi?
8. Mehnat resuslarni tahlil qilishda qanday ko‘rsatkichlar aniqlanadi?
9. Savdoda sotuvchilar soni qanday rejalashtiriladi?
10. Rahbar hodimlar soni qanday aniqlanadi?

7 - bob: Xalq iste'moli tovarlariga bahoni shakllanishi

- 7.1. Baho va baholashtirishni mohiyati va ahamiyati
- 7.2. Bahoning funksiyalari
- 7.3. Bahoning turlari
- 7.4. Bahoga ta'sir qiluvchi omillar
- 7.5. Bahoni aniqlashni metodologik masalalari (baholashtirish)
- 7.6. Bahoning mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish harajatlari bilan bog'liq bo'lgan elementlari tarkibi
- 7.7. Bahoni davlat tomonidan tartibga solish
- 7.8. Baho va inflyatsiya

7.1. Baho va baholashtirishni mohiyati va ahamiyati

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

Ma'muriy-buyruqbozlik tizimida baho markazlashgan holda tasdiqlangan.

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

Baho davlat tomonidan tartibga solish mexanizmlari orqali chegaralanishi mumkin.

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

Baho tovar qiymatining puldagi ifodasidir.

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

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

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

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

Baho iqtisodiyotni harakatga keltiruvchi kuch, vosita yoki instrument rolini o'ynaydigan iqtisodiy, tarixiy, ijtimoiy kategoriyadir. Bahoni iqtisodiy tushuncha sifatida, uni hayotiyligini, doimiy insoniyat taraqqiyotida harakatda bo'lib kelganligini va ahamiyatini hech kimga asoslash va tushuntirish zaruriyati bo'lmasa kerak. Lekin, baho tushunchasi juda murakkab.

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

Iqtisodiyotda, hayotda baho nafaqat alohida tovarlarni oldi-sotdisini anglatadi.

U umuman iqtisodiy munosabatlarni ya'ni tovarlarni va xizmatlarni ishlab chiqarish, taqsimlash, ayriboshlash va nihoyat iste'mol qilish jarayonlarini ham tartibga soladi. Bunday jarayon butun baholar majmuasi, ularni shakllanishi va o'zgarish harakati natijasida baholashtirish mexanizmi orqali amalga oshiriladi. Shunday qilib oddiy haridorga baholashtirish mexanizmi kam ma'lum va uni bu masala kamroq qiziqtiradi.

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

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

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

Baho tushunchasi ham allaqancha murakkabdir. Baho tushunchasi oddiy oldi-sotdi (T-T) jarayoni, mehnat taqsimotini chuqurlashishi natijasida ayirboshlash «T-P-T» yoki «T-P» jarayonlariga ayirboshlash jarayonini ajralishi natijasida vujudga kelgan. Oddiy tovar ayirboshlashda tovar-tovarga tenglashtirilgan, asta-sekin bu jarayon murakkablashib borib, tovarni tovarga tenglashtirish uchun boshqa bir ekvivalentga ehtiyoj tug'ilgan. Bunday narsa universal, barqaror, ijtimoiy qiymatga ega bo'lishi kerak bo'lgan. Pul shunday tovar – vositachi rolini o'ynaydigan kategoriya sifatida kelgan.

Pul insoniyatni o'z taraqqiyotida yaratgan eng yirik kashfiyotlardan biridir. Tarixdan ma'lumki (pul tarixi 3000 yilalrga teng) tovar ayirboshlashda umumiy ekvivalentlik rolini dastlab «Tovar-pul» ya'ni qimmatbaho metallar qo'yilmasi

(slitkasi) (eramizdan oldingi VII asrgacha) bajargan, keyinchalik «Tanga – pul» - «Tangalar» (eramizdan oldingi VII asrdan - XIX eramizdagi asrgacha) o‘ynagan, undan so‘ng «qog‘oz pullari» «banknotlardan» (hozirgi kungacha va nihoyat XX asrni o‘rtasidan) «Elektron pul», «Kartochkalar» qog‘oz pullari bilan parallel harakat qilib kelmoqda.

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

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

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

Sotuvchi nuqtai nazaridan, boho – sotilayotgan tovar, narsa, xizmat o‘lchov birligi uchun olinadigan pul miqdorini bildiradi. Lekin bu ta’riflar oddiy va bahoni kelib chiqishini, asli mazmunini yoritmaydi.

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

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

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

Birinchi guruhga kiritilgan tovarlar va xizmatlar bahosi ularni ishlab chiqarish,

sotish va boshqa ijtimoiy zaruriy harajatlar qiymati bilan emas, balki zarurligi, foydaliligi, ularga bo'lgan talab miqdori bilan belgilanib, sotish bahosi asli qiymatidan keskin farq qiladi, ularni bahosi juda yuqoriligi bilan farqlanadi.

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

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

Baholashtirishni yuqorida keltirilgan metodologik asoslaridan kelib chiqib, bahoga ta'rif beradigan bo'lsak, birinchi guruh tovarlar va xizmatlarni bahosi – ularni ayriboshlash jarayonida, ya'ni oldi-sotdi jarayonida aniqlangan qiymatning puldagi ifodasidir.

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

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

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

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

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

Bozor iqtisodiyoti baholashtirish jarayonini erkinlashtirishni taqozo qiladi.

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

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

Baholarni erkinlashtirish sharoitida birinchidan, Davlat baho qo‘mitasi umuman tugutiladi;

- ikkinchidan, Moliya vazirligi tarkibida baholarni nazorat qilish bo‘yicha maxsus boshqarma tuziladi. (o‘sha vaqtda «Antimonopol va narx-navo siyosatini o‘tkazish bosh boshqarmasi));
- uchinchidan, 1991-1994 yillarda amalda hamma turdagi va tayyor mahsulotladr erkin baholarga o‘tkazila boshlandi. hukumatning «Narxlarni erkinlashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi qaroriga muvofiq 1992 yil 10 yanvardan boshlab keng doiradagi ishlab chiqarish – texnika vositasi bo‘lgan mahsulotlari, ayrim turdagi xalq iste‘moli mollari, bajarilgan ishlar va xizmatlarning asosan (erkin) baholari va ta‘riflariga o‘tildi;
- to‘rtinchidan, baholar 1992 yil yanvardan boshlab bosqichma-bosqich, ohistalik bilan, aholini ijtimoiy himoyalashga qaratilgan kuchli choralarni oldindan ko‘rib qo‘ygan holda erkinlashtirila boshlandi;
- beshinchidan, 1993 yilda qat‘iy belgilangan va tartibga solib turiladigan baholarda sotiladigan va xizmatlar ro‘yxati ancha qisqartirildi. Shu yilda ulgurji baholarni davlat tomonidan tartibga solish batamom to‘xtatildi, yonilg‘i-energitika kompleksi mahsulotlari belgilangan eng yuqori rentabellik darajasi normativlari bekor qilindi;
- oltinchidan, 1994 yil oktyabr-noyabr oylarida iste‘mol tovarlari asosiy turlarining baholari erkin qo‘yib yuborildi, transport va kommunal xizmatlarining ta‘riflari oshirildi. Non va uning baholari, uy-joy kommunal xo‘jaligi hamda shahar umumiy transporti xizmatlarining ta‘riflarigagina qisman birinchi bosqichdayoq baholarning to‘la erkinlashtirish masalasi yechilgan.

7.2. Bahoning funksiyalari

Bahoning iqtisodiyotdagi o'рни va ahamiyatini to'la tushunib yetish, uning funksiyalarini o'rganish orqali yanada chuqurlashadi.

Bahoning birlamchi funksiyasi, uni «o'lchov birligi» funksiyasi bo'lib hisoblanadi. Baho orqali tovar qiymatini hisob-kitob qilish mumkin, ya'ni tovar uchun haridor qancha miqdorda pul to'lash, sotuvchi esa qancha tovar (xizmat) uchun pul olishi mumkinligi aniqlanadi. Baho oldi-sotdi jarayonida, pulni to'lov vositasi funksiyasini amalga oshirish va uni miqdorini belgilanishiga imkon yaratadi. Baho orqali tovarlar va xizmatlarni umumiy summasi aniqlanadi (ularni sotilgan sonini tegishli o'lchov birliklarda bahosiga ko'paytirish orqali). Ishchi kuchini va mehnatni baholash ish haqini aniqlashga imkon beradi. Baho orqali ko'p ko'rsatkichlarni tahlil qilish, prognozlash va rejalashtirish imkoniyati tug'iladi.

Baho orqali tovarlar va xizmatlar qiymatni solishtirish imkoniyati yaratiladi. Ularni qaysisi arzonroq ekanligi, unga qarab o'zini sotib olish imkoniyatidan kelib chiqib, talabiga yarasha harid qilish mumkinligi aniqlanadi.

Bahoning o'lchov birligi funksiyasidan uning hisob-kitob funksiyasi hosil bo'ladi. Ushbu funksiya orqali qiymat o'lchovlaridan hisobot olib borish uchun xizmat qiladi.

o'lchov birligi va hisob-kitob funksiyalari yordamida baho iqtisodiy jarayonlarni tartibga solish vositasi sifatida xizmat qiladi.

Bahoning yana bir funksiyasini bu taqsimot bo'lib hisoblanadi. Bu funksiya bir tovardan ikkinchisiga talabni kuchishida va yetishmaydigan (defetsitligi) tovarni ishlab chiqarishni kengaytirish, ortiqcha ishlab chiqarilayotganini qitsqartirish jarayonida namoyon bo'ladi. Natijada investitsiyani ham taqsimlanishiga, ya'ni bir tarmoqdan ikkinchisiga yo'naltirilishiga olib keladi.

Ushbu funksiya daromadlarni xo'jalik sub'ektlari o'rtasida taqsimlanishiga ham

ko‘maklashadi.

Baho ijtimoiy funksiyani ham bajaradi. Chunki baho iste‘molni hajmi va tarkibini ham o‘zgartirishga olib keladi. Bahodan aholining yashash darajasi, harajatlarning miqdori, minimal ehtiyoj savatining miqdori, oilaning iste‘mol byudjeti darajasi kabilar to‘g‘ridan-to‘g‘ri bog‘liqdir.

Bahoning rag‘batlantirish funksiyasi ishlab chiqarishni rivojlantirish, tovarlar va xizmatlarni sifatini oshirishda namoyon bo‘ladi. Bu funksiyani ta’sir qilish mexanizmi ishlab chiqaruvchilarni baho orqali o‘z daromadlari va foydasini oshirishga intilishdan kelib chiqadi.

7.3. Bahoning turlari

Jahon amaliyotida baholarning bir necha turlari mavjud va ishlatiladi. Baholarning bir necha xil alomatlar orqali turlash mumkin. Baholarning turlanish alomatlari va turlarini quyidagi jadvalda keltiramiz.

7.3.1 chizma

Baholarning turlari

Baholarning turlanish alomatlari	Bahoning turlari	Izoh
1	2	3
1. Savdoning bo‘g‘inlari yoki sohalari bo‘yicha	1.1. Ulgurji baholar	1.1. Ulgurji baholar ulgurji savdoda, ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida, savdo korxonalarini va ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida, savdo korxonalarini o‘rtasida, savdo birjalarida ishlatiladi.
	1.2. Chakana baholar	1.2. Chakana savdo va ommaviy ovqatlanish shaxobchalari orqali individual, iste‘molchi oilalarga va ayrim hollarda

		korxonalar, tashkilotlar va tadbirkorlarga xo‘jalik yuritish ehtiyojlari uchun iste‘mol tovarlari sotilganda
	1.3. Harid baholari	1.3. Davlat tomonidan aholidan, dehqon va fermer xo‘jaliklaridan qishloq xo‘jalik mahsulotlarini sotib olishda ishlatiladi.
II. Xizmat sohasi bo‘yicha	2.1. Tarif (Xizmatlar bahosi)	2.1. Taraflar kommunal maishiy xizmatlarga to‘lov miqdorini belgilaydi. Masalan: telefon, gaz, elektroenergiya, suv va oqova kabilar.
III. Tartibga solinish tartibi va darajasi bo‘yicha	3.1. Erkin baholar	3.1. Erkin baholarga davlat organlari aralashmaydi, ular bozor kon‘yukturasi, talab va taklif miqdoridan kelib chiqib bozorda shakllanadi. Bunda ishlab chiqaruvchini yoki tovarni sotuvchilarining «kalkulyatsion bahosi» bilan aholining, iste‘molchining «sotib olish bahosi» solishtirilib tovarning «bozor bahosi» kelishiladi va ishga tushadi. Erkin baholar ulgurji, chakana va harid baholarga tegishli.
	3.2. Kelishilgan (shartnomaviy) baholar	3.2. Bu baholar miqdori shartnomalarda (oldi-sotdi sotuvchi va sotib oluvchi o‘rtasida hujjat bilan) belgilanadi.
	3.3. Tartibga solinuvchi baholar	3.3. Bular miqdori davlat organlari tomonidan tartibga solinadi. Talab va taklifni muvofiqlashtirish uchun bunday baholar soliqlar miqdorini o‘zgartirish

		orqali qimmatlashtirish yoki arzonlashtirishga yo'naltiriladi. Tartibga solinadigan baholar belgilash mexanizmi bilvosita bo'ladi. Ayrim hollarda bunday tovarlarga baholarni yuqori yoki pastki miqdori belgilanadi. Ayrim tovarlarga rentabellik darajasi chegaralanadi.
	3.4. Tasdiqlanadigan baholar (davlat baholari)	3.4. Tasdiqlanadigan baholar davlat organlari tomonidan belgilanadi va ularni sotuvchi yoki sotib oluvchi o'zgartirish huquqiga ega bo'lmaydi.
	3.5. Monopol baholar	3.5. Monopol baholar ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchi tomonidan tovalarni sotishda hamda sotib oluvchi (ishlab chiqaruvchi) tomonidan xom ashyolarni sotib olishda ishlatiladi.
IV. Iqtisodiy analizda, rejalash-tirishda, statistikada, loyihalash-tirishda	4.1. Haqiqiy baholar	4.1. Bozorda shakllangan baholarning haqiqiy miqdori. Bu ko'rsatkich yuqorida keltirilgan barcha baho turlariga tegishli.
	4.2. Solishtirma baholar	4.2. O'tgan yillarga nisbatan baho indeksleri orqali solishtirma baholar aniqlanadi.

ishlatilishi bo'yicha. Bu ko'rsatkich baholarni o'zgarib turishi bilan bog'liq.	4.3. Loyiha yoki limitlangan baholar	4.3. Yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish loyihasini tuzishda aniqlanadigan baholar. Bular taxminan aniqlanadi.
V. Bozorlarni turlariga qarab	5.1. Birja baholari	5.1. Birja savdosida belgilanadi.
	5.2. Auksion baholar	5.2. Tovarlarini auksiya orqali sotishda aniqlanadi.
	5.3. Komission baholar	5.3. Foydalanilgan tovarlarni komission savdo orqali sotishda belgilanadi.
	5.4. Dehqon bozori baholari	Ɖishloq xo'jaligi mahsulotlarini dehqon bozorlarida sotishda belgilanadi. Bunday baholar erkin baholar tarkibiga kiradi.
	5.5. Jahon baholari	5.6. Jahon bozorlariga taaluqli bo'lib, ular erkin valyutalarda belgilanadi.

7.4. Bahoga ta'sir qiluvchi omillar

Iste'mol tovarlari bahosiga juda ko'p omillar ta'sir qiladi. Uning natijasida ishlab chiqaruvchilar, ayriboshlash (savdo) korxonalarini ortiqcha foyda olishi yoki zarar ko'rishlari mumkin.

Bahoga ta'sir qiluvchi omillarni umumlashtirib ikki guruhga bo'lish mumkin:

1. Ob'ektiv shart-sharoit, hodisalar, jarayonlar;
2. Sub'ektiv omillar. Ular inson, tadbirkorlik omili bilan bog'liq bo'lib, ularni xulq-atvori, vijdoni, umuminsoniylik fazilatlariga bog'liq. Masalan: ko'zbo'yamachilik, qalloblik, chayqovchilik va h.k.

Ob'ektiv omillar:

- iqtisodiy – davlatning iqtisodiy rivojlanishi, difitsit, inflyatsiya, xom ashyo va materiallarga tariflar, soliqlar, bank foizlari, bojlar, milliy daromad va uni taqsimlanishi iste'mol va jamg'armaga va h.k.;
- siyosiy – siyosiy barqarorlik, davlatning iqtisodiy, moliyaviy, fiksial siyosatini o'zgarishi, tashqi iqtisodiy siyosat, proteksionizm va h.k.;
- tabiiy – geografik, davlatni geografik joylashishi, tabiiy shart-sharoiti, mavsumiy ishlab chiqarishni davlatlar ichida joylashishi, ixtisoslashishi, tabiiy, yer osti boyliklari, o'rmon, transport yo'llarini rivojlanish darajasi va h.k.;
- raqobat – bahoni shakllanishiga bozor kon'yukturasi orqali ta'sir qiluvchi omillar;
- talab va taklif;
- monopoliya, uni vujudga kelishi, monopol baholarni shakllantiradi.

7.5. Bahoni aniqlashni metodologik masalalari (baholashtirish)

Iqtisodiyot nazariyasi va amaliyotda baho kategoriyasini ta'riflari va uni shakllanish to'g'risidagi masalalarni yoritishda (baho nazariyasini takomillashtirish va amaliyotga yaqinlashtirish) bizning fikrimizcha, allaqancha tushunmovchiliklar mavjud.

Baho bozor iqtisodiyotidagi eng murakkab tarixiy-iqtisodiy kategoriyadir.

Shu sababli bahoni shakllanish metodologiyasini zaruriy jihatdan asoslanishi takror ishlab chiqarish jarayoni ishtirokchilarining faoliyati samaradorligi uchun muhimdir.

Iqtisodiyotga oid adabiyotlarda baho kategoriyasiga, uni shakllanish masalalariga yuzaki qarash, baho taklif va talab miqdoriga qarab («Taklif-baho-talab» sxemasida) erkin shakllanish g'oyasi olg'a surilib kelinmoqda.

Bunda bahoni shakllanishi va uni tartibga solishda davlat organlarining roli e'tiborga olinmayapti.

Vaholanki, birinchidan bahoni shakllanishida ishlab chiqarish, sotish

harajatlari, davlat byudjeti daromadini ko'p qismi, korxonalar daromadi kabi elementar asosiy qismini egallaydi.

Ikkinchidan, davlat tomonidan baholar ma'muriy usullar orqali tartibga solinadi.

Albatta taklif, baho va talab bozorning asosiy elementlari bo'lib, ularni raqobat sharoiti, bozor omili harakatga keltiradi. Bozor iqtisodiyotini harakatlantiruvchi barcha qoidalar, tartibga solish usullari, shart-sharoitlar bahoning shakllanishiga ta'sir qiluvchi omillar hisoblanadi.

Jamiyatdagi mavjud moddiy borliqni ikki xil turga bo'lib o'rganish zarur, ya'ni insoniyatga keraklikligi, foydaliligi, zarurligi bilan baholanuvchi va ishlab chiqarish, sotish harajatlari bilan baholanuvchilarga.

Birinchi guruhga noyob, kam miqdordagi tovarlar kirib, ular insoniyatga kerakli, foydaliligi, zarurligligi belgilari bilan baholanishi mumkin.

Ularni bahosi xom ashyo sotib olish, ishlab chiqarish, sotish uchun harajatlangan ijtimoiy-zaruriy mehnat qiymati bilan emas, ularni iste'molchilarga zaruriyligi bilan aniqlanib, sotish bahosi ishlab chiqarish va sotish harajatlaridan keskin farq qiladi, bahoni yuqoriligi bilan farqlanadi.

Moddiy boylikning ikkinchi qismi (eng ko'p qismi), inson mehnati mahsuli bo'lib, ular inson mehnati natijasida yaratiladi va ularning bahosi ishlab chiqarish, sotish harajatlari ushbu jarayonda ishtirok etuvchi sub'ektlarni daromadlari, jamiyatga zarur harajatlar yig'indisi doirasida boshqa ob'ektiv va sub'ektiv omillar ta'siri natijasida shakllanadi.

Ushbu mahsulotlar yuqorida keltirilgan miqdordan kam baholansa ishlab chiqaruvchi inqirozga uchraydi, davlatga ham foyda keltirmaydi.

Yuqorida keltirilgan ijtimoiy-iqtisodiy haqiqat baho kategoriyasini nazariy tahlil qilish, uni miqdorini aniqlash kabi masalalarni hal qilish metodologiyasi asosini tashkil qilish zarur.

Yuqorida keltirilgan holat jamiyatni rivojlanishida, tovar ayriboshlash jarayoni

paydo bo'lgan muhitdan tortib, farmatsiyalar, tizimlar (bozor iqtisodiyotimi, diktaturami, ma'muriy-buyruqbozlikmi) shaklidan qat'iy nazar barchasiga taaluqli bo'lib kelgan.

Tovarning iste'mol qiymati va qiymat bor yoki ushbu xususiyatlarga ega bo'lgan narsa tovar deb yuritiladi.

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

Bozorning daxshatli raqobat shart-sharoitida korxonalarining samarali ishlash uchun baholarni belgilashning usullarini aniqlash, marketingda oqilona baho siyosati va uni ketma-ket amalga joriy qilish asosiy zaruriyat bo'lib hisoblanadi.

Talab va taklif, raqobat kabi omillar bozorda to'qnashadigan «sotuvchi bahosi» bir tomondan va ikkinchi tomondan «iste'molchi (sotib oluvchi) bahosini» tanglashtirishga, muvofiqlashtirishga olib keluvchilardan hisoblanib, ular ta'siri natijasida «bozor bahosi» shakllanadi, ya'ni: nazariy va amaliy nuqtai nazaridan «bozor bahosi» «erkin baho» sifatida namoyon bo'ladi.

Iste'molchilar mana shu bahoni ko'radilar. Lekin, ushbu «erkin bahoni» asosida bahoni shakllantirish mexanizmi (iste'molchilar bu jarayonni sezmaydi ham, ko'rmaydi ham) – sotuvchini bahosi – ishlab chiqarish, sotish harajati, daromadi, davlat daromadi asosida shakllanadigan va iste'molchi bahosi asosida – uni sotib olish qobiliyati yotibdi.

Metodologik nuqtai nazaridan, me'yoriy o'lchov miqdoriga ega bo'lgan, statistika, buxgalteriya hisoblari orqali hisob-kitob qilinishi mumkin bo'lgan (korxonalar; firmalar, ularning birlashmalari, davlat organlari uchun zarur bo'lgan) tovar ishlab chiqaruvchining bahosini, ya'ni «tovarlarni ulgurji kolkulyatsion bahosini» hisoblash usulini o'zbekiston Respublikasida qabul qilingan me'yoriy hujjatlar asosida ishlab chiqish katta nazariy va amaliy ahamiyati tutadi.

Bahoni «Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish harajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni tartibi to'g'risidagi» o'zbekiston Respublikasi

Vazirlar Mahkamasi 1999 yil 5 fevraldagi 54-sonli qaror bilan tasdiqlangan Nizomga binoan tannarx, davr harajatlari, moliyaviy faoliyat bo'yicha harajatlar, favqulotda zararlar, foyda kabi qiymat kategoriyalaridan foydalanish mumkin.

Ishlab chiqaruvchi va sotuvchini bahosini aniqlashda bahoni shakllantiruvchi ishlab chiqarish va sotuvchi harajatlari, ularni daromadi, davlat daromadlari bilan bog'liq bo'lgan bahoni elementlaridan kelib chiqish zarur. Yuqorida keltirilgan nizomdan kelib chiqib, quyidagilar bahoni elementalriga kiradi:

1. Ishlab chiqarish tannarxi – IT
2. Ishlab chiqarish korxonalarining davr harajatlari – Dx
3. Moliyaviy faoliyat bo'yicha harajatlar – Mfx
4. Favqulotda zararlar – FZ
5. Korxonaning sof foydasi – SF
6. Savdo korxonalari ustamalari – SKU
7. Aksiz solig'i – Az
8. Bojxona boji – BB
9. Bojxona to'lovlari – BT
10. qo'shimcha qiymat solig'i - €CS

Agar yalpi foyda hisobidan Dx, Mfx va FZ qoplanishini hisobga olinsa umumlashtirilgan holda bahoni elementlariga quyidagilarni kiritish bilan chegaralanish mumkin:

1. Ishlab chiqarish tannarxi – IT
2. Yalpi foyda YAF
3. Savdo korxonalari ustamalari – SKU
4. Aksiz solig'i – Az
5. Bojxona boji – BB
6. Bojxona to'lovlari – BT
7. Co'shimcha qiymatlar solig'i - €CS

Ushbu elementlardan kelib chiqib korxonani sof foydasini va tovarni ulgurji va

chakana kalkulyatsion (korxonalar uchun va chakana savdo shaxobchalari uchun) baholarini hisoblash mumkin.

1. Yalpi foyda $YAF = SOST - IT$;

Bu yerda: $SOST$ – sotishdan olingan sof tushum;

2. Asosiy faoliyatdan olingan foyda

$$AFF = YAF = Dx + BD - BZ;$$

Bu yerda: BD – asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar;

BZ – Asosiy faoliyatdan olingan boshqa zararlar.

3. Umumxo‘jalik faoliyatidan olingan foyda

$$UXFF = AFF + MfD - Mfx;$$

4. Soliq to‘lagungacha olingan foyda $STOF = UXFF + FD - FZ$;

Bu yerda: FD – favqulotda daromad;

5. Yilning sof foydasi

$$SF = STOF - DS - BS;$$

Bu yerda: DS – daromaddan, foydadan to‘lanadigan soliq;

BS – boshqa soliqlar va to‘lovlar.

I. Tovarining korxonalar uchun ulgurji kalkulyatsion bahosi (TKBu)

$$TKBu = (IT + Dx + Mfx + Fz + SF) : Q$$

II. Tovarining chakana – kalkulyatsion bahosi (TKBch)

$$TKBch = (TKBu + SKU + Az + BB + BT + CCS) : Q$$

Bu yerda: Q – sotiladigan yoki sotishga chiqariladigan mahsulot miqdori, natural ko‘rsatkichlarda.

Ushbu ko‘rsatkichlar tovarning o‘lchov birligiga hisob-kitob qilinadi, ya‘ni Q – sotiladigan yoki sotishga chiqariladigan mahsulot miqdoriga bo‘lish orqali aniqlanadi.

«Bozor bahosi» yuqorida keltirilgan baho atrofida, barcha omillar ta‘siri ostida u yoki bu tomonga tebranib turadi va shakllanadi.

7.6. Bahoning mahsulot (ishlar, xizmatlari)ni ishlab chiqarish va sotish harajatlari bilan bog‘liq bo‘lgan elementlari tarkibi

Biz yuqorida (7.5-paragrafda) keltirganimizdek bahoning mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish harajatlari bilan bog‘liq bo‘lgan tarkibi o‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999 yil 5 fevraldagi 54-sonli qarori bilan tasdiqlangan «Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish harajatlarining tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to‘g‘risidagi Nizom»ga muvofiq tavsiflanadi.

Nizomga binoan mahsulotni sotishdan olgan yalpi foyda (YAF), bu sotishdan olingan sof tushum (SST) bilan sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi (IT) o‘rtasidagi tafovvt sifatida aniqlanadi. Statistika nuqtai nazardan sof tushumni formulada matematik qurilma sifatida quyidigicha ifodalash mumkin:

$$\mathbf{SST = IT + YAF}$$

Sotilgan mahsulotlar miqdori (q_i) va baho (r_i) nuqtai nazaridan sotishdan olingan sof tushum

$$\mathbf{SST = \sum_{i=1}^n q_i \cdot p_i}$$
 teng bo‘ladi.

Bu yerda: i – mahsulotlar turi;

n – mahsulot turlarining soni.

Ushbu formuladan kelib chiqib i mahsulotning bahosi (r_i) teng bo‘ladi:

$$P_i = \frac{\sum q_i P_i}{\sum q_i}$$

Bahoning asosiy elementini mahsulot (ishlar, xizmatlar)ning ishlab chiqarish tannarxi tashkil qiladi.

Mahsulot tannarxi deganda bevosita va bilvosita ishlab chiqarish bilan bog‘liq moddiy, mehnat harajatlarning asosiy va nomoddiy aktivlar ammortizatsiyasi hamda ishlab chiqarish tusidagi boshqa harajatlar qiymatining puldagi ifodasiga tushuniladi.

Mahsulotning ishlab chiqarish tannarxini tarkibidagi harajatlar ularning iqtisodiy mazmunidan kelib chiqib quyidagi elementlar bilan guruhlariga ajratiladi:

- ishlab chiqarish bilan bog‘liq moddiy harajatlar;
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo‘lgan mehnatga haq to‘lash harajatlari;
- ishlab chiqarishga tegishli bo‘lgan ijtimoiy sug‘urtaga ajratmalar;
- asosiy vositalar va ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo‘lgan nomoddiy aktivlar ammortizatsiyasi;
- ishlab chiqarish tusidagi boshqa harajatlar.

Ushbu harajatlar alohida elementlardan tashkil topadi. Ularni tarkibi yuqorida keltirilgan nizomda to‘la izohlangan.

Bahoning keyingi elementi korxonaning yalpi foydasi (YAF) bo‘lib hisoblanadi. Yalpi foyda yo‘naltirilishi nuqtai nazardan korxonaning davr harajatlari, moliyaviy faoliyat bo‘yicha harajatlar, favqulotda zararlarni qoplash, daromaddan to‘lanadigan soliq va boshqa soliqlar va to‘lovlar hamda sof foydani shakllantirish uchun ishlatiladi.

Ushbulardan kelib chiqib bahoning mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish harajatlari bilan bog‘liq bo‘lgan elementlari tarkibiga ishlab chiqarish korxonasining davr harajatlari, moliyaviy faoliyat bo‘yicha harajatlar va favqulotda zararlarni kiritish mumkin.

Davr harajatlari deganda bevosita ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq bo‘lmagan harajatlar va sarflar tushuniladi.

Davr harajatlari quyidagi elementlarni o‘z ichiga oladi:

- sotish harajatlari;

- ma'muriy harajatlar;
- boshqa operatsiya harajatlari;
- hisobot davrining kelgusida soliq solinadigan bazadan chiqariladigan harajatlar.

Bulardan tashqari baho elementiga moliyaviy faoliyat bo'yicha harajatlar hamda favqulotda zararlar kiradi.

Moliyaviy faoliyat bo'yicha harajatlar – bu korxonaning moliyaviy faoliyatiga ta'luqli harajatlar, ya'ni:

- qarzlarni va kreditlarni bo'yicha foiz to'lovlari;
- valyuta operatsiyalari bo'yicha salbiy kurs tafovutlari va zararlar;
- qimmatli qog'ozlarni chiqarish va tarqatish bilan bog'liq harajatlar va boshqa elementlardan tashkil topadi.
- Favqulotda zararlar – bu xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning odatdagi faoliyatidan chetga chiquvchi hodisalar yoki operatsiyalar natijasida vujudga keladigan va ro'y berishi kutilmagan odatdan tashqari harajatlarni moddalaridir.

7.7. Bahoni davlat tomonidan tartibga solinishi

Insoniyat taraqqiyotida barcha ijtimoiy formatsiyalarda davlat iqtisodiyotni tartibga solishda katta ahamiyatga ega bo'lib kelgan. Bozor iqtisodiyotining o'ziga xos kamchiliklari, takomillashmagan tomonlari iqtisodiyotni davlat tomonidan har tomonlama tartibga solib turishni taqozo qiladi. Ular qatoriga quyidagi holatlarni keltirish mumkin.

Birinchi, raqobatni takomillashmaganligi sababli monopoliyalarni vujudga kelish ehtimoli va ular o'zlarini baholashtirish siyosati orqali jamiyat faravonligiga ziyon keltirishi mumkinligi.

Ikkinchi, jamiyatga hayotiy zarur bo'lgan, ko'p tovarlarni mavjudligi, lekin bozor tomonidan ular yetarli darajada taklif qilinmagsligi. Bunday tovarlar asosan ta'lim sog'liqni saqlash, fan, madaniyat va boshqa sohalarda ko'plab mavjud.

Uchinchidan, atrof muhitni himoya qilish muammolari.

To'rtinchidan, ishsizlik, inflyatsiya, iqtisodiy barqarorsizlik, daromadlarni noteksiz taqsimlanishi.

Beshinchidan, aholini birlamchi zarur bo'lgan tovarlar bilan ta'minlash muammolari.

Oltinchidan, bolalar, yoshlar, nogironlar va nafaqaxo'rlarni ijtimoiy himoya qilish zaruriyati kabi va boshqa muammolarni hal qilish zaruriyatlaridan davlat tomonidan iqtisodiy jarayon va hodisalarni, jumladan baholarni tartibga solishni ob'ektiv ehtiyoji vujudga keladi.

Davlat tomonidan bahoni tartibga solish deganda, davlatni jamiyat xo'jalik faoliyatiga, aholining ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda, ijtimoiy ahvolni yaxshilash maqsadida, iqtisodiy-ijtimoiy siyosati orqali, huquqiy, ma'muriy, iqtisodiy richaklar, usullar bilan o'z ta'sirini o'tkazishini tushunish lozim.

Ushbu richaglar va usullarga quyidagilarni kiritish mumkin:

I. Baholarni chegaralash orqali

- 1.1. Fiksirovat qilingan (belgilangan) baholar orqali;
- 1.2. Baholarni o'zgarish koeffitsiyenti chegarasini belgilash;
- 1.3. Rentabellik darajasi chegarasini belgilash;
- 1.4. Baholarni deklaratsiya qilish;
- 1.5. Garantiyalangan harid baholar (qishloq xo'jaligi mahsulotlariga).

II. har xil norma va normativlar belgilash.

III. Tovarlar (xizmatlar)ni standartlash va sertifikatsiyalash.

IV. Iqtisodiy richaglar (dastaklar yoki tayanchlar) – soliqlar, boj bojlari va to'lovlari, bank foizlari, tariflar va h.k.

Baholarni chegaralash rivojlangan davlatlarda keng tarqalgan. Masalan: ACSH, Avstraliya, Italiya – 10% atrofidagi baholar, Yaponiya, Gresiyada – 20 %. Ayrim iste'mol tovarlari qaytida maksimal chakana bahosi yozib qo'yiladi. Undan yuqorisiga sotish man etiladi.

Ular asosan ayrim iste'mol tovarlariga qishloq xo'jaligi mahsulotlariga, energoresurslarga, transport tashuvlariga va h.k. tarqatiladi.

Rossiyada, tabiiy monopoliyalar mahsulotlari va xizmatlariga, qimmatbaho metallar baholari, yuk tashish, ularni yuklash – tushirish tariflari, pochta va elektron aloqa xizmatlari tarifi, aholiga va xizmat baholari – gaz, elektroenergiya, yoqilg'i, kommunal xizmat, passajir transport, ayrim iste'mol tovarlariga va h.k. tegishlidir.

Davlat baholarni tartibga solishni quyidagi yo'nalishlar bo'yicha amalga oshiradi:

- byudjet, pul-kredit va soliq siyosatlari orqali pul muomalasini tartibga solish yo'nalishi bo'yicha;

- iqtisodiyot tarkibini takomillashtirish va takror ishlab chiqarish jarayonini mutanosibligini ta'minlash;

- ijtimoiy, gumanitar, ekologik normalarni tasdiqlash;

- antimonopol siyosatni yurgizish;

- bevosita baholar, tariflarni normalashtirish, alohida tovarlar va xizmatlarga baholarni belgilash, kommunal xizmatlarga tariflar belgilash va ularni chegaralarini belgilash;

- tovarlar va xizmatlarni standartlash va sertifikatsiyalash;

- tashqi iqtisodiy aloqalarni tartibga solish va hokazolar.

Baholarni tartibga solishni quyidagi usullarini ishlatish mumkin:

- huquqiy (qonunlar va qonuniy hujjatlarni qabul qilish);

- moliyaviy-iqtisodiy (soliqlar, boj to'lovlari, imtiyozlar, kreditlar foizi, dotatsiyalar, byudjet taqsimoti);

- ijtimoiy (ijtimoiy himoya, ijtimoiy garantiyani ta'minlash, minimal ish haqi, minimal ehtiyoj savati kabilarni ta'minlash, stipendiya, pensiya, nafaqalar belgilash);

- ma'muriy (ayrim tovarlar va xizmatlarga to'g'ridan-to'g'ri baholarni belgilash yoki chegaralash – pastki va yuqori chegaralarni tasdiqlash).

Ushbu usullar bevosita va bilvosita ta'sir qilish yo'nalishlari orqali amalga

oshiriladi.

Baho va inflyatsiya

Baho, baholashtirish mexanizmi to'g'risida so'z yuritilganda bahoga ta'sir qiluvchi muhim omil sifatida inflyatsiya to'g'risida to'xtalib o'tish juda zarur bo'lib hisoblanadi.

Inflyatsiya – lotincha *infiatio* so'zidan kelib chiqib bo'rtmoq, bo'rttirilish yoki shishish ma'nosini bildiradi.

Iqtisodiyotda inflyatsiya pul birligini qadrsizlanishini, uning sotib olish qobiliyatini kamayishini, muomalaga pul massasini real taklifiga nisbatan ko'p miqdorda ortib ketganligini anglatadi. Inflyatsiya baholarni ko'tarilishiga, qimmatchilikga olib keladi.

Inflyatsiyani kelib chiqish tabiati muomaladagi tovarlar va pul (naqd va naqd bo'lmagan) massasini o'rtasidagi nomutanosiblik bo'lib hisoblanadi. Pulning qiymati pasayadi, ekvivalent tovar ta'minoti ta'minlanmay qoladi.

Inflyatsiya darajasi baholarni oyda yoki yilda necha foizga ortishi miqdori bilan belgilanadi.

2005 yilda o'zbekistonda inflyatsiya darajasi 7,8 % tashkil qildi. Jahondagi iqtisodiyot amaliyotida inflyatsiyani yillik darajasi 2-3% bo'lishligiga yo'l qo'yilishi mumkinligi va bezararligi isbotlangan. Agar har oyda baholarni ko'tarilishi bir necha foizni tashkil qilsa iqtisodiy muhit buziladi.

Baholarni o'sish miqdori oyida 50,0 % dan ortib ketsa giperinflyatsiya vujudga keladi.

Inflyatsiyani real namoyon bo'lishi ostida tovarlarni sifatini yaxshilanishi bilan bog'liq bo'lmagan holda bahoni o'sishi yotadi. Bahoni o'zgarishi jamiyatda yoki region miqiyosida chakana baholarni o'zgarishini o'rtacha miqdori orqali hisoblanadi.

Inflyatsiya iqtisodiyotdagi negativ hodisa bo'lib, agar juda yuqori bo'lsa

iqtisodiy falokatga olib keladi.

Tayanch iboralar: baho, baholashtirish, tannarx, ijtimoiy zaruriy mehnat, o'lchov birligi, hisob-kitob, rag'batlantirish, taqsimot, inflyatsiya, raqobat.

Takrorlash uchun savollar.

1. Baho nima?
2. Baholashtirish deganda nima tushuniladi?
3. Baholashtirish bahodan nima bilan farq qiladi?
4. Pul nima?
5. Baho qanday funksiyalari bajaradi?
6. Bahoni turlarni ayting va tushunchasini yoritib bering?
7. Baholar qanday qilib davlat tomonidan tartibga solinadi?
8. Bahoga qanday omillar ta'sir ko'rsatadi?
9. Tovarning ulgurji kalkulyatsion bahosi qanday elementlardan iborat bo'ladi?
10. Tovarning chakana kalkulyatsion bahosi qanday aniqlanadi?
11. Sotuvchi bahosi, sotib oluvchi bahosi va bozor bahosini bir-biri bilan bog'liqligini ayting va ular qaysi omillar orqali tenglashtiriladi?

8 - bob: Talab va tovar taklifi

8.1. Iste'mol tovarlariga talab.

8.1.1. Ehtiyoj tushunchasi, tarkibi, uni o'rganishning ahamiyati.

8.1.2. Talab tushunchasi, talabga ta'sir qiluvchi omillar, uni o'rganish va prognozlash usullari.

8.1.3. Aholining minimal iste'mol savatchasi.

8.1.4. Aholining daromadlari va harajatlari balansi.

8.1.1. Ehtiyoj tushunchasi, tarkibi, uni o'rganishning ahamiyati.

Ehtiyoj tushunchasi insonni tashqi dunyoga bo'lgan munosabatini bildiradi. Ehtiyoj shaxs, gurux, umuman jamiyatni hayot faoliyatini ta'minlaydigan moddiy, ijtimoiy, ruhiy borliqqa bo'lgan ijtimoiy dunyoqarashi.

Ehtiyoj – inson ongida shakllangan moddiy, ma'naviy, ijtimoiy va ruxiy borliqqa bo'lgan zaruriyat.

Ehtiyoj ikki xil tabiatga ega:

1. Biologik
2. Ijtimoiy

Chet el olimlari (A. Abraham Maslou) fikricha inson ehtiyoji murakkab iyerarxik tarkibdan iborat bo'ladi. Inson omilini o'rganishda ehtiyoj tarkibidan kelib chiqib, uni aniqlab, unga mos boshqarish usullari ishlatilishi kerak.

Abraham Maslou (1908- 1970) ehtiyoj nazariyasini, ya'ni «ehtiyoj piramidasi» ni ishlab chiqqan. Uning nazariyasiga binoan inson ehtiyoji murakkab iyerarxik tarkibda tuzilgan bo'lib, uni menejerlar aniqlab va unga mos usullar orqali ishlatishi zarur. Uning fikricha ehtiyoj quyidagicha tasniflanadi.

1. Bazisli – oziq-ovqat, xavf-xatarsizlik, o'zini ijobiy baholash va h.k.
2. Kelib chiqqan meto-ehtiyoj – (haqiqatga, farovonlik) ijtimoiy hayotdagi tartib va birligi.

Bazis, ehtiyojlar – o'zgarmas, doimiy.

Kelib chiqqan ehtiyojlar, o'zgaruvchan.

Meta – ehtiyojlar bir xil baholanadi va iyerarxik tarkibda tuzilmaydi.

Bazis ehtiyojlari iyerarxik qoida bo'yicha «pastdan» «yuqoriga» qarab ya'ni «moddiy»- «ma'naviy» ehtiyojlarga qarab baholanib boriladi:

1. Fiziologik va siksual ehtiyojlar;

2. Ekzistinsial (lot) soʻzning mazmuni, maʼnaviy qarashni birlamchi deb qarash, idealistik dunyoqarashni anglatadi.

Bu yerda-yashashni xavsizligi; ertangi kunga ishonch; hayot tarzini (sharoitni) stabilligi; atrofdagi ijtimoiy ahvolni doimiyliigi va tartibga solinishi; mehnatni, ishni taʼminlanishiga kafillikligi, tasodifiy holatlardan saqlanishi va h.k.

3. Ijtimoiy ehtiyojlar biror narsaga, kishiga yaqinligi, kollektivga, guruhga, berilishi, boshqalarga gʻamxoʻrligi, oʻziga qaratilgan eʼtiborga muhtojlik, jamoat ishlarida qatnashish.
4. Eʼtiborli (prestij) ehtiyojlar – yuqori «mansabdor» kishilar tomonidan xurmatlanishi, faoliyatda yuqori pogʻonaga koʻtarilishi, ishda status (huquqi, oʻrni, obroʻyi, eʼtibori), yuqori baholanishi, tan olinish, shaxsiy xususiyatni tan olinishi.
5. Maʼnaviy ehtiyojlar – ijodiyot orqali oʻz – oʻzini tanitish.

Kengaytirilgan takror ishlab chiqarish jarayoni inson ehtiyoji bilan tigʻiz bogʻliq. Chunki ishlab chiqarish va isteʼmol ehtiyojni tugʻdiradi, taqsimot bilan ayriboshlash esa ehtiyojni qondirilish jarayonini tartibga soladi.

Ehtiyoj bir tomondan takror ishlab chiqarish fazalarini natijasi sifatida, ikkinchi tomondan ularni tebrantiruvchi, harakatlantiruvchi omil boʻlib hisoblanadi.

Takror ishlab chiqarish jarayonida ehtiyoj tugʻiladi, qondiriladi, yoʻqoladi va yangidan yaraladi. Shu sababli ehtiyoj talab kategoriyasi talab orqali oʻrganiladi va prognoz qilinadi. Talab orqali insonlarning ehtiyoji namoyon boʻladi.

Umuman jamiyat miqiyosida biologik ehtiyojlar haqiqatda iyerarxik tuzilishdan iborat boʻlib, ularni son va sifat jihatdan oʻlchash mumkin.

Ushbu nuqtai nazardan ehtiyojni quyidagicha tavsiflash mumkin:

Absolyut ehtiyoj – iyerarxiyada birinchi darajadagi ehtiyoj – oziq –ovqat, nooziq-ovqat, uy – joy, maʼnaviy, axborotlarga va h.k.

Ilaqiqiy ehtiyojlar – ikkinchi darajada; nisbiy harakterga ega boʻlib, jamiyatda mavjud yoki ishlab chiqarishi mumkin boʻlgan narsalar, real isteʼmol byumlari.

Sotib olish qobilyatiga ega bo'lgan ehtiyoj – uchinchi darajada – bular bor moddiy va tovar resurslari hamda aholining pul daromadlari bilan chegaralangan bo'ladi.

Bu ehtiyoj talabda o'z aksini topadi.

Talab tushunchasi, talabga ta'sir qiluvchi omillar, uni o'rganish va prognozlash usullari.

Talab iqtisodiy kategoriya bo'lib ikki tomonlama harakterga ega.

Birinchidan – sotib olish qobilyatiga egaligi.

Ikkinchidan – iste'mol harakteriga egaligi.

Talab ehtiyojni namoyon bo'lish shakli sifatida konkret mahsulotni soni va sifatiga qaratiladi, ya'ni konkret iste'mol qiymat qaratiladi.

Sotib olish qobilyati nuqtai nazardan talab bozorining elementi bo'lib, qandaydir miqdordagi pul hajmini bildiradi.

Talab – pul bilan ta'minlangan ehtiyojni shaklidir.

Talab – pul bilan ta'minlangan ehtiyoj shakli sifatida uchta turga bo'linadi:

1. Condirilgan – aholiga zarur bo'lgan, uning sotib olish qobilyatiga yarasha iste'mol tovarlari va xizmat bilan ta'minlanishi:

2. Condirilmagan – tovarlar va xizmatlarni yetishmasligi, defitsit.

3. Shakllanayotgan – iste'molchilar tomonidan tovarlarva xizmatlarga qo'yilayotgan (xususiyatiga, sifatiga, tashqi ko'rinishiga va h.k.) yangi talablar majmuasi.

Talabga ko'p omillar ta'sir qiladi. Ular har xil bo'lib, butun bir tizimdan iboratdir. Ular quyidagi 8.1.2.1 va 8.1.2.2 chizmalarda keltirilgan.

8.1.2.1-chizma

Talabga ta'sir qiluvchi omillar

Tasniflanish alomatlari	Omilarning turlari
I. Kelib chiqish tabiati bo'yicha	1. 1. Iqtisodiy 1.2. Ijtimoiy 1.3. Demografik 1.4. Tabiiy – iqlim sharoiti 1.5. Tarixiy – milliy
II. Talabga ta'sir qilish harakteri bo'yicha	2.1. Umumiy 2.2. Maxsus (xususiy) harakterdagi
III. Talabga ta'sir qilish darajasini o'lchash, miqdorlash bo'yicha	3.1. Bevosita (to'g'ridan – to'g'ri) 3.2. Bilvosita o'lchanuvchi

8.1.2.2 - chizma

Omilarning namoyon bo'lish alomatlari.

1.1. Iqtisodiy -	Milliy daromadni miqdori, taqsimlanishi; aholining daromadi va aholi guruhlariga taqsimlanishi; bahoning miqdori; aholini ayrim tovarlar bilan ta'minlanganligi (avtomobil, televizor, xolodilnik, mebel).
1.2. Ijtimoiy -	Davlatning taqsimot siyosati; jamiyatni sotsial tarkibi; aholining moddiy farovonligi; moda, estetik (did), iste'mol madaniyati.
1.3. Demografik -	Aholini soni, tarkibi;

	oila soni tarkibi; qishloq va shahar aholisi; migratsion jarayon.
1.4. Tabiiy – iqlimiy -	Tabiiy- iqlimiy shart - sharoit
1.5. Tarixiy – milliy -	Milliy urf – odat; Mentalitet; Yashash tartibi va h.k.

2.1. Umumiy -	Aholini daromadi; Harajatlari; Aholini soni; Baho.
2.2. Maxsus (xususiy) -	Ayrim tovarlarga talabni shakllantiruvchi omillar. Masalan: uy – joy qurulishi; elektrlashtirish; gazlashtirish; suv ta’minoti va h.k.
3.1. Bevosita -	Bunga yuqorida keltirilgan ta’sir darajasini o’lchash mumkin bo’lgan omillar
3.2. Bilvosita -	Moda, iste’molchilarni hulqi; hobbisi va h.k.

Talabni o’rganish va prognozlash uchun har xil usullar tizimidan foydalaniladi.

Ularga:

1. Oddiy ekstropolyatsiya usuli;
2. Iqtisodiy – matematik modellashtirish usullari;
3. Normativ usullar;
4. Eksport baholash usuli.

Oddiy ekstropolyatsiya usuli talabni tovar guruxlari bo'yicha ko'p yillik dinamikasini o'rganish, tendensiyalarini aniqlab kelajakka ularni o'tkazish.

Uni amalga oshirish uchun talabni o'zgarish koeffitsiyenti aniqlanadi (Kitt)

$$K_{itt} = \Delta t_{pi} \Delta T_{ji} : \Delta T_{o'i}$$

ΔT_{pi} – rejalashtirilgan yilga talabni o'sish sur'ati, i – tovar guruxi bo'yicha;

ΔT_{ji} - joriy yilni o'tgan yilga nisbatan o'sish tempasi, i – tovar guruxi bo'yicha;

$\Delta T_{o'i}$ – o'tgan yillar (M : 3 -5 yil) o'rtacha o'sish sur'ati, i - tovar guruxi bo'yicha.

Oddiy ekstropolyatsiya usuliga elastiklik koeffitsiyentini aniqlash usuli ham kiradi. (KE)

Elastiklik koeffitsiyenti talabni biron bir omil ta'sir ostida qancha foizga o'zgarish miqdorini ko'rsatadi. M : aholi daromadi, tovar taklifi

$$KE = \frac{Y_1}{Y_6} : \frac{X_1}{X_6} = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

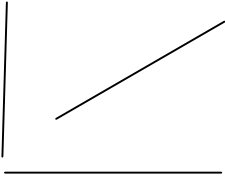
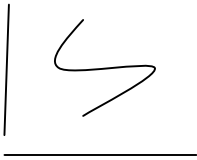
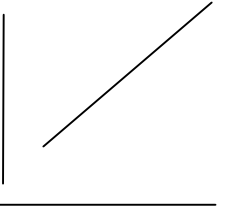

Bu yerda: U_1 ; U_6 – jon boshiga to'g'ri kelgan tovar aylanishi, joriy va bazis yiliga;

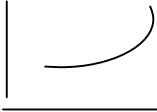
X_1 ; X_6 – jon boshiga to'g'ri kelgan aholining daromadi, joriy va bazis yiliga.

Talabni iqtisodiy matematik modellashtirish usullarining turlari 8.1.2.3 chizmada keltirilgan.

8.1.2.3 – chizma.

Iqtisodiy matematik modellashtirish usullari

Funksiyalar nomi	Funksiyalarni matematik tuzilishi	Bog'liqlikni grafik ko'rinishi
I. Trend modeli (juft regressiya)		
1.1. To'g'ri chiziqli model	$U = a+vt$	
1.2. Egri chiziqli model	$E = \frac{R}{I + ac^{bt}}$	
II. Regression modellar		
2.1. To'g'ri chiziqli ko'p faktorli model	$U = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n$	
2.2. Egri chiziqli ko'p faktorli modellar:		
2.2.1. Parabollik	$U = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2^2 + \dots + a_px_{pp}$	

2.2.2. Darajalik	$U = a_0x_0^{a_0} + a_1x_1^{a_1} + a_2x_2^{a_2} + \dots + a_nx_n^{a_n}$	

8.1.3. Aholining minimal iste'mol savatchasi.

Aholining iste'mol tovarlariga va xizmatlariga bo'lgan talabni o'rganishda «Iste'mol byudjeti», «Pragnozlashtirilgan iste'mol byudjeti», «hisobot iste'mol byudjeti» kabi ko'rsatkichlardan foydalaniladi.

Iste'mol byudjeti deganda iste'mol tovarlari va xizmatni xajmi va tarkibi miqdorini tavsiflovchi sintetik qiymat ko'rsatkich tushuniladi.

Ushbu ko'rsatkich «Ratsional», «Pragnozlashtirilgan» va «hisobotli» turlarga bo'linadi.

Ratsional iste'mol byudjeti – aholi talabini to'la (iqtisodiy, ijtimoiy, ma'naviy estetik nuqtai nazardan) va har tomonlama qondirilishi darajasini belgilaydi, tavsiflaydi.

Pragnozlashtirilgan iste'mol byudjeti – prognozlashtirilgan davrga aholini o'rtacha daromadidan kelib chiqib aniqlangan iste'mol byudjetini miqdoridir.

Hisobot iste'mol byudjeti – konkret davrda (yil) erishilgan tovarlar va xizmatni iste'mol miqdorini anglatadi.

Ushbu ko'rsatkichlardan aholini talabini prognozlashda, aholini minimal ehtiyoj savatini hisoblashda, chakana tovar aylanishi va xizmatlar miqdorini prognozlash va rejalashtirishda foydalanish mumkin.

Iste'mol tovarlarini iste'mol qilishni ilmiy asoslangan minimal chegarasi mavjud.

Insonni normal biologik borliqligini ta'minlash uchun qandaydir miqdorda

kilokoloriyada oziq – ovqat mahsulotlari va qandaydir miqdorda nooziq–ovqat tovarlarini hamda xizmat turlarini iste'mol qilish kerak. Aholining iste'mol sifatidan kelib chiqib ularni minimal yashash darajasi qiymati hisob–kitob qilinadi va jamiyat, davlat uni ta'minlash chora - tadbirlarini ko'rish zarur.

Buni hisoblashda oziq – ovqat mahsulotlari iste'molini fiziologik normalari, nooziq – ovqat tovarlari va xizmatning ratsional normalari. Ularning bahosi hamda iste'mol tovarlari va xizmatlari bahosining indeksi e'tiborga olinadi.

Rossiya Federatsiyasida 1999 yil oktyabrda «Iste'mol savati to'g'risida» qonun qabul qilingan. Ushbu hujjatga 33 iste'mol tovarlari va xizmatlari turlari kiritilgan. Bugungi kunda minimal yashash qiymati 2588 rubl (≈ 90 dollar), a minimal ish xaqqi 600 rubl ($\approx 21,8$ dollar)ni tashkil qiladi.

AESH minimal yashash darajasi 250 xil turdagi iste'mol tovarlari va xizmatlaridan iborat.

Iste'mol baholar indeksini (IBI) hisoblashda AESH mehnat vazirligi, statistika byurosi nafaqat iste'mol tovarlari va xizmatlari assortimenti, balki ularni sotib olish tezligini (chastotasini) ham hisobga oladilar.

Ularda 41% harajatlar uy – joyga (uy–joyga to'lov – 28%), isitish va kommunall harajatlar 7%, mebel olish va joriy ta'mirlash- 6% tashkil qiladi.

Miqdori bo'yicha ikkinchi darajada oziq – ovqat mahsulotlarini sotib olish harajatlari turadi–17% jumladan, 9% - uyda qilinadigan iste'molga 6%-uydan tashqari, 2% alkagol ichimliklarini tashkil qiladi.

17% transport harajatlariga (xizmatlariga), shaxsiy transportni va jamoa transportlariga harajat.

7% - sog'likni saqlashga.

6% - kiyim – kechakka.

4% - dam olish, mayishatga

8% - boshqa tovarlar va xizmatlarga (kitob, maktab uchun yozuv zaruriyatlar).

Bizda yashash minimal savati va yashashni minimal darajasi hisob – kitob

qilinmaydi.

Aholini ijtimoiy himoya qilish maqsadida davlat o'rtacha har yili 20–30% minimal ish xaqqini oshirib kelmoqda. 2006 yilga 40% oshirish rejalashtirilgan. Shu bilan bir qatorda tovar va xizmatlarga (jumladan tabiiy monopoliyalar mahsulotlariga) baho va tariflar oshib kelmoqda.

Ayrim iqtisodchi olimlarning hisob–kitobiga ko'ra o'zbekiston Respublikasida eng zaruriy tovarlar va xizmatlarni 21 – ta turi bo'yicha olinganda 2004 yilda oziq – ovqatlarga – 19357,5 so'm.

Nooziq – ovqatlar va xizmatga – 18462,5 so'm

Jami – 37820 so'mni tashkil qilgan.

Minimal ish xaqqi

1996 – 550 so'm 100%

2000 – 1750 so'm 318,2%

2004 – 6530 so'm 1181,8%

Baholar indeksi:

1996 – 1,000

2000 – 4,239

2004 – 14,383

Minimal yashash qiymati-

2004 – 113460 so'm – 1438,3%

2000 – 33436 so'm – 423,9%

1996 – 7888,4 – 100,0 %

Aholini minimal ehtiyoj savatini hisoblashda ilmiy asoslangan quyidagi oziq – ovqatlarni fiziologik normalari ishlatilishi mumkin. Bir yilga non va non mahsulotlari – 129,0 kg; kartoshka va kartoshka uni – 120,0 kg poliz va sabzavot o'simliklari 130,0 kg; meva, uzumlar – 49,0 kg; shakar – 36,5 kg; go'sht va go'sht mahsulotlari – 73,0 kg; sut va sut mahsulotlari – 413,0 litr: tuxum – 274,0 dona, gaz mol, mato – 58,0 m²; trikotaj – 8,25 dona; paypoq, chulki- 9,0 par; poyafzal – 3,3 par va hokazo.

Quyidagi jadvalda aholining minimal ehtiyoj savatini hisoblash usuli shartli misolda keltirilgan.

8.1.3.1. jadval

Aholining minimal ehtiyoj savati

1. Bir kishiga bir oyda to‘g‘ri keladigan oziq – ovqatlarni fiziologik normasi va aholining harajatlari miqdori.

№	Tovarlar	o‘lchov birligi	Kundalik norma		Oylik norma	1996 yil		2000 yil		2004 yil	
			Soni	Kilokaloriya		Bahosi	Ѐiymati	Bahosi	Ѐiymati	Bahosi	Ѐiymati
1.	Go‘sh	Kg	0,10	241	3,0	70	210	600	1800	2200	6600
2.	Non	Dona	0,67	1064	20,1	18	361,875	60	1206	125	2512,5
3.	Tuxum	Dona	0,50	80	15,0	5	75	30	450	70	1050
4.	Sut mahsulotlari	Litr	0,15	87	4,5	10	45	50	225	200	900
5.	o‘simlik moyi	Litr	0,10	75	3,0	40	120	300	900	1100	3300
6.	Shakar	Kg	0,03	125	0,9	25	22,5	250	225	550	495
7.	Kartoshka	Kg	0,20	166	6,0	20	120	70	420	100	600
8.	Sabzavotlar	Kg	0,20	66	<u>6,0</u>	6	36	40	240	150	900
9.	Mevalar	Kg	0,20	55	6,0	30	180	100	600	200	1200
10.	Guruch	Kg	0,10	323	3,0	35	105	200	600	600	1800

8.1.3.1 – jadvalning davomi

II. Nooziq – ovqat tovarlari va xizmatlar

№	Tovarlar	Ishlatish muddati		Sotib olish soni	1996 yil		2000 yil		2004 yil	
		O'lchov birligi	Soni		O'rtacha bahosi	Bir oylik summasi	O'rtacha bahosi	Bir oylik summasi	O'rtacha bahosi	Bir oylik summasi
1.	Erkaklar ko'ylagi	1 yil	1	1	300	25,00	1600	133,30	4500	375,0
2.	Kostyum	1 yil	2	1	700	58,33	12600	525,0	30000	1250,0
3.	Jemper	1 yil	2	1	300	25,00	3000	125,0	15000	625,0
4.	Tufli	1 yil	1	1	500	41,67	600	50,0	12000	1000,0
5.	Palto	1 yil	4	1	1600	33,33	45000	937,5		
6.	Noski	1 oy	2	1	25	12,50	150	75,0	450	225,0
7.	Kalosh	1 yil	1	1	300	25,0	850	70,8	4000	333,3
8.	Uy texnikasi	1 yil	10	1	40000	333,3	50000	416,7	86000	716,7
9.	Transport xizmati	1 oy	25 marotaba x 2	50	6	300	35	1750	150	7500

10.	Sogʻlikni saqlash va boshqa xizmatlar	1 oy	1	1	200	200	600	600	1500	1500
11.	Kommunall xizmatlar	1 oy	1	1	300	300	400	400	400	400
	Jami	-	-	-	-	1354,17	-	4479,2	-	18462,5
	hammasi	-	-	-	-	2629,47	-	11145		
	Minimal ish xaqi	-	-	-	-	550	-	1750	-	6530
	Iste'mol baholar indeksi,%	-	-	-	-	100,0	-	423,86	-	1438,31
	Oilani minimal savati	2 kishi		-	-	5258,94		22290,0		75640,0
		3 kishi				7888,4		33436,0		113460,0
		4 kishi				10517,88		44580,0		151280,0
		5 kishi				13147,35		55725,0		189100,0

8.1.4. Aholining daromadlari va harajatlari balansi.

Savdo korxonalari faoliyatini o'rganishda, talab va taklifni muvofiqlashtirishda, ularni prognoz qilishda, aholining daromadlari va harajatlarini o'rganish katta ahamiyat tutadi. Chunki talabning iqtisodiy asosini aholining daromadlari va harajatlari tashkil qiladi.

Shu sababli aholining daromadlar va harajatlari balansi tuziladi.

Cuyida aholi daromadlari va harajatlari to'g'risida respublikamizdagi xolat to'g'risida qisqacha ma'lumot beramiz (Ma'lumotlar «o'zbekiston Iqtisodiyoti» tahliliy sharx, 2004 yilgi ma'lumotnomadan olingan.)

2004 yilda 2003 yilga nisbatan aholining nominal pul daromadlari 17,6%ga ortdi. Real ko'rinishda daromadlar 16%ga ko'paydi. 2005 yilda byudjet sohasi xizmatchilarining oylik ish haqi, pensiya, stipendiya va nafaqalar 40,0%ga oshirildi. Buning hisobidan aholining real daromadi 22,0% ko'paydi.

Yalpi daromadlar tarkibida pul daromadlari ulushining ortishi aholini to'lov qobiliyatiga ta'sir qildi. Uy xo'jaliklari byudjeti tahlillari natijasiga ko'ra yalpi daromadlar tarkibida pul daromadlarining ulushi 2003 yildagi 82,2% dan 2004 yilda 83,7%ga ortgan. Natural ko'rinishdagidaromadlar mos ravishda 17,8%dan 16,3%gacha qisqardi (8.1.4.1. jadval). Bunday tendensiya mehnatga haq to'lashning ortishi hisobiga qishloq aholisining daromadlari (2003 yilda 21,4%dan 2004 yilda 22,5%ga), ijtimoiy transfertlarning (2003 yilda 14,6% dan 2004 yilda 15,1%ga), qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotishdan tushgan darpomadlarning ortishi (2003 yilda 24,9% dan 2004 yilda 25,3%ga) hisobiga yuz berdi. qishloq aholisining pul daromadlari oshishining asosiy omillari quyidagilardir: a) fermer xo'jaliklariga e'tibor bergan holda qishloq xo'jaligida mahsulot ishlab chiqarishni tashkil etish tizimining takomillashtirilishi; b) barcha mulk shakllarida ayniqsa, dehqon xo'jaliklarida mahsulotlar hosildorligining oshganligi; v) uchdan ikki qismi qishloq joylarda istiqomat qiluvchi kam ta'minlangan oilalarni aniq ijtimoiy himoya qilishning kuchayganligi.

Shu bilan birga, shahar va qishloq aholisining pul va pul ko'rinishida bo'lmagan daromadlari o'rtasidagi sezilarli darajadagi farqi saqlanib qolmoqda.

Shahar aholisining natural ko‘rinishdagi daromadlari 2004 yilda 6,2%ni (2003 yilda 6,1%), qishloq aholisining natural ko‘rinishdagi daromadlari 23,2%ni (2003 yilda 25,8%) tashkil etdi. Iste‘molni qondirishdagi natural ko‘rinishdagi daromadlarning ta‘sirini ustunligi qishloq aholisida saqlanib qolmoqda, shahar aholisining yalpi daromadlarining 40%ni ish haqi tashkil etmoqda.

Ish haqi ijtimoiy to‘lovlarning ortishi aholi pul daromadlari ulushi ortishining asosiy omili bo‘ldi. Byudjet tashkilotlari va idoralari ishchilarining ish haqlarini oshirishga, pensiya, ijtimoiy to‘lovlar, stipendiyalarni oshirishga qaratilgan davlat siyosati amalga oshirilishi ish haqining 18,0 %ga, ijtimoiy transfertlarning 32,8 %ga ortishiga olib keldi. (8.1.4.2 jadval).

8.1.4.1 – jadval.

Aholining yalpi daromadlari (uy xo‘jaliklariga nisbatan,% da)

Ko‘rsatkichlar	2003			2004		
	respublika	Shaha r	qishloq	Respublika	shahar	qishloq
Yalpi daromadlar	100	100	100	100	100	100
Pul daromadlari	82,2	93,9	74,2	83,7	93,8	78,8
Ish xaqi	28,6	39,2	21,4	29,6	39,9	22,5
Pensiya, nafaqa,stipendiya	15,7	17,3	14,6	15,8	17,1	15,1
Qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini sotishdan tushgan daromad	18,0	7,9	24,9	17,4	5,8	25,3
Mulkdan tushgan daromad	1,4	2,6	0,5	1,2	1,3	1,1
Tadbirkorlik faoliyatidan	13,1	17,3	10,3	15,2	21,4	10,9

tushgan daromad						
Boshqa pul daromadlari	5,4	9,6	2,5	4,5	8,3	1,9
Natural ko‘rinishdagi daromadlar	17,8	6,1	25,8	16,3	6,2	23,2

Manba: O‘z.R. Davlat statistika ko‘mitasi. Uy xo‘jaliklari byudjetlarini tahlil qilish materiallari.

8.1.4.2-jadval

Aholi pullik daromadlarining o‘shish sur‘atlari va tarkibi (%)

Ko‘rsatkichlar	Pullik daromadlariga nisbatan % da		o‘tgan yilning mos davriga nisbatan% da	
	2003	2004	2003	2004
Pul daromadlari, jami	100	100	124,9	117,6
Ish xaqi	26,9	26,9	128,3	118,0
Pensiya, nafaqa, stipendiya	11,4	12,9	115,9	132,8
Ɔishloq xo‘jaligi mahsulotlarini sotishdan tushgan daromad	29,7	29,1	127,1	115,5
Tadbirkorlik faoliyatidan tushgan daromad	32,1	31,1	123,6	113,9

Manba: O‘z.R. Davlat statistika qo‘mitasi. Uy xo‘jaliklari byudjetlarini tahlil

qilish materiallari.

Iududlararo aholi pul daromadlarini respublikada aholi o'rtacha daromadlari o'sishining muhim omillaridan hisoblanadi. 2004 yilda o'rtacha jon boshiga daromadlarning o'zgarish darajasi 158,4 ming so'mdan (Coraqalpog'iston Respublikasi) 904,1 ming so'mgacha (Toshkent shahri) tebranib turdi. Aholi daromadlarining respublika o'rtacha ko'rsatkichidan yuqori bo'lgan xududlarga o'tgan yillardagi kabi ish xaqi nisbatan yuqori bo'lgan sanoati rivojlangan Navoiy, Toshkent viloyatlari va Toshkent shahri kiradi. Jizzax, Namangan, Samarqand, Xorazm kabi 4 viloyatlarda aholi jon boshiga o'rtacha daromadlari respublika ko'rsatkichining 60-70% ni tashkil etdi. (8.1.4.3. jadval). Xududlar o'rtasida aholi daromadlari bo'yicha farqni o'sishining asosiy sabablari xududlarning iqtisodiy salohiyatining pastligi va aholi bandligi bo'yicha muammolar bilan bog'liq.

Aholi real pul daromadlarining o'sish tendensiyalari aholi harajatlari tarkibi va hajmida ijobiy solishtirishga olib keldi. Iste'molga bo'lgan harajatlarning ulushi 788,7 % dan 76,9% ga kamaydi, aholining banka qo'yilgan omonati, qimmatbaxo qog'ozlar va valyuta sotib olish kabi jamg'armalari ulushi 9,2% dan 14,3% ga o'sdi (8.1.4.4 jadval). Uy xo'jaliklarining jamg'armalari ortishi hisobiga joriy iste'molni moliyalashtirishning qisqarishi aholining jamg'arishiga moyilligining yuqoriligidan va investsion faolligi ortganligidan dalolat beradi. Natijada, 2004 yilda aholining iqtisodiyotga qo'yilgan investitsiyalar tarkibidagi ulushi 12,4% ga ortdi, bu esa, o'tgan yildagi ko'rsatkichdan 1,3 darajaga ko'p demakdir. Aholi investitsiyalarining asosiy qismi shaxsiy uy- joylarni qurishga yo'naltirilgan.

8.1.4.3 – jadval

Iududlar bo'yicha aholining jon boshiga pul daromadlari

Xududlar	Aholi jon boshiga pul daromadlari, ming so'm	
	2003	2004
o'zbekiston Respublikasi	253,8	259,3
qoraqalpog'iston Respublikasi	142,7	158,4

Andijon	268,5	282,4
Buxoro	239,4	259,3
Jizzax	168,9	187,9
qashqadaryo	199,6	229,8
Navoiy	354,4	450,7
Namangan	177,6	182,6
Samarqand	182,4	202,8
Surxondaryo	181,6	217,2
Sirdaryo	174,6	215,1
Toshkent	267,2	311,6
Farg'ona	250,7	271,6
Xorazm	163,4	196,5
Toshkent sh.	692,4	904,1

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi

8.1.4.4– jadval.

Aholining pul harajatlari tarkibi (pul daromadlariga nisbatan%).

Yillar	Aholining pul daromadlari	Shulardan pul harajatlari			Naqd pul qoldig'i
		Iste'mol harajatlari	Majburiy to'lovlar	Banklarga qo'yilgan pullar, sotib olingan qimmatbaho qog'ozlar va valyuta	
1995	100	88,9	-	-	-
2003	100	78,7	7,8	9,2	4,3

2004	100	76,9	7,8	14,3	1,0
------	-----	------	-----	------	-----

Manba: O‘z.R. Davlat statistika qo‘mitasi.

Iste‘mol harajatlari tarkibida xizmatlarga bo‘lgan harajatlar ortdi, bu hayotiy zarur bo‘lgan ehtiyojlarni qondirish bilan bog‘liq bo‘lgan harajatlar: uy – joy kommunal xizmatlarini to‘lash, transport va sog‘likni saqlash, ta‘lim harajatlari hisoblanadi. (8.1.4.5). Ijtimoiy majmua tarmoqlari faoliyatini pullik xizmatlar ko‘rsatish asosida kengayishi, shu jumladan, uy – joy kommunal xo‘jaligida dotatsiyalarning qisqarishi (isitish, elektroenergiya, gaz tarmoqlari va suv ta‘minotida tariflarning o‘shishi) natijasida 2004 yilda aholini xizmatlar to‘lovi bo‘yicha harajatlarni 12,3% dan 13,0% gacha o‘shishga olib keldi. Harajatlarning o‘shishi avvalambor shahar aholisini uy-joy kommunal xizmatlariga harajatlarini o‘sganligi bilan bog‘liq.

8.1.4.5- jadval

Aholi harajatlari tarkibi (uy xo‘jaliklariga nisbatan,% da)

Yillar	Respublika	Aholi harajat lari	Shulardan iste‘mol harajatlari				Noiste‘mol tovarlari
			Oziq-ovqat tovar lari	Nooziq-ovqat tovar lari	Xizmat lar	Boshqa hara jat lar	
2003	Respublika	100	51,8	19,5	12,3	0,6	15,8
	Shahar	100	50,06	19,5	14,2	0,6	15,1
	Ɛishloq	100	53,3	19,5	10,1	0,5	16,6
2004	Respublika	100	52,0	18,6	13,0	0,4	16,0
	Shahar	100	50,4	18,3	15,5	0,4	15,4
	Ɛishloq	100	53,7	19,0	10,2	0,5	16,6
1995	Respublika	100	69,6	19,3	9,2	-	19,3

Manba: O‘z.R. Davlat statistika qo‘mitasi.

Uy xo‘jaliklari byudjetlarini tahlil qilish materiallari.

Aholining daromadlari va harajatlari asosida uning harid fondi aniqlanadi.

Aholining harid fondi deb – aholi daromadlarining iste'mol tovarlari sotib olishga ajratilgan qismi tushuniladi.

Euyidagi 8.1.4.6 jadvalda aholining pul daromadlari va harajatlari balansi keltiriladi.

8.1.4.6 - jadval

Aholining pul daromadlari va harajatlari balansi

Daromadlar va harajatlar tarkibi	1991 y.	1995 y.	2003 y.	2004 y.
I. Jami daromadlar	100,0	100,0	100,0	100,0
1.1. Mehnat daromadlari	69,5	66,0	82,2	83,7
1.1.1. Ish xaqi - jami	57,0	44,2	26,9	26,9
1.1.2. Korxonalar tomonidan boshqa moddiy rag'batlantirishlar	2,90	2,6		
1.2. Eishloq xo'jalik mahsulotlarini sotishdan tushgan daromad	9,7	19,2	29,7	29,1
1.3. Transperta	25,2	16,7		
1.4. Pensiya va nafaqa	24,3	15,8	11,4	12,9
1.5. Stipendiya	0,9	0,9		
1.6. Moliyaviy tizimdan tushgan daromadlar	3,3	1,1		
1.7. Shaxsiy uy –joy qurilish uchun sudalar	-	0,4		

1.8 Jang'arma foizi	-	0,6		
1.9. Boshqa tushumlar	-	0,2		
1.10. Tadbirkorlikdan daromadlar	-	13,4	32,1	31,2
1.11. Dividentlar	-	0,1		
1.12. Chet el valyutalarini sotishdan tushgan daromadlar	-	1,5		
1.13. Boshqa tushumlar	2,0	1,2		
1.14. Harajatlarni daromadlardan farqi	-	-	-	-

8.1.4.6 – jadval davomi

Daromadlar va harajatlar tarkibi	1991 y.	1995 y.	2003 y.	2004 y.
I. Jami harajatlar	100,0	100,0	100,0	100,0
2.1. Tovar sotib olish va xizmat to'lovlari	73,1	86,1	83,6	83,6
2.1.1. Tovar sotib olish	67,1	74,5	71,3	70,6
2.1.2. Xizmat to'lovlari	6,0	11,9	12,3	13,0
2.1.2.1 Uy komunal xizmati	1,2	1,8		
2.1.2.2. Maishiy xizmat				

to'lovlari	-	1,2		
2.1.2.3 Ta'lim xizmati to'lovlari	-	0,2		
2.1.2.4 Transport xizmati to'lovlari	3,0	5,0		
2.1.2.5 Aloqa xizmati to'lovlari	-	0,8		
2.2 Majburiy to'lovlar va ixtiyoriy badallar	6,2	8,4	7,8	7,8
2.2.1 Soliqlar va yig'imlar	-	7,4		
2.3 Jamg'armalarning o'sishi va qimmatbaho qog'ozlar	20,5	2,0	9,2	14,3
2.4 Aksiyalar sotib olish	-	0,1		
2.5 Uy joy sotib olish				
2.6 Chet el valyutalarini sotib olish	-	3,2		
2.7 Boshqa harajatlar	0,3			
2.8 Daromadlarning harajatlardan farqi	9,4	11,1	4,3	1,0

Tayanch iboralar: ehtiyoj, talab, biologik ehtiyoj, ijtimoiy ehtiyoj, biznesli ehtiyoj, kelib chiqqan ehtiyoj, meta ehtiyoj, sotib olish qobiliyati, minimal savatcha, aholining daromadlari, aholining harajatlari, iste'mol byudjeti.

Takrorlash uchun savollar.

1. Ehtiyoj nima?
2. Ehtiyojning turlarini ayting?
3. Talab tushunchasini ayting?
4. Talabni ehtiyojdan qanday farqi bor?
5. Talabning qanday turlari bor?
6. Talabga qanaqa omillar ta'sir qiladi?
7. Talabni o'rganish va prognozlashni qanday usullari bor?
8. Aholining minimal iste'mol savatchasi nimani bildiradi va qanday hisob kitob qilinadi?
9. Aholining daromadlari va harajatlari balansini tushuntiring?

8.2. Iste'mol tovarlariga taklifning shakllanishi.

8.2.1 Iste'mol tovarlari taklifi tushunchasi.

8.2.2 Iste'mol tovarlari taklifining manbalari va tavsifi.

8.2.3 o'zbekistonda iste'mol tovarlar taklifini shakllanish tendensiyalari.

8.2.4 Iste'mol tovarlari taklifini rejalashtirish.

8.2.1 Iste'mol tovarlari taklifi tushunchasi.

Bizlar faqat iste'mol tovarlari taklifi to'g'risida fikr yuritamiz.

Jamiyatda taklifni boshqa turlari ham mavjud. Ularni inson, jamiyat ehtiyojlaridan kelib chiqib turlash mumkin.

Masalan:

- I. Ishlab chiqarish vositalari taklifi: a) mehnat qurollari taklifi;
b) ishchi kuchi taklifi.
- II. Moliyaviy resurslar taklifi;
- III. Ma'naviy ehtiyojlarni qondiruvchi takliflar;

- IV. Ruhiy ehtiyojlarini qondiruvchi takliflar;
- V. Xavfsizlikni, mudofani ta'minlovchi;
- VI. Dunyo okeani, kosmosni o'rganishni ta'minlovchi;
- VII. Ekologik muhitni saqlovchi;
- VIII. Boshqa xizmatlar taklifi.

Umuman olganda taklif – tarixiy-iqtisodiy kategoriya.

Taklif bozorning asosiy elementlaridan biri.

Iste'mol tovarlari taklifi deganda sotishga mo'ljallangan, bozorga keltirilgan, u yerda turgan va keltirilishi mumkin bo'lgan tovarlar massasini tushinamiz. Ya'ni uning qiymati, miqdori va assortimentini ko'z oldimizga keltirishimiz kerak.

Iste'mol tovarlari taklifi aholini iste'mol tovarlariga bo'lgan talabini qondirishni ashyoviy (natural) asosini tashkil qiladi.

Iste'mol tovarlari taklifi o'zining xajmi va tarkibi bo'yicha aholining shaxsiy ehtiyojini qondirishga qaratiladi.

Iste'mol tovarlari taklifi tushunchasi bilan bozor sig'imi degan ko'rsatkich tig'iz bog'liq.

Bozor sig'imi deganda qandaydir davrda (kun, oy, yil) bozorda sotilishi mumkin bo'lgan tovarlar qiymatini puldagi ifodasi tushiniladi.

Shunday qilib, bozor sig'imi iste'mol tovarlari taklifini qiymat miqdorini anglatadi. U faqat qiymat ko'rsatkichida ifodalanadi.

Iste'mol tovarlari taklifi biron bir vaqt davriga qiymat (so'm), natural va nisbiy (kunlar) ko'rsatkichlar orqali hisobga olinadi, tahlil qilinadi, rejalashtiriladi va kelajakka bashorat qilinadi. Iste'mol tovarlari taklifini aholiga sotish uchun mo'ljallangan qismi bozor fondi deb ataladi. Uning hajmi iste'mol bozoriga har xil manbalardan kirgan tovarlarning miqdori va tovarlar zahirasi bilan belgilanadi.

8.2.2 Iste'mol tovarlari taklifining manbalari va tavsifi.

Istemol tovarlari taklifini shakllanishi hudud, viloyat, davlat miqqiyosi bo'yicha, ularni yaratish va kelish manbalari nuqtai nazardan o'rganiladi.

Iste'mol tovarlari taklifini manbalariga quyidagilarni kiritish mumkin.

- I. Tabiat tomonidan yaratilgan (yer, suv, tabiiy boyliklar yoki tabiiy qazilmalar).
- II. Ishlab chiqarish. Sanoatning barcha turlari. Bu yerda katta sanoat korxonalari (og'ir, yengil, oziq-ovqat sanoati) e'tiborga olinmoqda.
- III. Eishloq xo'jaligi mahsulotlari tayyorlab beruvchilar
- IV. Ishlab chiqarish va qishloq xo'jaligi sohasidagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari, firmalari va mikrofirmalar.
- V. Eishloq va shahar aholisini tarmorqa, dacha xo'jaligi.
- VI. Chet el, boshqa hudud, viloyatlardagi (yuqorida keltirilgan) besh guruhda yaratilgan mahsulotni yetkazuvchilar.

Keltirilgan manbalar umumlashtirilgan tarzda berilmoqda.

Ushbu manbalar mulk shakliga, tarkibiy tuzulmasiga qarab (masalan, vazirlik, idoralar, uyushmalar kabi), yana har xil shakldagi manbalarga tavsiflanishi mumkin.

Iste'mol tovarlari taklifi manbalari, assortimenti, ishlatilish yo'nalishlari bo'yicha turlarga bo'linadi.

8.2.2.1-chizma.

Iste'mol taklifini tasniflanishi

Tasniflanish alomatlari	Iste'mol tovarlari taklifi
I. Manbalari bo'yicha	Tabiiy ne'matlar Ishlab chiqarish qishloq xo'jaligi Kichik biznes Aholining tomorqa xo'jaligi Eksport, import
II. Assortimenti bo'yicha	2.1. Oziq-ovqat tovarlari 2.2. Nooziq-ovqat tovarlari
III. Ishlatilish yo'nalishlari bo'yicha	Iste'mol tovarlari bozorida qayta ishlab chiqarishga

	Ishlab chiqarish iste'moliga Natural to'lovlarga (qishloq xo'jaligida) Davlat rezevlari Davlat byudjeti tashkilotlari fondlari Eksport Tovar zahiralari
--	---

8.2.3. O'zbekistonda iste'mol tovarlar taklifini shakllanish tendensiyalari

Iste'mol tovarlari taklifini natural – ashyoviy tarkibi ishlab chiqarish (sanoat, qishloq xo'jaligi, aholining shaxsiy xo'jaligi)ning tovar mahsulotlari hajmi va tarkibiga bog'liqdir. Ularni shakllanishi davlatning ishlab chiqarish salohiyati, iqtisodiyotni rivojlanganlik darajasi, tashqi iqtisodiy aloqalarning rivojlanishi va bir qator boshqa omillarga bog'liq bo'ladi. Iste'mol tovarlari taklifini qiymatini shakllanishi bir tomondan taklifni natural – ashyoviy hajmining miqdori bilan, ikkinchi tomondan bahoning miqdori bilan tig'iz bog'liqdir.

O'zbekistonda iste'mol tovarlari taklifini shakllanishini statistik ma'lumotlar asosida ko'rib chiqamiz.

Respublikada iste'mol tovarlari taklifini hajmini va tarkibini shakllanishida sanoatning rivojlanishi alohida o'rin tutadi.

Tashqi va ichki talabning ortishi va xo'jalik yuritish sharoitlarining yaxshilanishi sanoatning barqaror rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatdi. Sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish 2004 yilda o'tgan yilga nisbatan 9,4%ga ortdi va 8074,8 mlrd. so'mni tashkil etdi. Sanoatning yuqori sur'atlar bilan rivojlanishiga korxonalarining qaytadan tarkibiy o'zgartirilishi, tarmoqlar boshqaruv tizimini isloh qilish, iqtisodiyotning real sektorida iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish chora – tadbirlarini amalga oshirilishi sababli erishildi.

Asosiy turdagi sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmi 8.2.3.1 jadvalda keltirilmoqda.

8.2.3.1 – jadval.

Asosiy turdagi sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish

	O'lchov birlik lari	Natural ko'rinishda asosiy mahsulotlar ishlab chiqarish		Asosiy mahsulot ishlab chiqarish indeksi (o'tgan yilga nisbatan %da)	
		2003	2004	2003	2004
Elektroenergiya	mln.kVts	48698	49627	100,2	101,9
Neft	ming.t	7134	6580,3	99,1	92,2
Gaz	mln.kub.m	57487,1	59864,9	99,7	104,1
Siqilgan gaz	ming.t	160,6	197,2	131,2	122,8
Ko'mir	ming.t	1904	2700	69,8	141,8
Yengil avtomobillar	dona	40505	70070	116,7	173,0
«Damas»	dona	6962	9495	106,1	136,4
«Tiko»	dona	5989	1133	108,5	18,9
«Neksiya»	dona	23999	39079	182,6	162,8
«Matis»	dona	3246	19856	34,2	6,1r
«Lasetti»	dona	309	507	-	164,1
Rangli televizorlar	dona	14770	53345	13,8 m	3,6 m
Xolodilnik va muzlatgichlar	dona	2513	3099	23,7	123,3
Konditsionerlar	dona	1628	3001	81,5	184,3
Kir yuvish mashinalari	dona	1195	973	7,0 m	81,4

Sintetik yuvish vositalari	t	1734	1233	58,9	71,1
Lok bo‘yoq materiallari	t	6775	9463	145,6	139,7
Devor uchun ishlatiladigan qurilish materiallari	mln.donashartli g‘isht	119,4	105,0	65,8	87,9
Sement	ming.t	4062,5	4803,8	103,5	118,2
Asbotsement materiallari	mln.list	313,6	350,3	105,0	111,7
Linoleum	ming.kv.m	360	16,0	86,3	4,4
Keramik plitalar	ming.kv.m	516,1	446,4	99,4	86,5
Paxta tolasi	t	945893	976656	94,0	103,3
Paxta bo‘zi	t	159806	159108	102,4	99,6
Paxta kalava ip	t	574,0	676,7	66,3	117,9

Manba: O‘zR Davlat statistika qo‘mitasi.

Iste‘mol tovarlarini mamlakatning o‘zida ishlab chiqrishga qaratilgan iqtisodiy islohatlar o‘zining ijobiy natijalarini bermoqda. 2004 yilda ichki bozorda mamlakatda ishlab chiqarilgan iste‘mol tovarlarining ulushi 75,0 % ni, jumladan oziq-ovqat mahsulotlarining ulushi 95% ni, nooziq-ovqat mahsulotlarining ulushi esa 50,0%ni tashkil etgan.

2004 yilda iste‘mol tovarlarini ishlab chiqarish hajmi 2405,1 mlrd. so‘mni, jumladan oziq-ovqat tovarlari 1030,2 mlrd. so‘m aroq, vino va pivo mahsulotlari 162,7 mlrd. so‘mni tashkil etdi. Bunda iste‘mol tovarlarni ishlab chiqarishni o‘shir surati 2003 yildagi 8,4 %ga nisbatan 13,4 %ni (yoki solishtirma baholarda 280 mlrd. so‘mni) tashkil etdi. Oziq-ovqat mahsulotlarni ishlab chiqarish 9,9 %ga (2003 yil 6,6 %), nooziq-ovqat mahsulotlari 18,6 %ga (12,1%) ortdi. (8.2.3.2 jadval). Iste‘mol

tovarlarni ishlab chiqarishdagi bunday tendensiya sanoat korxonalari, kichik tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatining kuchayganligi, fermer va dexqon xo'jaliklari tomonidan qishloq xo'jaligi xom ashyosini qayta ishlash darajasining ortganligi bilan bog'liq.

Nooziq-ovqat tovarlari ishlab chiqarishda maishiy texnikalarni (televizor 3,6 marta, muzlatkichlar 23,3 %, elektrdazmollar 4,4 %), yengil avtomobillar (72,6 % ga), gilam mahsulotlari (40,2 %) va paypoq mahsulotlari (10,0 % ga) ko'payganligi o'sish tendensiyasini ta'minladi(8.2.3.1, 8.2.3.2, 8.2.3.3, 8.2.3.6 jadvallar).

8.2.3.2 – jadval

Iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish dinamikasi (o'tgan davrga nisbatan % da)

	2003	2004
Iste'mol tovarlari	108,4	113,4
Oziq-ovqat tovarlari	106,6	109,9
Aroq-vino va pivo	98,2	100,9
Nooziq-ovqat tovarlari	112,1	118,6
Yengil sanoat tovarlari	112,2	99,4

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi.

8.2.3.3 – jadval

Iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish danamikasi (o'tgan yilga nisbatan % da)

	2000	2001	2002	2003	2004
Iste'mol tovarlari	106,2	107,6	108,4	108,4	113,4
Oziq ovqat tovarlari	110,5	110,2	116,1	106,6	109,9
Aroq - vino va pivo	108,1	102,6	95,5	98,2	100,9

Nooziq ovqat tovarlari	101,7	106,3	103,7	112,1	118,6
Yengil sanoat tovarlari	117,3	110,7	105,8	112,2	99,4

Manba: O‘zR Davlat statistika qo‘mitasi.

Iste‘mol tovarlarni ishlab chiqarish tarkibi deyarli o‘zgarishsiz qoldi. Iqtisodiyotni va sanoat ishlab chiqarishini isloh qilish natijasida nooziq ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish sur‘atining o‘sishi davom etdi. 2004 yilda ularning yalpi iste‘mol tovarlarini ishlab chiqarish tarkibidagi hisyasi 2003 yildagi ko‘rsatkichga nisbatan 2,2 foiz punktga (50,4%-48,2%) ortdi (8.2.3.4, 8.2.3.5 jadvallar).

8.2.3.4 – jadval

Iste‘mol tovarlarini ishlab chiqarish tarkibi (%)

	2003	2004
Iste‘mol tovarlari	100,0	100,0
Oziq ovqat tovarlari	44,2	42,8
Aroq-vino va pivo	7,6	6,8
Nooziq-ovqat tovarlari	48,2	50,4
Yengil sanoat tovarlari	14,0	12,3

Manba: O‘zR Davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotlari asosida.

8.2.3.5 – jadval

Iste‘mol tovarlarini ishlab chiqarish tarkibi

	2000	2001	2002	2003	2004
Iste‘mol tovarlari	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Oziq-ovqat tovaralari	44,6	45,6	47,1	44,2	42,8
Aroq-vino va pivo	11,9	9,9	8,6	7,6	6,8
Nooziq-ovqat					

tovarlari	43,5	44,5	44,3	48,2	50,4
Yengil sanoat tovarlari	x	12,0	11,6	14,0	12,3

Manba: O‘zR Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida.

Yirik sanoat korxonalarini tomonidan yangi paxta hosilini qayta ishlanishi 2004 yil natijasiga ko‘ra trikotaj va paypoq, o‘simlik yog‘i kabi mahsulotlarni ishlab chiqarish suratlarning pasayishini oldini oldi (8.2.3.6, 8.2.3.7 jadvallar).

2004 yil natijalariga ko‘ra gilam mahsulotlarini ishlab chiqarish 2003 yilda Xorazm viloyatida «Xiva Karpek» EK foydalanishga topshirilganligi natijasida ishlab chiqarishning 40,2 % o‘shishi kuzatildi. Mamlakatda yetishtirilgan bug‘doy hosili hisobiga un mahsulotlari ishlab chiqarishning 45,6 % ga, makoron mahsulotlarni ishlab chiqarish 10,1 % ga ko‘paydi (8.2.3.6 jadval).

8.2.3.6 – jadval

Iste‘mol tovarlarining asosiy turlarini ishlab chiqarish (o‘tgan davrga nisbatan % da)

	2003*	2004*
Paxta matolari	97,8	82,0
Ipak matolari	100,3	91,4
Gilam va gilam mahsulotlari	2,8 m	140,2
Paypoq mahsulotlari	188,4	110,0
Trikotaj mahsulotlari	100,6	95,9
Poyafzal	99,9	81,9
Sut va sut mahsulotlari	107,6	183,4
Sir brinza bilan	78,4	89,1
Konservalar	119,8	80,9
Shakar	114,2	78,0
Un	73,7	145,6
Non va non mahsulotlari	55,2	89,0
Makaron mahsulotlari	60,4	110,1

o'simlik yog'i	97,8	100,5
Uzum vinosi	73,4	59,9
Aroq va likyor aroq mahsulotlari	96,6	107,1
Alkagolsiz ichimliklar	25,3	26,9
Sigaret va papirosalar	92,5	94,6

Manba: O'zR statistika qo'mitasi

* ko'rsatkichlar yirik korxonalar bo'yicha berilgan.

Iste'mol tovarlarini ishlab chiqarishning yuqori sur'atlari Navoiy viloyatidan tashqari (97,3%) barcha viloyatlarda ta'minlangan. Nisbatan yuqori ko'rsatkichlar quyidagi hududlarda kuzatildi: Andijon (45,6 %), Farg'ona (19,2 %), qashqadaryo (17,1 %) viloyatlarida (8.2.3.8 jadval). Mamlakat hududlarida iste'mol tovarlarini ishlab chiqarishning o'sishiga ko'p jihatdan kichik tadbirkorlik sub'ektlari, jumladan, non va non mahsulotlari, meva va sabzavot konservalari, vino, alkagolsiz ichimliklar ishlab chiqaruvchi kichik korxonalar faoliyatining faollashganligi ijobiy ta'sir ko'rsatdi.

8.2.3.7 – jadval

Sanoat korxonalarini tomonidan iste'mol tovarlarining asosiy turlarini ishlab chiqarish dinamikasi (* o'tgan davrga nisbatan %da)

	2000	2001	2002	2003	2004
Paxta matolari	107,8	111,9	106,9	97,8	82,0
Ipak matolari	102,0	98,3	97,4	100,3	91,4
Gilam va gilam mahsulotlari	71,4	104,8	108,3	2,8 m	140,2

Paypoq mahsulotlari	119,9	63,4	77,0	188,4	110,0
Trikotaj mahsulotlari	97,6	85,7	82,4	100,6	95,9
Poyafzal	111,3	149,1	109,5	99,9	81,9
Sut va sut mahsulotlari	91,2	102,5	115,9	107,6	183,4
Sir brinza bilan	89,7	87,2	74,3	78,4	89,1
Konservalar	103,8	97,1	101,3	119,8	80,6
Shakar	48,6	2,8m	7,6m	114,2	78,0
Un	94,0	103,4	87,1	73,7	145,6
Non va non mahsulotlari	106,3	100,4	99,5	55,2	89,0
Makaron mahsulotlari	107,7	110,7	81,0	60,4	110,1
O'simlik yog'i	108,0	96,3	93,8	97,8	100,5
Uzum vinosi	89,3	118,8	116,6	73,4	59,9
Aroq va likyor aroq mahsulotlari	99,1	92,5	92,5	96,6	107,1
Alkoglsiz ichimliklar	107,5	77,8	93,1	25,3	26,9
Sigaret va papiroslar	72,8	89,8	101,0	92,5	94,6

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi

*2003-2004yy. Ko'rsatkichlari yirik korxonalar bo'yicha olingan.

8.2.3.8 – jadval

O'zbekiston xududlarida iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish (o'tgan yilganisbatan %da)

	2003	2004
O'zbekiston Respublikasi	108,4	113,4
Coraqolpog'iston	104,7	110,3

Respublikasi		
Andijon	120,3	145,3
Buxoro	106,0	107,8
Jizzax	129,0	115,2
Cashqadaryo	108,8	117,1
Navoiy	105,3	97,3
Namangan	114,0	110,4
Samarqand	106,8	109,9
Surxondaryo	106,2	115,2
Sirdaryo	104,2	107,5
Toshkent	107,1	111,7
Farg'ona	101,6	119,2
Xorazm	114,5	101,4
Toshkent sh.	102,7	103,4*

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi

(*«Shakar Investments» EK va «KokaKola» EKdan tashqari.)

2004 yilda iste'mol tovarlarini ishlab chiqarishning hududiy tarkibi saqlanib qoldi. Nisbatan yuqori ulushga ega bo'lgan xududlar Andijon(20,3 %), Toshkent(11,4 %), Farg'ona(9,8 %) viloyatlari va Toshkent sh.(17,5 %) hisoblanadi (8.2.3.9-jadval).

8.2.3.9-jadval

Iste'mol tovarlari ishlab chiqarishning hududiy tarkibi (%)

	2003	2004
O'zbekiston Respublikasi	100,0	100,0
Coraqolpog'iston Respublikasi	1,9	1,9
Andijon	15,8	20,3
Buxoro	9,0	8,5
Jizzax	2,8	2,9

€ashqadaryo	4,1	4,3
Navoiy	2,6	2,2
Namangan	4,7	4,6
Samarqand	9,5	9,2
Surxondaryo	2,9	2,9
Sirdaryo	1,9	1,8
Toshkent	11,5	11,4
Farg‘ona	9,4	9,8
Xorazm	3,1	2,7
Toshkent sh.	20,8	17,5*

Manba: O‘zR Davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotlari asosida muallif hisob kitoblari (* «Shakar Investments» €K va «KokaKola» €K dan tashqari).

Oziq-ovqat tovarlarini ishlab chiqarish ko‘rsatkichlari Toshkent shahrida (91,3 %) tashqari barcha hududlarda yuqori bo‘lgan. Buning sababi, shaharda joylashgan «KokaKola» ichimligi €K va «Shakar investments» €Kda xom ashyo yetishmasligi natijasida ishlab chiqarish quvvatlarining pasayib ketishi bo‘ldi. (8.2.3.6-jadval).

Yengil sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarishning asosiy qismi paxta va ipak mahsulotlari, trikotaj, to‘qimachilik, gilam mahsulotlari va poyafzal ishlab chiqaruvchi hududlar hissasiga to‘g‘ri kelmoqda. Bunday hududlar jumlasiga Buxoro (20,5 %), Farg‘ona (14,1 %), Andijon (11,5 %), Toshkent (11,1 %) viloyatlari va Toshkent shahri(12,3 %) kiradi. Navoiy viloyatidagi kimyo majmua korxonalarida yengil sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarishning pasayishi ularning viloyatdagi va Respublikadagi ko‘rsatkichlarni pasaytirib yubordi (8.2.3.2, 8.2.3.8 jadvallar).

2004 yilda yengil avtomobillar, paxta va ipak matolari, paypoq, to‘qimachilik mahsulotlari, meva-sabzavot konservalari, soklar, vino mahsulotlari iste‘mol tovarlari eksportini asosiy tashkil qiladi. Natijada iste‘mol tovarlari eksporti 45,9 % ga, jumladan, nooziq-ovqat mahsulotlari eksporti 50,5 %, oziq-ovqat mahsulotlari eksporti 32,9 % ga ortdi. Nooziq-ovqat tovarlari hisobiga eksport tarkibidagi iste‘mol tovarlari ulushi 1,0% darajada oshdi (8.2.3.10, 8.2.3.11 - jadvallar).

2003-2004 yillarda iste‘mol tovarlari jami eksporti mos ravishda 314,7 va

483,6 mlrd. so‘mni tashkil etdi. Import esa 581,2 va 351,3 mln. so‘m bo‘lib, iste‘mol tovarlari importi respublikaga oziq-ovqat mahsulotlarini olib kirishning (87,4%) qisqarishi natijasida kamaydi. Natijada mamlakatda ishlab chiqarilgan oziq-ovqat tovarlari hisobiga ichki bozorning ta‘minlanishi 95 % ga yetdi. Import bo‘yicha oziq-ovqat tovarlaridan shakar, go‘sht va sut konservalari, choy, chorvachilik va o‘simlik yog‘lari, nooziq-ovqat tovarlaridan – oyoq kiyim, matolar, trikotaj va turli paypoq mahsulotlari, kimyoviy tolalar, murakkab maishiy texnika tovarlari va boshqa mahsulotlar olib kelindi (8.2.3.10, 8.2.3.11- jadvallar).

8.2.3.10 jadval

Iste‘mol tovarlarini eksport va importi (o‘tgan davrga nisbatan % da)

	2003	2004
Eksport, jami	124,6	130,3
Iste‘mol tovarlari	121,3	145,9
Oziq-ovqat tovarlari	96,5	132,9
Aroq, vino va pivo	32,8	81,3
Nooziq-ovqat tovarlari	133,3	150,5
Import, jami	109,3	128,7
Iste‘mol tovarlari	108,3	106,8
Oziq-ovqat tovarlari	88,9	87,4
Aroq, vino va pivo	87,1	130,4
Nooziq-ovqat tovarlari	120,5	115,8

Manba: O‘zR Davlat statistika qo‘mitasi

8.2.3.11 jadval

Iste‘mol tovarlarini eksport va import tarkibi (o‘tgan davrga nisbatan % da)

	2003	2004
Eksport, jami	100,0	100,0
Iste‘mol tovarlari	8,7	9,7
Oziq-ovqat tovarlari		

	2,2	2,3
Aroq, vino va pivo	0,1	0,1
Nooziq-ovqat tovarlari		
	6,4	7,4
Import, jami	100,0	100,0
Iste'mol tovarlari	20,2	16,7
Oziq-ovqat tovarlari		
	6,4	4,4
Aroq, vino va pivo	0,0	0,0
Nooziq-ovqat tovarlari		
	13,8	12,4

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif hisob kitoblari

Mamlakatda iqtisodiy o'sishni ta'minlash va iqtisodiy islohatlarni chuqurlashtirishda agrar sektor muhim rol o'ynaydi. 2004 yilda yalpi ichki mahsulot tarkibida qishloq xo'jaligining ulushi 26,8 %ni tashkil etdi. Maskur sektor oxirgi yillar davomida barqaror sur'atlarda rivojlanib kelmoqda. Barcha mulk shakllarida yaratilgan qishloq xo'jaligi mahsulotlarining umumiy hajmi 2004 yilda 4732,0 mlrd. so'mni tashkil etdi. o'tgan yilning shu davriga nisbatan 10,1 % o'sish ta'minlandi.

2003 yilga nisbatan barcha mulk shakllarida ekin maydonlari 2,6 %ga (3790,1 ming ga dan 3691,5 ming ga) yoki 98,6 ming ga qisqardi. Jumladan, donli ekinlarning maydoni 124,4 ming ga, yem-xashak 35,2 ming ga, meva-sabzavotlar 14,3 ming ga, texnik ekinlar maydoni esa 71,8 ming ga, jumladan, paxta ekin maydonlari 62,7 ming. ga ko'paydi.

2004 yilda shirkat xo'jaliklari ekin maydonlarining kamayish tendensiyasi davom etib, fermer va dehqon xo'jaliklari ulushi ortib bormoqda. Agarda 2003 yilda ekin maydonlari tarkibida fermer xo'jaliklarining ulushi 36,9 %ni, dehqon xo'jaliklari ulushi 11,1 %ni tashkil etgan bo'lsa, 2004 yilga kelib bu ko'rsatkich mos ravishda 47,7 % va 11,7 %ni tashkil etdi, shirkat xo'jaliklarining ulushi 51,9 %dan 40,5 %ga

kamaydi.

Ilk bora yuqoridagi qayt etilgan o'sish sur'atlariga ob-xavoning qulay kelishi natijasida emas, balki zarar bilan ishlayotlan shirkat xo'jaliklari o'rnida fermer xo'jaliklarini tashkil etish, korxonalarni kreditlashning yangi mexanizmlarini joriy etish, agrotexnik tadbirlarni o'z vaqtida o'tkazish, zarur miqdordagi mineral o'g'itlar bilan o'z vaqtida ta'minlash va shartnoma munosabatlarini takomillashtirish evaziga erishiladi.

2004 yilda qishloq xo'jaligi yalpi mahsuloti tarkibida sezilarli o'zgarishlar yuz beradi. Dehqonchilikning ulushi 2003 yildagi 51,6 % o'rniga 53,7 %ga ortdi, chorvachilikning ulushi esa mos ravishda 48,4 %dan 46,3 %ga kamaydi.

Chorvachilikdagi vaziyat oldingi yillarga nisbatan birmuncha yaxshilandi. Yirik shoxli qoramol, qo'y va echkilar hamda parrandalarning soni ortdi. Barcha mulk shakllarida chorvachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish 6,8 %ga ortdi. Nisbatan yuqori ko'rsatkichlarga qo'y va echkilar (6,4%) hamda parrandalarning (5,9 %) jon boshini ortganligiga taaluqli (8.2.3.13 jadval).

8.2.3.12 – jadval

Barcha mulk shakllari bo'yicha qishloq xo'jaligi mahsulotlarining yetishtirish

(ming t.)

Mahsulotlar	2003				2004*			
	Barcha mulk shakllarida	Cishloq xo'jaligi korxonalarida	Fermer xo'jaliklari	Dehqon xo'jaliklari	Barcha mulk shakllarida	Cishloq xo'jaligi korxonalarida	Fermer xo'jaliklari	Dehqon xo'jaliklari
Paxta	280,3	1741,8	1061,5	x	3535,4	1707,1	1828,3	x
Don	6319,2	3075,6	2264,1	979,5	6017,1	2211,6	2781,5	1024,0
Bug'doy	5625,6	2805,4	2030,3	789,9	5502,5	2085,2	2584,9	832,4
Guruch	350,8	162,3	145,7	42,8	187,3	54,0	105,7	27,6
Kartoshka	834,4	49,7	33,5	751,2	892,7	45,7	43,1	803,9
Sabzavotlar	3301,4	626,0	353,5	2321,9	3315,9	355,6	384,4	2575,9
Poliz ekinlari	587,3	77,8	177,8	331,7	571,3	46,2	174,1	351,0
Meva	765,8	231,5	56,6	477,7	846,3	215,9	109,5	520,9
Uzum	401,5	160,5	22,5	218,5	577,6	264,3	56,9	256,4

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi

* kutilayotgan

8.2.3.13 - jadval

Barcha mulk shakllari bo'yicha
qoramol va parrandalar soni (ming bosh)

	2003				2004*			
	Barcha mulk shakllarida	qishloq xo'jaligi korxonalarida	Fermer xo'jaliklari	Dehqon xo'jaliklari	Barcha mulk shakllarida	qishloq xo'jaligi korxonalarida	Fermer xo'jaliklari	Dehqon xo'jaliklari
Yirik shoxli qoramol	5878,8	284,2	291,6	5303,0	6232,6	228,2	309,9	5694,5
qo'y va echkilar	9928,6	2460,8	309,4	7158,0	10560,3	2449,9	419,6	7690,8
Cho'chqa	89,9	31,3	12,7	45,9	83,8	20,2	14,8	48,8
Parrandalar	7675,7	5630,4	770,9	11274,4	18726,9	5139,6	466,6	12820,7

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi (* kutilayotgan)

Coramollar jon boshining ortishi asosan dehqon va fermer xo'jaliklari hisobiga erishildi. Shu bilan bir qatorda shirkat xo'jaliklarida qoramollar va parrandalarning sonining kamayishi kuzatildi. Bu esa, ularning o'rnida chorvachilikka ixtisoslashgan fermer xo'jaliklarining tashkil etilishi bilan izohlanadi. Chorvachilikning asosiy mahsulotlarini ishlab chiqarish ko'paydi, jumladan, go'sht 6,4 %, sut 6,2 %, tuxum 13,9 %ga ortdi. Chorvachilik mahsulotlarining asosiy ishlab chiqaruvchilari dehqon xo'jaliklaridir.

Amalga oshirilgan institutsional va tarkibiy o'zgarishlar natijasida qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishda ilg'or mulk shakllaridan bo'lgan fermer xo'jaliklarining ulushi ortib bormoqda, shirkat xo'jaliklarining ulushi kamaymoqda. qayta tashkil etilgan 326 ta shirkat xo'jaliklari o'rniga jami maydoni 769,1 ming gektarga ega bo'lgan 15118 ta fermer xo'jaliklari tashkil etilda. Tashkil etilgan fermer xo'jaliklarining 10667 tasi (469,9 ming ga) paxta va bug'doy yetishtirishga ixtisoslashtirilgan.

Bozor iqtisodiyoti shakllanayotgan sharoitda o'tkazilayotgan islohotlar natijasida iste'mol tovarlari taklifini tarkibida kichik tadbirkorlikni hissasi ortib bormoqda.

Iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish sohasida kichik korxonalarining faolligi saqlanib qoldi. o'tgan yilga nisbatan ularning o'sish sur'ati 115,2% ni tashkil etdi. Bu ko'rsatkich mahalliy ham ashyo hisobiga mahsulotlar ishlab chiqarish yetgan mikrofirmalar hamda yakka tartibda faoliyat yuritayotgan korxonalarda ishlab chiqarish hajmini 122 %ga ortishi natijasida erishildi. Bu kichik korxonalarining xalq iste'moli tovarlari umumiy ishlab chiqarish hajmida ulushini oshirishda o'z aksini topgan (23,7 %). Kichik tadbirkorlikning oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishni umumiy hajmidagi ulushi 36,5 %ga oshdi.

Kichik tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan iste'mol tovarlarini ishlab chiqarishning yuqori sur'atlari Jizzax 83,3 %, Sirdaryo 42,6%, qashqadaryo 38,7% va Toshkent viloyatlarida 36,4 %ga o'sdi. Bunday o'sish yakka tartibda mahsulot ishlab chiqaruvchi tadbirkorlik sub'ektlari ishlab chiqarish sur'atlarining oshishi hisobiga erishildi. Yengil sanoatning yirik korxonalari joylashgan, lekin bugungi kunda ta'mirlash jarayonida bo'lgan Andijon, Buxoro, Surxondaryo, Farg'ona va Xorazm viloyatlarida o'rtacha respublika darajasidan (23,7 %) past bo'lgan ko'rsatkichlar qayt etildi. Mazkur viloyatlarda joylashgan iste'mol tovarlarini ishlab chiqarishga ixtisoslashgan kichik korxonalar uchun katta bo'lmagan ishlab chiqarish va texnologik salohiyatga ega.

Cishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishda kichik tadbirkorlik sub'ektlarining ulushi o'tgan yilga nisbatan 2,8 % darajaga ko'tarildi va 80,9%ni tashkil etdi. (8.2.3.14 jadval). Kichik korxonalaridagi (181,5 %), mikrofirmalardagi (140,8 %) o'sish tufayli erishildi. Yalpi qishloq xo'jaligi mahsulotlarida dehqon xo'jaliklari ulushi 59,7 %ni tashkil qildi.

Aholini iste'mol tovarlariga bo'lgan talabini miqdorini asosan chakana tovar aylanishi hajmi orqali o'lchash mumkin. Shu sababli Samarqand viloyati misolida chakana tovar aylanishini ichki resurslar bilan ta'minlanganlik darajasi hisob – kitobini keltiramiz (8.2.3.15 jadval).

8.2.3.14 - jadval

Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha mahsulot ishlab chiqarishda kichik tadbirkorlik sub'ektlarining ulushi, (%)

Ko'rsatkichlar	2003	2004
----------------	------	------

Sanoat		
Kichik tadbirkorlikning sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarishdagi ulushi	10,9	10,7
kichik korxonalar	4,6	4,4
mikrofirmalar	2,1	2,3
yakka tartibdagi tadbirkorlar	4,2	4,0
Kichik tadbirkorlikning iste'mol tovarlari ishlab chiqarishdagi ulushi	23,3	23,7
kichik korxonalar	8,9	8,3
mikrofirmalar	2,3	2,5
yakka tartibdagi tadbirkorlar	12,1	13,0
Kichik tadbirkorning oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarishdagi ulushi	34,5	36,5
kichik korxonalar	8,3	8,0
mikrofirmalar	2,6	2,5
yakka tartibdagi tadbirkorlar	23,5	26,0
qishloq xo'jaligi		
Kichik tadbirkorlikning yalpi ishlab chiqarishdagi ulushi	78,1	80,9
kichik korxonalar	1,2	2,0
mikrofirmalar	14,0	19,1
yakka tartibdagi tadbirkorlar	63,0	59,8
Chakana tovar aylanishi		
Kichik tadbirkorlikning tovar aylanmasidagi ulushi	42,4	41,8
kichik korxonalar	6,5	7,5
mikrofirmalar	6,2	6,5
yakka tartibdagi tadbirkorlar	29,7	27,8
Pullik xizmatlar		

Kichik tadbirkorlikning pullik xizmatlar ko'rsatishdagi ulushi	45,4	47,4
kichik korxonalar	2,8	2,8
mikrofirmalar	3,6	2,9
yakka tartibdagi tadbirkorlik	39,0	41,7

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi

8.2.3.15 - jadval

Samarqand viloyatida chakana tovar aylanishini resurslar bilan ta'minlanganligi

№	Ko'rsatkichlar	2003	2004	2004 % 2003
1.	Chakana tovar aylanishi, mln. so'm	347136	372544,3	107,3
2.	Aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanmasi, ming so'm.	123,6	130,09	105,9
3	Xalq iste'mol mollari ishlab chiqarish: 3.1 mln. so'm 3.2. %, chakana tovar aylanmasiga nisbatan	201018,2 57,9	220950,0 59,3	109,9 +1,4
4.	Aholi jon boshiga to'g'ri kelgan xalq iste'mol mollari, so'mda	73632,5	77408,1	105,1
5.	Aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishiga nisbatan, %	59,6	59,1	-0,5

8.2.4 Iste'mol tovarlari taklifini rejalashtirish.

Iste'mol tovarlari taklifini jamiyatda, region va hududlar miqiyosida rejalashtirish, talab bilan muvofiqlashtirish iqtisodiy usullar orqali hisob kitob qilish, uni harakatini, yo'nalishlarini tartibga solish davlatning har xil organlari tomonidan amalda qo'llaniladi.

Buning uchun asosan sanoat mahsulotlari, qishloq xo'jaligi mahsulotlari, talab va taklif balanslaridan keng qo'llaniladi.

Balansni tuzishda texnik-iqtisodiy hisoblar, normativlardan foydalaniladi.

Balanslar mahsulotlari assortimentlari bo'yicha natural va qiymat ko'rsatkichlarda ishlab chiqiladi.

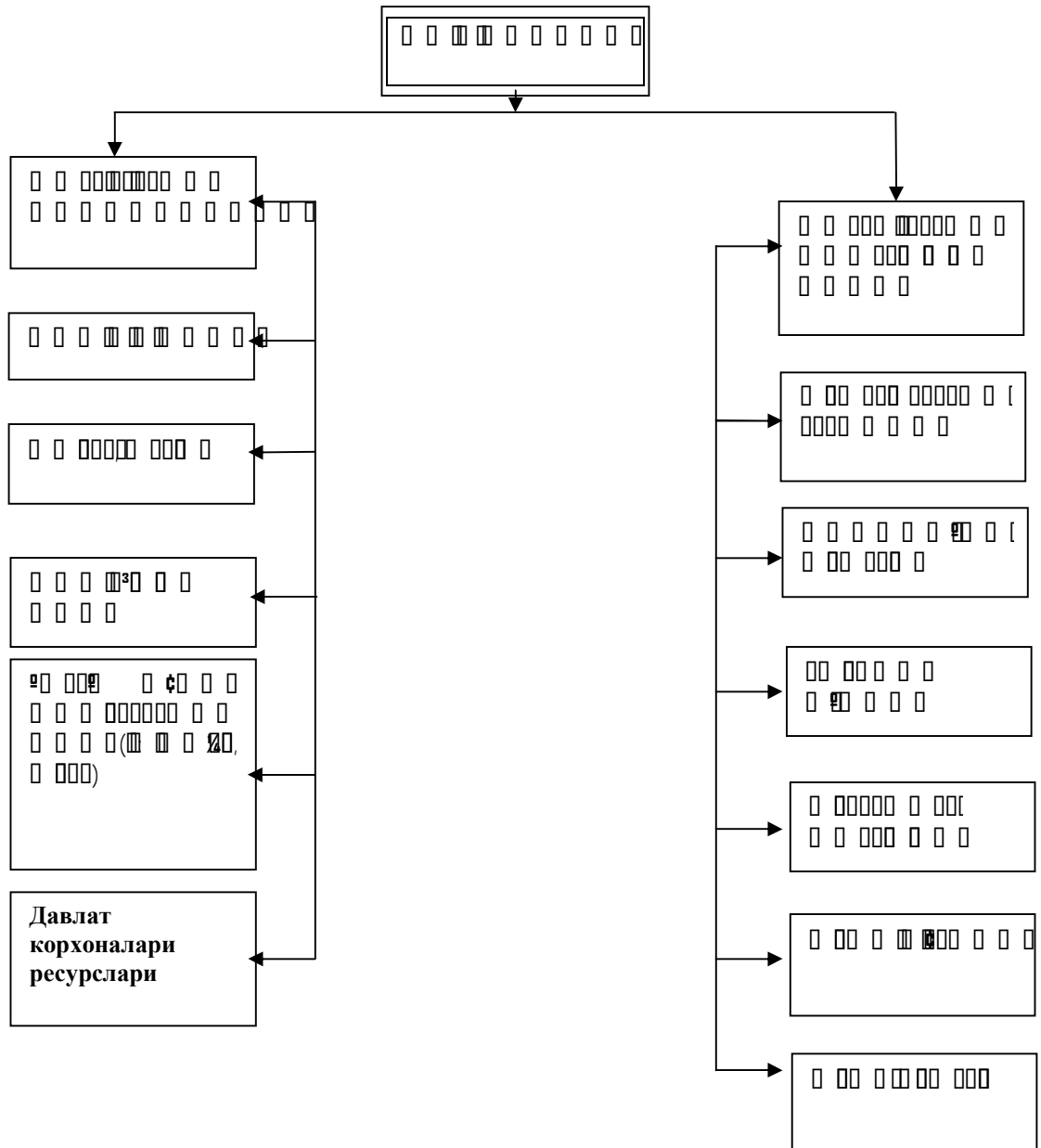
Balanslar ikki qismdan iborat bo'lib, bir (chap) tomonidan resurslar, ikkinchi (o'ng) tomonida ularni ishlatilishi aks topadi.

Viloyat va respublika miqyosida iste'mol tovarlari assortimenti bo'yicha hamda alohida qishloq xo'jaligi mahsulotlari turlari bo'yicha balanslar tuziladi. Ularni shakllari quyidagi jadvallarda keltirilgan (8.2.4.2, 8.2.4.3, – jadvallar)

Resurslarni davlat tomonidan rejalashtirilishi nuqtai nazaridan quyidagicha tavsiflash mumkin (8.2.4.1 – chizma)

8.2.4.1 – chizma.

Resurslarning tavsifi



8.2.4.2 - jadval

Iste'mol tovarlari balansi shakli

(Viloyat miqqiyosida)

(natural yoki qiymat ko'rsatkichlarda)

Resurslar	Soni yoki qiymati	Resurslarni ishlatilishi	Soni yoki qiymati
1. Yil boshiga zahiralar		1. Iste'mol bozorida	
2. Ishlab chiqarishdan kelishi jami Jumladan:		2. qayta ishlab chiqarishga	
2.1. Davlat korxonalari		3. Ishlab chiqarish iste'moliga	
2.2. qo'shma korxonalar		4. Davlat byudjeti tashkilotlariga	
2.3. Xususiy korxonalar		5. Davlat rezerviga (to'ldirish uchun)	
2.4. Aksiyador (ochiq, yopiq) korxonalar		6. Chet elga (eksport)	
3. Chet eldan (import)		7. Boshqa viloyatlarga	
4. Boshqa viloyatlardan		8. Yil oxiriga zahiralar	
5. Boshqa manbalar (Davlat rezervi)		Tabiiy yo'qolishlar (chiqarib tashlanadi)	
BALANS		BALANS	

Eishloq xo‘jaligi mahsulotlari balansi shakli

(bug‘doy misolida)

(Viloyat miqiyosida, faqat ichki resurslar hisobga olinadi)

Resurslar	Xo‘jalik turlari					Resurslarni ishlatilishi	Xo‘jalik turlari				
	Shirkatlar	Fermerlar	Dexqon xo‘jaliklar	Shaxsiy tomarqa	Jami		Shirkatlar	Fermerlar	Dexqon xo‘jaliklar	Shaxsiy tomarqa	Jami
1. Yil boshidagi zahira						1. Shartnoma asosida davlatga topshiriladi					
2. Xo‘jaliklarni jami mahsuloti						2. Ishlab chiqarish iste‘moli					
3. Natural mehnat to‘lovlari, yordamlar						2.1. Urug‘lik 2.2. Yemish fondi					
Jami resuslar						2.3. Sug‘urta fondi					
Tabiiy yo‘qotishlar (chiqarib tashlanadi)						3. Natural mehnat to‘lovlari va yordamlar					
						4. Shaxsiy iste‘mol					
						5. Bozor fondi					
BALANS						BALANS					

Iste'mol tovarlari bo'yicha talab va taklifni muvofiqlashtirish uchun talab va taklif balansi tuziladi. Balans iste'mol tovari assortimenti bo'yicha hisob qilinadi. quyida ushbu banasning chizmasi keltirilgan.

8.2.4.4 chizma

Talab va taklif balansi

№	Tovar assortimenti	Talab			Taklif	Farqi	
		Aholi	Tashkilot, muassasa	Jami		+	-

Tayanch iboralar: Tovar taklifi, tovar resurslari, tovar ta'minoti, bozor fondi, bozor sijimi, balans, zaxira, norma, normativlar.

Takrorlash uchun savollar.

1. Taklif deganda nimani tushinasiz?
2. Taklif qanday turlanadi?
3. Taklifni manbalarini ayting?
4. Taklifni qyasi turlari rejalashtirilmaydi?
5. Taklifni qaysi turlari rejalashtiriladi?
6. Taklifni rejalashtirishda qanday usullardan foydalaniladi?
7. Moddiy ballanslarni qanday turlari bor?
8. Iste'mol tovarlari balansi qanday ko'rsatkichlarni o'z ichiga oladi?
9. Eishloq xo'jaligi mahsulotlari balansi qanday ko'rsatkichlardan tashkil topadi?
10. Talab va taklif ballansi sxemasini chizing.

9 - bob: Chakana tovar aylanishi

9.1. Chakana tovar aylanishi tushunchasi va ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati.

9.1.1. Chakana tovar aylanishi tushunchasi va uning tarkibi.

9.1.2. Chakana tovar aylanishi tasnifi.

9.1.3. Chakana tovar aylanishi ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati.

9.1.4. Chakana tovar aylanishi ko'rsatkichlari va ularni balans bog'liqligi.

9.1.5. Chakana tovar aylanishi rivojlanish tendensiyalari.

9.1.1. Chakana tovar aylanishi tushunchasi va uning tarkibi.

Chakana tovar aylanishining mohiyatini asosida tovar muomilasida mavjud bo'lgan munosabatlar yotadi.

Tovar muomilasi to'g'risida fikr yuritganda, uning negizida ikki tomonli munosabat yotganligini ko'ramiz. Bir tomonda – sotuvchi, tovar egasi, uning maqsadi tovarni sotish, ikkinchi tomondan sotib oluvchi, ya'ni aholi, qo'lida qandaydir miqdorda tovarni sotib olish uchun ekvivalent pul bor, tovarni sotib olish uchun talabi mavjud subektga, agar ikkala intilish, tovarni sotish va sotib olish bir – biriga munosib bo'lib qolsa, oldi – sotdi jarayoni amalga oshadi va tovar pulga almashadi. Ushbu jarayon tovar aylanish kategoriyasida o'z ifodasini topadi. Bu jarayonda tovar bilan aholini sotib olish qobiliyati, ya'ni aholini mavjud daromadi tovarga almashib ketadi va ikkala aytilgan kategoriyalar yo'qolib, ya'ni ikkita kategoriya vujudga keladi.

Ular bir tomondan aholining puli – savdogar mahsulotning sotish natijasiga, tovar esa ayriboshlash jarayonidan chiqib, iste'mol jarayoniga tovarlik xususiyatini yo'qotib iste'mol ne'matiga aylanadi. Aholi tomonidan iste'mol qilish jarayoni boshlanadi. Tovar ijtimoiy mohiyatini yo'qotib, iste'molchining shaxsiy mulkiga aylanadi. Ushbu munosabat natijasini statistik ko'rsatkichi orqali izhor qilish mumkin. Bunday ko'rsatkich sifatida chakana tovar aylanishi kabi statistik qiymat ko'rsatkich hisoblanadi. Ushbu munosabatlar jarayonida aholi tovar ayriboshlashni ham obekti ham subekti sifatida, ya'ni obekt iste'molchi, subekt sotib oluvchi bo'lib qatnashadi.

Chakana tovar aylanishidek statistik qiymat ko'rsatkichining mazmunini chuqurroq ko'rib chiqamiz.

Aholiga sotilgan tovarlarning qiymati tovar ayriboshlash jarayonidan iste'molga o'tgan moddiy ne'matlarning qiymatini puldagi ifodasi, chakana tovar aylanishning aholiga sotilgan hajmini ifoda qiladi. U qandaydir tovarlar miqdorini (q) tegishli baholarda (p) aholining puliga ayriboshlanishini anglatadi. Bunda chakana tovar aylanishi aholiga sotilgan miqdori

$$CHTA = \sum qp$$

statistik formula bilan ifodalanadi.

Chakana tovar aylanishi dinamik jarayon bo'lib, uzluksiz davom etadi. U doimo takrorlanib turadi va takror ishlab chiqarish jarayonini bir etapi hisoblanadi. Bu jarayon aholi iste'molini kengayib va ortib borishini ifodalaydi.

Aholining shaxsiy ehtiyojini qondirish uchun zarur bo'lgan moddiy ne'matlarning asosiy qismi ularga savdo orqali yetkaziladi.

Aholi iste'mol qiladigan tovarlar massasining son miqdori va sifat tavsifi chakana tovar ayriboshlash ko'satkichlari orqali namoyon bo'ladi.

Iste'mol tovarlarini ishlab chiqarishdan aholiga yetkazish jarayoni tovar muomilasi qonunlari ta'siri ostida amalga oshiriladi (qiymat, qo'shimcha qiymat, talab va taklif qonunlari). Shu sababli chakana tovar aylanishi aholi pul daromadlarini tovarga almashtirish yo'li bilan tovarlar harakatining oxirgi boqichi – tovar ayiboshlashdan shaxsiy iste'molgacha bo'lgan jarayondagi iqtisodiy munosabatlarni anglatadi. Bu chakana tovar aylanishining iqtisodiy mazmunini tushuntiradi.

Chakana tovar aylanishi – iste'mol tovarlarining aholiga va boshqa iste'molchilarga, ularni ehtiyojlarini qondirish uchun sotilish miqdorini puldagi ifodasidir.

Chakana tovar aylanishi tovar ayriboshlash jarayonini oxirgi bosqichida namoyon bo'lib, unda tovarlarning iqtisodiy kategoriya sifatidagi mazmuni o'zgaradi.

Tovarlar iste'mol fondini real shakliga aylanadi, ayriboshlash jarayonidan chiqib ketadi va iste'molchining mulkiga aylanadi.

Aholi o'zining iste'mol tovarlariga bo'lgan ehtiyojini nafaqat yakka tartibda,

balki jamoa bo‘lib iste‘mol qilishning har xil shakli orqali ham qondiradi. Bunda tovarni sotib oluvchi sifatida har xil korxonalar, tashkilotlar qatnashadi (dam olish maskanlari, kasalxonalar, bolalar bog‘chalari, boshqa korxonalar, tashkilot va muassasalar). Ular tovarlarga bo‘lgan ikkilamchi, joriy xo‘jalik ehtiyojlarini qondirish uchun tovarlar sotib olishadi.

Chakana tovar aylanishining bunday shakllangan qismi mayda ulgurji tovar aylanishi deb ataladi va chakana tovar aylanishi miqdorida ko‘p emas – 5% atrofida bo‘ladi.

Shunday qilib, chakana tovar aylanishi tovarlarni pulga aylantirish jarayonida vujudga keladi. Bu jarayonda tovar egasi tovarlarni boshqa jismoniy yoki huquqiy shaxsga pulga sotadi.

Chakana tovar aylanishi savdo korxonalarining asosiy ko‘rsatkichlaridan biridir.

Chakana tovar aylanishi iqtisodiy kategoriya hisoblanadi va tovar ayriboshlash jarayonidagi iqtisodiy munosabatlarni natijasidir.

Chakana tovar aylanishi bir tomondan savdo korxonalarini faoliyatining natijasi, ularni ijtimoiy – iqtisodiy samaradorligini, ikkinchi tomondan aholining sotib olish qobiliyatini real moddiy ne‘matlarga aylanishini ko‘rsatadi, ya‘ni aholini moddiy farovonligi ko‘rsatkichi sifatida namoyon bo‘ladi.

Shunday qilib, chakana tovar aylanishi bir tomondan sotilgan tovarlar massasi miqdoridir (puldagi ifodasi), ikkinchi tomondan aholining tovar sotib olish uchun pul harajatlarning miqdoridir.

Chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichi miqdor – son jihatdan va sifat tavsifiga egadir. Chakana tovar aylanishi miqdori, ya‘ni son jihati – sotilgan tovarlarni puldagi miqdori bo‘lsa, sifat jihati uning assortiment tarkibidir, ya‘ni uning umumiy hajmida alohida tovar guruhlarining hissasi (foizlarda) bilan belgilanadi.

Chakana tovar aylanishi miqdori (xajmi) tarkibini aniq ajrata bilish zarur.

Chakana tovar aylanishi miqdori – biron bir davrga(kun, oy, kvartal, yil) savdo shaxobchalarining (ommaviy ovqatlanish shaxobchalarining) bank yoki kassaga topshirgan naqt puli va pulsiz- mayda ulgurji tovar aylanishi hajmidan iborat.

Chakana tovar aylanishi tarkibi – har hil tovarlarni sotish turlaridan iborat.

Chakana tovar aylanishi tarkibi aholiga, ayrim muassasa, korxonalar va tashkilotlarga rasmiy hisobga olingan savdo (ommaviy ovqatlanish) shaxobchalari, narsalar bozorlari, oziq – ovqat bozorlari (dehqon) va universal bozorlar orqali tovarlarni sotilish miqdori bilan shakllanadi.

Chakana tovar aylanishi tarkibiga quyidagilar kiradi:

1. Oziq – ovqat va nooziq – ovqat tovarlarini chakana savdo shaxobchalari, aptekalar va shunga o‘xshash shaxobchalar orqali sotilgan tovarlar uchun tushum.
2. Ommaviy – ovqatlanish korxonalarini chakana tovar aylanishi.
3. Kitob, gazeta, jurnallar sotishdan tushum, jumladan podpiska orqali.
4. Tikuv ustaxonalarida (atelelar) kiyim – kechaklar sotishdan tushum.
5. Poyafzal, kiyim – kechaklarni, madaniy – xo‘jalik tovarlarini, shaxsiy avtomobillarni ta‘mirlash ustaxonalarini tushumlari.
6. Ximchistka, kiyim – kechaklarni ranglash, uy joyini qurish va ta‘mirlash ustaxonalarini tushumlari.
7. Yoqilg‘i, standart uylar (finski), o‘rmonchilik materiallarini sotuvchi korxonalar tushumlari.
8. Maxsus kiyim – kechaklar, ovchilik qurollarini sotishdan tushgan tushum.
9. Savdo korxonalarining aholiga tovar sotishdan, uyiga yetkazishdan, sotilgandan keyin ko‘rsatilgan xizmatlardan tushum.
10. Prokat punktlari tushumi.
11. Lotoreyaga yutilgan tovarlar qiymati.
12. Kreditga sotilgan tovarlar qiymati, sotilgan kundan.
13. Mayda ulgurji tovar aylanmasi.
14. Komission savdo, narsalar, oziq-ovqat, nooziq-ovqat, universal bozorlar tovar aylanmasi.

Chakana tovar aylanishiga kiritilmaydiganlar

1. Savdo va umumiy ovqatlanish korxonalaridan qayta sotish uchun sotilgan tovarlar.
2. o'quv yurtlariga ko'rgazmali qurollar, maxsus mebel, inventarlar, jihozlar va h.k.lar.
3. Tovar yetkazib beruvchiga qaytarilgan tovarlar qiymati.
4. Veksellar bo'yicha tovar sotish.
5. Savdo shaxobchalarida sotilgan transport chiptalari.
6. Bolalar bog'chalariga, sog'liqni saqlash va boshqa muassasalarga meditsina jihozlari, inventarlari, maxsus mebel, medikomentlar.
7. Savdo shaxobchalariga, ommaviy ovqatlanish korxonalariga inventarlar, choyshablar, idish tovoqlar.
8. Sport muassasalariga sport tovarlari.
9. Ishlab chiqarish korxonalaridan to'g'ridan – to'g'ri chakana sotish.

9.1.2. Chakana tovar aylanishi tasnifi.

Chakana tovar aylanishi quyidagicha tasniflanadi.

I. Mulk shakli bo'yicha:

- 1.1. Davlat savdo korxonalarini.
- 1.2. Matlubot korporatsiyasi.
- 1.3. Xususiy savdo korxonalarini.
- 1.4. qo'shma mulk korxonalarini.
- 1.5. Yakka tartibdagi xo'jaliklar.
- 1.6. Aksioner jamiyatlari.

II. Savdo bilan shug'ullanuvchi korxonalarini turlari bo'yicha:

- 2.1. Chakana savdo shaxobchalarini.
- 2.2. Ommaviy ovqatlanish korxonalarini.
- 2.3. Firma magazinlarini.
- 2.4. Dexqon bozori.
- 2.5. Tashkil qilinmagan bozor.

2.6. Komission savdo.

III. Chakana tovar aylanishi tarkibidagi assortimenttlar bo'yicha:

3.1. Oziq – ovqatlar.

3.2. Nooziq – ovqatlar.

IV. Oldi sotdi munosabatlari bo'yicha:

4.1. Naqt pul orqali.

4.2. Pulsiz aloqalar.

4.3. Bank cheklari orqali.

4.4. Kredit yoki elektron kartochokalari orqali.

4.5. Kreditga sotish.

9.1.3 Chakana tovar aylanishi ijtimoiy – iqtisodiy ahamiyati.

Chakana tovar aylanishi jamiyatining ijtimoiy – iqtisodiy rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlaridan biri. U orqali ishlab chiqarilgan, keltirilgan (mahsulotlar) tovarlar qiymatini va iste'mol qiymatini jamiyat tomonidan tan olinganligi izhor qilinadi. Oldi-sotdi jarayonida tovar aytiboshlashni oxirgi bosqichi bo'lib unda butun tovarlarni ishlab chiqarish va ayriboshlash bilan bog'liq bo'lgan harajatlar pul shaklida qaytariladi. Shu sababli sanoat korxonalarini qishloq xo'jalik sub'ektlari, transport va savdo tashkilotlari o'z faoliyatini takrorlash imkoniyatiga ega bo'ladi, ya'ni takror ishlash jarayoni doimiy jarayonga aylanadi.

Tovarlarini 80-90% savdo korxonalarini orqali sotiladi.

Chakana tovar aylanishi jamiyatning pul muomalasi jarayoniga ta'sir qiladi. Jamiyatdagi pul tushumining ko'p qismi chakana savdoda tovarlar oldi sotdi jarayonida qatnashadi.

Chakana tovar aylanishi jamiyatning pul muomalasi jarayoni bilan chambarchas bog'liq, naqt pulning 70-80% chakana tovar aylanishida o'z aksini topdi. Pul emissiyasi chakana tovar aylanishi bilan bog'liq, chakana tovar aylanishi o'sishi yoki kamayishi kassalarga pul tushumlariga tegishlicha ta'sir qiladi.

Chakana tovar aylanishi ko'rsatkichi jamiyatdagi ayrim mutunosibliklar

(propotsiyalar)ni ta'minlashga ta'sir qiladi.

Tovar va pulni ayriboshlash jarayonini normal holda tashkil qilish bir tomondan bozorga chiqarilgan tovarlarning miqdori va tarkibiga, ikkinchidan, aholining harid fondi miqdoriga va talabning tarkibiga bog'liqdir.

Davlat byudjetiga tushumlarni ko'p qismi chakana tovar aylanishi orqali ro'yobga chiqariladi.

Chakana tovar aylanish miqdorida ishlab chiqarish va iste'mol, talab va taklifni muvofiqlanishi o'z aksini topadi.

Chakana tovar aylanishi hajmi savdo korxonalarining daromad va foydasining miqdoriga to'g'ridan – to'g'ri bog'liq.

Chakana tovar aylanishini yana bir tomoni u aholi yashash darajasini baholashga imkoniyat yaratadi. Chunki chakana tovar aylanishi aholini shaxsiy iste'molini asosiy qismini tavsiflaydi. Shu bilan bir qatorda chakana tovar aylanishi iqtisodiyotni rivojlanishini tavsiflaydigan ko'rsatkichlardan biri bo'lib hisoblanadi.

Chakana tovar aylanishi orqali aholining moddiy farovonligiga, ularni alohida tovarlar bilan ta'minlanishiga baho beriladi.

Chakana tovar aylanishi ko'rsatkichi ish haqi, nafaqa, stipendiya to'lashni o'z vaqtida amalga oshirishga ta'sir qiladi.

9.1.4. Chakana tovar aylanishi ko'rsatkichlari va ularni balans bog'liqligi.

Chakana tovar aylanishi quyidagi ko'rsatkichlar bilan tig'iz balansli bog'liqlikda namoyon bo'lib turadi.

Ularga:

Birinchidan, tovarlarni sotilish hajmi, bu ko'rsatkich chakana tovar aylanishi deb yuritiladi chakana savdo va ommaviy ovqatlanish shaxobchalaridan sotilgan tovarlar hajmidan iborat bo'ladi. Ushbu ko'rsatkich savdo va ommaviy ovqatlanish uning tuman, viloyat, respublika miqyosida ishlatiladi.

Alohida olingan savdo shaxobchasida ushbu ko'rsatkich uning chakana tovar aylanishi ko'rsatkichiga teng bo'ladi;

Ikkinchidan, tovar zahiralari, ular davr boshiga va davr oxiriga hisobga olinadi;

Uchinchidan, tovarlarni kelishi, ya'ni tovar taklifi;

To'rtinchidan, tovarlarni tabiiy yemirilishi va tovarlarni boshqa savdo shaxobchalariga berib yuborish kabilar kiradi.

Ushbu ko'rsatkichlar tovarlarning umumiy hajmi bo'yicha va ularni assortimenti bo'yicha hisob – kitob qilinadi, tahlil qilinadi, prognoz qilinadi va rivojlantiriladi.

Bu ko'rsatkichlar balans bog'liqlikda bo'lib, uning bir qismi talab miqdorini, ikkinchi qismi taklif, ya'ni tovarlar bilan ta'minlanganlik darajasini anglatadi.

Ushbu bog'liqlikni quyidagicha ifodalash mumkin:

$$Z_1 + \text{CHTA} + T_y + X_x = T_k + Z_2;$$

Bu yerda:

Z_1 – davr boshidagi tovar zahiralari;

CHTA – chakana tovar aylanishi;

T_y – tovarlarni tabiiy yemirilishi;

X_x – hujjatlashtirilgan harajatlar;

T_k – tovarlarni kelishi;

Z_2 - davr oxiridagi tovar zahiralari.

9.1.5. Chakana tovar aylanishi rivojlanish tendensiyalari.

O'zbekiston Respublikasida chakana tovar aylanishi tendensiyalarini aniqlash uchun quyidagi jadvaldagi ma'lumotlarni tahlil qilamiz.

9.1.5.1 – jadval

Aholiga tovar sotish va xizmat ko'rsatish hajmi.

Yillar	Aholiga tovar sotish va xizmatlar ko'rsatish hajmi		Jumladan			
			Tovarlar sotish		Xizmatlar ko'satish	
	mlrd. sum	%	mlrd. sum	mlrd. sum	mlrd. sum	%
2000	2079,4	100	1787,5	85,2	309,9	14,8

2001	3172,2	100	2699,9	85,1	472,3	14,9
2002	4497,7	100	3786,3	84,2	711,4	15,8
2003	5238,1	100	4289,7	81,9	948,4	18,1
2004	5991,3	100	4764,7	79,5	1226,6	20,5

Manba: O‘zR Davlat statistika qo‘mitasi.

Ushbu ma‘lumotlardan ko‘rinib turibdiki aholini tovar va xizmatlarga harajatlarini umumiy hajmida tovarlarning hissasi yuqori (85-80%), va xzmatlar esa 15,0 – 20,0 atrofida. Kam miqdorda bo‘lsa ham xizmatlarning hissasi ortib borishi kuzatilmoqda.

Chakana tovar aylanishi hamda pullik xizmatlar solishtirma baholarda yildan yilga o‘shib borishi kuzatilmoqda, (9.1.5.2 jadval) jumladan xizmatlar hajmi chakana tovar aylanishiga nisbatan tezroq sur‘atlarda ortib bormoqda, xuddi shunday ularning hajmi haqiqiy baholarda 2000 yilga nisbatan tez sur‘atlarda ortib borgan. Chunki chakana tovar aylanishi 2,6 marotaba ortgan bo‘lsa, xizmatlar – 4,0 marotabbaga ortgan. Ushbu ko‘rsatkichlar tovar bahosi indeksiga nisbatan xizmatlar bahosi indeksi yuqori miqdorda ortib borayotganligidan ham dalolat beradi. Shu bilan bir qatorda har yili ularni fizik miqdori ham ortib borayotganligini ko‘rish mumkin.

9.1.5.2 jadval

Chakana tovar aylanishi va pulli xizmatlar dinamikasi

Davrlar	Chakana tovar aylanishi			Pullik xizmatlar		
	Joriy mlrd, so‘m	O‘tgan yilga nisbatan o‘shish, %		Joriy baxo mlrd. so‘m	o‘tgan yillarga nisbatan o‘shish, %	
Davrlar		Taqqoslama narxlarda	2000 yilga nisbatan haqiqiy baholarda		Taqqoslama baxolarda	2000 yilga nisbatan haqiqiy baholarda
2000	1787,5	107,6	100,0	309,9	115,7	100,0
2001	2699,9	109,6	151,5	472,3	114,7	152,4
2002	3786,3	102,1	211,8	711,4	108,6	229,6
2003	4289,7	105,1	240,0	948,4	107,9	306,0

2004	4764,7	104,7	266,6	1226,6	113,8	395,2
------	--------	-------	-------	--------	-------	-------

Manba: O‘zR Davlat statistika qo‘mitasi

9.1.5.3 jadval

Chakana tovar aylanmasi xududiy tarkibi

hududlar	Chakana tovar aylanishi				o‘tgan yilga nisbatan joriy narxlarda o‘shish sur‘atlari, %
	2003		2004		
	%	summa	%	summa	
o‘zbekiston Respublikasi	100,0	4289,7	100,0	4764,7	104,7
qoraqalpog‘iston Respublikasi	3,1	133,7	3,0	144,7	100,9
Andijon	11,2	481,8	9,7	460,9	95,7
Buxoro	5,0	215,7	5,0	240,8	102,9
Jizzax	2,5	106,2	2,5	117,8	103,1
qashqadaryo	6,9	298,9	7,0	333,1	100,8
Navoiy	2,5	108,8	3,0	143,5	123,5
Namangan	6,0	258,6	5,7	274,3	100,0
Samarqand	8,1	347,1	7,8	372,5	101,1
Surxondaryo	5,0	216,4	5,2	249,5	107,3
Sirdaryo	1,5	66,0	1,5	73,8	103,6
Toshkent	10,7	453,2	11,1	530,0	111,5
Farg‘ona	12,4	532,9	11,7	558,3	100,0
Xorazm	3,4	144,6	3,3	158,2	103,4
Toshkent sh.	21,9	925,8	23,2	1107,3	114,2

Manba: O‘zR Davlat statistika qo‘mitasi

Aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi.

Iududlar	Aholi jon boshiga chakana savdo tovarayriboshlash, ming so'm		o'sish surati, %	Jumladan, umumiy xajmga nisbatan % da					
	2003	2004		Oziq – ovqatlar			Nooziq – ovqatlar		
				2003	2004	o'zgarishi (+; -)	2003	2004	o'zgarishi (+; -)
O'zbekiston	167,2	183,6	109,8	60,7	56,9	-3,8	39,3	43,1	+3,8
Qoraqalpog'iston	85,7	92,3	107,7	60,7	56,3	-4,1	39,6	43,7	+4,1
Andijon	209,4	197,5	94,3	51,2	56,8	+5,6	48,8	43,2	-5,6
Buxoro	145,1	160,3	110,5	72,5	62,1	-10,4	27,5	37,9	+10,4
Jizzax	103,0	113,0	109,7	51,1	50,0	-1,1	48,9	50,0	+1,1
qashqadaryo	128,9	141,1	109,5	68,1	60,3	-7,8	31,9	39,7	+7,8
Navoyi	135,2	177,1	131,0	59,9	49,4	-10,5	40,1	50,6	-10,5
Namangan	127,1	133,0	104,6	46,9	46,0	-0,9	53,1	54,0	+0,9
Samarqand	123,3	130,5	105,8	61,9	61,3	-0,6	38,1	38,7	+0,6
Surxondaryo	116,8	132,5	113,4	55,1	47,0	-8,1	44,9	53,0	+8,1
Sirdaryo	98,5	109,5	112,2	55,4	58,5	+3,1	44,6	41,5	-3,1
Toshkent	186,1	215,9	116,0	65,7	49,4	16,3	34,3	50,6	+16,3
Farg'ona	190,7	197,2	103,4	55,1	56,3	+1,2	44,9	43,7	-1,2
Xorazm	103,1	111,1	107,8	66,4	62,5	-3,9	33,6	37,5	+3,9
Toshkent sh.	429,4	514,0	119,7	66,8	62,8	-4,0	33,2	37,2	+4,0

Manba: O'zR Davlat statistika qo'mitasi.

Chakana tovar aylanmasining hududiy tarkibi (9.1.5.3 – jadval) shuni ko'rsatadiki, faqatgina Andijon viloyatida 2004 yili 2003 yilga nisbatan chakana tovar aylanmasi o'sish surati kamaygan, qolgan viloyatlarda o'sish kuzatilyapdi. Jumladan: Navoiy (123,5%), Toshkent (111,5%), Toshkent sh. (114,2%) va Sirdaryoda – 107,3 % miqdorda o'sish kuzatilmoqda. Ushbu viloyatlarda chakana tovar aylanishining Respublikadagi hissasi ham sezilarli darajada ortgan. Ayrim viloyatlarda ushbu ko'rsatkich qisqargan: qoraqolpog'iston Respublikasida (-0,1%), Andijonda (-0,5%), Namanganda (-0,3%), Samarqandda (-0,3%), Farg'onada (-0,7%) va Xorazmda (-0,1%). Ushbulardan shunday hulosa qilish mukinki, chakana tovar aylanishi viloyatlararo keskin farq qiladi.

Aholi jon boshiga to'g'ri keladigan chakana tovar aylanishi (9.1.5.4 jadval) Respublika va viloyatlar (qoraqolpog'iston Respublikasi shu jumladan) bo'yicha hamda tovar aylanishini makrotartibi bo'yicha 2003-2004 yillarga solishtirma ko'rsatkichlarni tahlildan quyidagi xulosalarni qilish mumkin:

birinchidan, aholi jon boshiga to'g'ri keladigan chakana tovar aylanishi viloyatlararo keskin farq qiladi. Bu ko'rsatkich Respublika bo'yicha o'rtacha 183,6 ming so'mni tashkil qilgan holda tebranish miqdori 92,3 - 514,0 ming so'mgacha. Ushbu ma'lumotlar Respublika viloyatlarida aholining yashash darajasi va daromadlarini har xil ekanligidan darak beradi;

ikkinchidan, aholi jon boshiga chakana tovar aylanishi bir tekisda bo'lmasa ham (Andijon viloyatidan tashqari) barcha viloyatlarda ortib borayotgani kuzatilmoqda;

uchinchidan, Respublika va barcha viloyatlarda umumiy tovar ayriboshlash tarkibida oziq – ovqat mahsulotlarini hissasi yuqori darajada saqlanib turibdi;

to'rtinchidan, umumiy tovar aylanishida nooziq – ovqat tovarlarini hissasi ortib borayotganligi (Andijon, Sirdaryo va Farg'ona viloyatlaridan tashqari) kuzatilmoqda.

9.1.5.5 jadval ma'lumotlari aholining uzoq muddatli foydalanish tovarlari bilan ta'minlanish darajasi yuqori emasligini, jumladan, magnitafonlar, kir yuvish mashinalari va tikish mashinalari bilan ta'minlanganlik darajasi kamayib borayotganligini ifodalamoqda.

9.1.5.5 jadval

Aholining uzoq muddatli foydalanish tovarlari bilan ta'minlanganligi (uy xo'jaliklariga nisbatan, %da)

№	Tovarlar	Yillar		o'zgarishlar(+;-)
		2003	2004	
1.	Televizorlar:			
	1.1. Rangli	32,9	37,8	+4,9
	1.2. Oq – qora	60,2	60,0	-0,2
2.	Magnitofonlar	30,1	27,7	-2,4
3.	Muzlatkichlar	50,8	52,3	+1,5
4.	Kir yuvish mashinalari	21,1	20,1	-1,0
5.	Tikish mashinalari	39,0	34,6	-4,4
6.	Yengil avtomobillar	13,4	14,1	+0,7

Yuqorida keltirilgan ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki rivojlanishniig hozirgi bosqichida chakana tovar aylanishida quyidagi tendensiyalar namoyon bo'lmoqda.

1. Umumiy hajmi ortib bormoqda, jumladan viloyatlar bo'yicha ham.
2. Aholiga tovar sotish va xizmatlar hajmida chakana tovar aylanishining hissasi kamayib bormoqda.
3. Chakana tovar aylanishi tarkibida oziq – ovqatlar hissasi kamayib, nooziq - ovqatlar hissasi ortib bormoqda.
4. Aholini uzoq muddatli foydalanish tovarlari bilan ta'minlanish darajasi yetarli darajada emas, ayrim tovarlar bo'yicha ortib borish kuzatilmoqda.
5. Chakana tovar aylanishini viloyatlararo taqsimotida sezilarli darajada tafovut saqlanib qolmoqda.

Tayanch iboralar: chakana tovar aylanishi, chakana tovar aylanishi xajmi (miqdori), chakana tovar aylanish tarkibi, mayda ulgurji tovar aylanishi , tovar zaxiralari, tovar ta'minoti, tovarlarning kelishi.

Takrorlash uchun savollar:

1. Chakana tovar aylanishi ta'rifini ayting?
2. Chakana tovar aylanishi tarkibini ayting?
3. Chakana tovar aylanishi qanday jarayon?
4. Chakana tovar aylanishi hajmi nimani anglatadi va qanday formula bilan ifodalanadi?
5. Mayda ulgurji tovar aylanishi nimalardan iborat bo'ladi?
6. Chakana tovar aylanishi ahamiyatini yoriting?
7. Chakana tovar aylanishi rivojlanish tendensiyalarini aytib bering?
8. Chakana tovar aylanishi tarkibiga qanday sotishlar kiritilmaydi?
9. Chakana tovar aylanishi ko'rsatkichlarini ayting?
10. Chakana tovar aylanishi ko'rsatkichlarini balans bojlidqligini tushintiring.

9.2. Chakana tovar aylanishi tahlili

9.2.1. Chakana tovar aylanishini tahlil qilish vazifalari va usullari.

9.2.2. Chakana tovar aylanishiga ta'sir qiluvchi omillar.

9.2.3. Chakana tovar aylanishi umumiy hajmi tahlili.

9.2.4. Chakana tovar aylanish tarkibini tahlili.

9.2.1. Chakana tovar aylanishini tahlil qilish vazifalari va usullari.

Chakana tovar aylanishini tahlil qilishda ko'rsatkichlar tizimidan foydalaniladi.

Ularni ayrimlarini quyida keltiramiz:

- ✓ chakana tovar aylanishi miqdorini yoki hajmini joriy baholarda tavsiflovchi, so'm;
- ✓ chakana tovar aylanishi miqdorini (hajmini) solishtirma baholarda tavsiflovchi, so'm;
- ✓ chakana tovar aylanishi assortiment tarkibini tavsiflovchi natural ko'rsatkichlar, so'm va foizda;
- ✓ aholi jon boshiga to'g'ri keladigan chakana tovar aylanishi, so'm;
- ✓ 1 oyligiga to'g'ri keladigan chakana tovar aylanishi so'm;
- ✓ 1 kunlik chakana tovar aylanishi, so'm;
- ✓ 1 ishchiga to'g'ri keladigan chakana tovar aylanishi, so'm;
- ✓ savdo shaxobchalarini 1kv.m, jumladan savdo maydoni 1kv.m to'g'ri keladigan chakana tovar aylanishi, so'm;
- ✓ chakana tovar aylanishi nisbiy ko'rsatkichlari (% bajarilishi, dinamikasi, indekslari, mavsumiylik, maromiylik koeffitsentlari, tovar aylanish tezligi kun va marotaba) va h.k.

Chakana tovar aylanishi tahlilining vazifalari:

- ✓ chakana tovar aylanishi rejasi va prognozlarini bajarilishiga baho berish;
- ✓ chakana tovar aylanishi dinamikasini o'rganish;
- ✓ chakana tovar aylanishi assortimentti va turlari bo'yicha tarkibini tahlil qilish va baholash;
- ✓ chakana tovar aylanishi miqdori va assortimentiga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganish, baholash;
- ✓ chakana tovar aylanishi ko'rsatkichlarini (chakana tovar aylanishi, tovar zahiralari va tovarlarning kelishini) o'zaro uzviy bog'liqligini o'rganish.

Chakana tovar aylanishi tahlilining usullari:

- ✓ dinamik qatorlar tuzish;
- ✓ nisbiy va o'rtacha ko'rsatkichlar;

- ✓ solishtirish;
- ✓ indeks usuli;
- ✓ trendlar va regressiv modellarini tuzish;
- ✓ zanjirli bog‘lash;
- ✓ balans usuli;
- ✓ grafiklar va boshqa chizmalar.

Chakana tovar aylanishi tahlili har xil axborotlardan foydalanishni taqazo qiladi.

Ularga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ✓ prognoz va rejaga aloqador ma’lumotlar. Chakana tovar aylanishi prognozi yoki rejasi – umumiy xajmi, assortimenti, tovar zahiralari normalari, tovarlarni keltirish, hisob kitoblar va boshqalar;
- ✓ hududning ijtimoiy – iqtisodiy ko‘rsatkichlari;
- ✓ statistik va buxgalteriya hisobidagi xaqiqiy ko‘rsatkichlar;
- ✓ boshqa ma’lumotlar (savdoga aloqador, unga ta’sir qiladigan omillar to‘g‘risidagi ma’lumotlar).

Chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichlarini tahlil qilishda tahlilda ishlatiladigan ma’lumotlarni tayyorlash alohida o‘rin tutadi.

Bunday ishlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ✓ prognozlash va rejalarni korrekcirovka qilish;
- ✓ statistik, buxgalteriya hisobotlaridagi ma’lumotlarni haqiqiyliigi, bir – biriga mosligini tekshirish;
- ✓ savdo shaxobchalari va korxonalarini alohida alomatlarini bo‘yicha guruhlash. Chakana tovar aylanishiga ta’sir qiluvchi omillar to‘g‘risida ma’lumotlarni aniqlash;
- ✓ har xil analitik jadvallar tuzish;
- ✓ ko‘rsatkichlarni solishtirma yuzaga keltirish va h.k.

9.2.2. Chakana tovar aylanishiga ta’sir qiluvchi omillar.

Chakana tovar aylanishi mikro va makro darajadagi omillar ta’sir qiladi. Ularga

umumlashtirib, quyidagilarni kritish mumkin.

- I.** Davlatning halqaro ahvoli, halqaro munosabatlar.
- II.** Davlatlarni iqtisodiy integratsiyasi.
- III.** Tashqi savdo, eksport va import.
- IV.** Xalq xo‘jaligi prognozlarini (ijtimoiy mahsulot ishlab chiqarish, milliy daromad (iste‘mol va jamg‘arma fondlari, elastiklik koeffitsiyent – 1-1,06 % teng)
Iste‘mol tovarlarini ishlab chiqarish (elastiklik koeffitsiyenti 1 – 0,98 % teng).
- V.** Ilmiy – texnik rivojlanish (elektrlashtirish, gazlash, televid, yo‘llar).
Bu birinchidan, iste‘mol qilish shart – sharoitini o‘zgartiradi, ikkinchidan – yangi tovarlar bunyodga keltiriladi.
- VI.** Aholining daromadlarini o‘zgartirish (1 – 0,94 %).
- VII.** Ijtimoiy fondning miqdori.
- VIII.** Baho.
- IX.** Demografik holat.
- X.** Urbanizatsiya (shahar va qishloq aholisini o‘zgarishi).
- XI.** Shaxsiy tamarqa xo‘jaligi.
- XII.** Uy – joy qurish.
- XIII.** Shaxsiy transport.
- XIV.** Dacha (ikkinchi, shahardan tashqari yashaydigan joylar).
- XV.** Xizmat darajasi (tariflari).
- XVI.** Turizm, sport.
- XVII.** Aholining madaniy bilim darajasi.
- XVIII.** Aholini bo‘sh vaqti.

9.2.3. Chakana tovar aylanishi umumiy hajmini tahlili.

Chakana tovar aylanishi umumiy hajmini tahlil qilganda quyidagi ko‘rsatkichlar aniqlanishini tavsiya qilamiz:

- I. Prognozlarni yoki rajani chakana tovar aylanishini umumiy xajmi, turlari va savdo shaxobchalari bo'yicha bajarilishini aniqlash;
- II. Rejalarni kvartallar va oylar bo'yicha bajarilishining maromiyligini aniqlash. Uning uchun maromiylik koeffitsenti hisoblanadi. Ushbu ko'rsatkich o'rtacha kvadrat farq (σ) va variatsiya koeffitsentini (V) aniqlash orqali amalga oshiriladi.

$$\sigma = \frac{\sqrt{(\sum x - \bar{x})^2}}{n}; \quad V = \frac{s \cdot 100}{\bar{x}};$$

Bu yerda:

σ - o'rtacha kvadrat farq;

v – variatsiya koeffitsenti;

x – har oyda (kvartlarda) tovar aylanish rejasini bajarilish foizi;

\bar{x} - o'rtacha yillik tovar aylanish rejasini bajarilish foizi;

p – oylar (kvartal) soni.

Maromiylik koeffitsiyenti (K_m)=100 – V;

III. Chakana tovar aylanishi dinamikasini o'rganish, bir necha yillarda o'rtacha o'sish tempasini hisoblash. Chakana tovar aylanishi o'sish tempasini o'rtacha geometrik formulasi orqali aniqlash tavsiya qilinadi.

$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_0}}$$

Bu yerda

T –o'rtacha geometrik o'sish darajasi

Up – dinamik qatorni oxirgi ko'rsatkichi;

U₀ –dinamik qatorni boshlang'ich ko'rsatkichi;

P –dinamik qatordagi ko'rsatkichlar soni

Chakana tovar aylanishi dinamikasini o'rganishni misol tariqasida (bir variant shaklida) Samarqand viloyati bo'yicha chakana tovar aylanishi to'g'risida tuzilgan jadvalni tavsiya qilamiz. Jadval 9.2.3.1. quyida keltiriladi.

IV. Chakana tovar aylanishi bilan aholining harid fondini qamrab olish

ko'rsatkichini aniqlash. Ushbu ko'rsatkichni alohida savdo korxonalari yoki savdo shaxobchalari darajasida hisoblashni iqtisodiy nuqtai nazardan imkoniyati yo'q, shu sababli uni tuman, viloyat va respublika miqyosida hisoblash tavsiya qilinadi. Uni hisoblash uchun aholining harid fondi olinadi va u chakana tovar aylanishi aholiga sotilgan qismi bilan solishtiriladi. Masalan, chakana tovar aylanishi umumiy hajmi 573,1 mln.so'm, jumladan, korxonalar, tashkilotlarga (mayda ulgurji) sotilishi 29,2 mln.so'm. aholining harid fondi 812,1 mln.so'm. hisoblasak. Undan aholiga sotilgan tovarlar summasi $573,1 - 29,2 = 543,9$ mln. so'mni tashkil qiladi. Chakana tovar aylanishi bilan aholini harid fondini qamrab olish foizi= $\frac{543,9 \cdot 100}{812,1} = 66,97 \approx 67,0 \%$

tashkil qiladi va aholini tovar sotib olish o'zini ajratgan pul mablag'ini 67,0 % tovarlar bilan ta'minlanganligini anglatadi

- V. Savdo korxonalari, shaxobchalarini tuman, viloyat chakana tovar aylanishidagi hissasi foiz hisobida tahlil qilinishi zarur, bu ko'rsatkichni dinamikasini o'rganish kerak.

Samarqand viloyati bo'yicha 2000-2004 yillarga chakana tovar aylanishi dinamikasi

Ko'rsatkichlar	o'lchov birliklari	2000	2001	2002	2003	2004	2004 yil 2000 yilga nisbatan o'sish surati, %
Jami chakana tovar aylanishi, haqiqiy baholarda	mln. so'm	153006,3	212013,6	301019,2	353087,8	372544,3	243,5
Solishtirma bahoda o'sish sur'ati, o'tgan yilga nisbata	%	113,6	106,6	103,7	108,8	101,1	-
1. Jami chakana tovar aylanishi ichida:							
1.1. Oshkora mulk shakli (Davlat) uning hissasi	mln. so'm %	3674,9 2,4	4719,3 2,2	4286,4 1,4	3555,2 1,0	2964,4 0,8	80,7 -
1.2. Xususiy mul shakli	mln. so'm	149331,4	207294,3	296732,8	349532,6	369579,9	247,5
1.3. Rasmiy hisobga olingan savdo shaxobchalari	mln. so'm	48726,3	76135,7	99328,3	100547,3	89402,7	183,5
1.4. Dexqon bozori Uning hissasi	mln. so'm %	40692,0 26,6	53267,3 25,1	88253,1 29,3	102938,0 29,2	124200,2 33,3	305,2 -
1.5. Tashkil qilinmagan bozor Uning hissasi	mln. so'm %	63588,0 41,6	82610,6 39,0	113437,8 37,7	149602,5 42,4	158941,4 47,2	249,9 -
1.6. Ommaviy ovqatlanish korxonolari	mln. so'm	3643,0	6026,8	8624,3	13456,1	10130,2	278,1
2. Jami chakana tovar aylanishi:							
2.1 o'tgan yilgi baholarda	mln. so'm	153006,3	163104,7	219858,1	327508,9	356971,8	233,3
2.2. 2000 (bazis) yilgi baholarda	mln. so'm	153006,3	163104,7	169321,2	184235,7	186272,1	121,7
3. Baholar indeksi:							
3.1. o'tgan yilga nisbatan (zanjirli)	J	1,000	1,29986	1,369	1,078	1,0436	-
3.2. 2000 (bazis) yilga nisbatan (bizisli)	J	1,000	1,29986	1,7778	1,9165	2,000	-

VI. qishloq xo'jaligi mahsulotlari bilan savdo qiluvchi korxonalarda chakana tovar aylanishi ko'rsatkichini mavsumiylik koeffitsentini aniqlash zarur bo'ladi (9.2.3.2-jadval).

9.2.3.2 jadval

Magazinda sotilgan sabzavotlarni mavsumiylik ko'rsatkichi

	Sotuv xajmi, mln. so'm				Mavsumiylik ko'rsatkichi, %
	2002	2003	2004	Uch yilni o'rtacha miqdori	
1	137	191	163	164	77,7
2	121	175	154	150	71,1
3	288	258	352	299	141,7
4	213	208	271	231	109,5
Kvartallararo o'rtacha miqdori	190	208	235	211	100,0

Kvartallarni o'rtacha mavsumiylik ko'rsatkichi kvartalning o'rtacha uch yillik ko'rsatkichlarni yillik o'rtacha ko'rsatkichiga nisbatan aniqlanadi.

$$\text{Masalan, I kvartaldani mavsumiylik ko'rsatkichi} = \frac{164 * 100}{211} = 77,7\%$$

Mavsumiy o'zgarishlar darajasi yillar davomida o'rtacha kvadrat farqi ko'rsatkichi orqali aniqlanadi.

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{\Pi}}$$

Bizning misolda:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(164 - 211)^2 + (150 - 211)^2 + (299 - 211)^2 + (231 - 211)^2}{4}} = 45,1 \text{ mln.}$$

so'm

Variatsiya koeffitsenti(V)

$$V = \frac{s * 100}{\bar{X}} = \frac{45,1 * 100}{211} = 21,4 \% \text{ ya'ni (farqi) } 21,4\% \text{ ni tashkil}$$

qilgan. Ma'romiylik koeffitsiyenti = 100- 21,4=78,6%

VII. Keyingi bosqich ketma – ket chakana tovar aylanishi hajmiga alohida omillarni ta'sirini o'rganishdan iborat bo'ladi. Ularni ayrimlarini ko'rib chiqamiz.

Chakana tovar aylanishi tahlil qilinganda uni hajmiga baholar va tovarlarni miqdori qanday ta'sir qilganligini aniqlash katta ahamiyatga ega. Buning uchun indeks usullaridan foydalaniladi.

Chakana tovar aylanishi – fizik hajmi indeksi(J_f), haqiqiy baholardagi indeks(J_{xb})i va baho indeksleri(J_b) hisoblanadi.

$$J_f = \frac{\sum_{i=1}^3 P_{i_0} q_{i_1}}{\sum_{i=1}^p P_{i_0} q_{i_0}}$$

$$J_{xb} = \frac{\sum_{i=1}^3 P_{i_1} q_{i_1}}{\sum_{i=1}^p P_{i_0} q_{i_0}}$$

$$J_b = \frac{\sum_{i=1}^3 P_{i_1} q_{i_1}}{\sum_{i=1}^p P_{i_0} q_{i_1}}$$

Bu yerda:

R_{io} – bazis davridagi i – tovar bahosi;

R_{il} – hisobot davridagi i - tovar bahosi:

q_{io} – bazis davridagi i – tovar fizik hamji:

q_{il} – hisobot davridagi i - tovar fizik hamji:

p – tovarlar assortimenti soni;

i – tovar turi.

Bu indekslar o‘rtasida matematik bog‘liqliq mavjud.

$$M: J_f = J_{xb} : J_b \quad \text{yoki} \quad J_{xb} = J_f * J_b; \quad J_b = J_{xb} : J_f$$

Misol: 9.2.3.3 jadvalda tovarlarni sotilish miqdori va baholari keltirilgan)

9.2.3.3 - jadval

Tovarlarni sotilish miqdori va baholari.

Ko‘rsatkichlar	o‘lchov birligi	Bazis yili	hisobot yili
1. «A» tovarlarni sotish miqdori	Dona	200	300
2. «B» tovarlarni sotish miqdori	Dona	100	50
3. «A» tovar bahosi	Ming so‘m	5	6
4. «B» tovar bahosi	Ming so‘m	8	12

$$J_f = (5 * 300 + 8 * 50) : (5 * 200 + 8 * 100) = (1900 : 1800) = 1,055$$

$$J_{xb} = (6 * 300 + 12 * 50) : (5 * 200 + 8 * 100) = (2400 : 1800) = 1,333$$

$$J_b = (6 * 300 + 12 * 50) : (5 * 300 + 8 * 50) = (2400 : 1900) = 1,263$$

$$J_f = 1,333 : 1,263 = 1,055$$

$$\text{Misolda chakana tovar aylanishi o‘shish summasi} = 2400 - 1800 =$$

=600 ming so‘m.

Jumladan:

a) tovarlarni fizik hajmini o‘zgarish natijasida =

$$= (P_{io} q_{il} - P_{io} q_{il}) 1900 - 1800 = +100 \text{ ming so‘m.}$$

b) bahoni o‘zgarishi natijasida = $(P_{il} q_{il} - P_{io} q_{il}) = 2400 - 1900 = 500$ ming so‘m.

Chakana tovar aylanishini tahlil qilganda uning hajmiga aholining soni (S) va aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishini (Q) ta‘sirini o‘rganish alohida ahamiyatga ega. Bunda chakana tovar aylanishi (CHTA) = $S \cdot Q$ statistik bog‘liklikdan kelib chiqish kerak.

Chakana tovar aylanishini hisob va bazis davridagi farqi (Δ CHTA) quyidagicha aniqlanadi.

$$\Delta \text{CHTA} = S_1 Q_1 - S_0 Q_0; \text{ jumladan}$$

aholi sonini o‘zgarish hisobidan;

$$\Delta \text{CHTA}_c = S_1 Q_1 - S_0 Q_0$$

va aholi jon boshiga to‘g‘ri kelgan chakana tovar aylanishini o‘zgarishi hisobidan;

$$\Delta \text{CHTA}_Q = S_1 Q_1 - S_1 Q_0,$$

chakana tovar aylanishini o‘zgargan miqdori kelib chiqadi. Bunda umumiy chakana tovar aylanishini o‘zgarish miqdori yuqoridagi omillar hisobidan o‘zgargan miqdorlar yig‘indisiga teng bo‘ladi.

Ya‘ni, $\Delta \text{CHTA} = \Delta \text{CHTA}_s + \Delta \text{CHTA}_Q$, yoki $(S_1 Q_0 - C_0 Q_0) + (C_1 Q_1 - C_1 Q_1)$.

Chakana tovar aylanishining hajmiga oilalari soni va 1 oilagacha to‘g‘ri keladigan chakana tovar aylanishi ham ta‘sir qiladi. Oila xo‘jalik sub‘ekti sifatida o‘z a‘zolarining daromadlari va iste‘mol qilish miqdorini umumlashtiradi. Masalan, ovqat tayyorlash, ayrim tovarlarni sotib olishni oilaning har bir a‘zosi alohida amalga oshirganiga nisbatan oila bo‘yicha qilinsa allaqancha tejamliroq bo‘ladi, yoki katta oila kichik oilaga hamda yakka holdagiga nisbatan tejamliroqdir. Oilani daromadi qancha katta bo‘lsa, uni tovar sotib olish imkoniyati ham yuqori bo‘lishi mumkin. Shu bilan bir qatorda oila a‘zolari soni va 1 a‘zoga tovar sotib olish miqdori tovar aylanishiga teskari ta‘sir qilishi ham mumkin. Chunki oila a‘zolari

qancha ko'p bo'lsa, bolalar va boshqa boqimadorlar ko'p bo'ladi, unday oilaning tovar sotib olish qobiliyati ham tegishlicha qisqaradi.

Bu hollardan kelib chiqib chakana tovar aylanishini tahlil qilganda, unga oilalar soni, 1 oila a'zosiga to'g'ri keladigan tovar aylanishini ta'sirini o'rganish iqtisodiy, ijtimoiy va demografik siyosatni aniqlashga katta ta'sir qiladi.

Buni aniqlash uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz.

Agar oilalar sonini «N» deb, 1 oilaga to'g'ri keladigan tovar aylanishini «K» belgilasak, umumiy chakana tovar aylanishi (CHTA) barobar bo'ladi:

$$CHTA = N * K; \quad \text{bunda, } N = \frac{QTA}{K}$$

Ushbu formuladan foydalanib keltirilgan omillarni ta'sir miqdorini hisob – kitob qilish mumkin.

$$\Delta CHTA = N_1 K_1 - N_0 K_0$$

$$\Delta CHTAN = N_1 K_0 - N_0 K_0; \quad \text{oilalar sonini ta'siri.}$$

$$\Delta CHTAk = N_1 K_1 - N_1 K_0; \quad \text{1 oilaga to'g'ri kelgan tovar aylanishini ta'siri.}$$

Bir oilaga to'g'ri kelgan tovar aylanishining miqdori o'rtacha oila a'zolari soniga va 1 kishiga to'g'ri kelgan tovar aylanish miqdoriga bog'liq bo'ladi. Bu ko'rsatkichlar ham o'zgaruvchan ko'rsatkichlardir.

Shu sababli 1 oilaga to'g'ri kelgan tovar aylanishini quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K = Q * P;$$

Bu yerda, Q – 1 kishiga to'g'ri keladigan tovar aylanish

P – o'rtacha oila a'zolari soni.

Ushbu bog'liqlikdan kelib chiqib chakana tovar aylanish ta'sirini ikkiga ajratib quyidagicha yozish mumkin;

$$\Delta CHTAk = N_1 K_1 - N_1 K_0 = N_1 (K_1 - K_0) = N_1 (Q_1 P_1 - Q_0 P_0);$$

Bundan kelib chiqib, oilaga to'g'ri kelgan tovar aylanishini o'zgarish miqdoriga oila a'olarining o'rtacha soni o'zgarishini ta'siri:

$$\Delta Kp = Q_0 P_1 - Q_0 P_0 \quad \text{va}$$

aholi jon boshiga to'g'ri kelgan tovar aylanish ta'sirini hisob kitob qilish mumkin:

$$\Delta K_Q = -Q_0 P_1 - Q_0 P_1$$

Ushbu hisob kitoblardan kelib chiqib, quyidagilarga

$$\Delta CHTA_Q = N_1(\Delta K_p + \Delta K_Q);$$

$$\Delta CHTA = \Delta CHTA_s + N_1(\Delta K_p + \Delta K_Q) \text{ teng bo'ladi.}$$

Chakana tovar aylanishi hajmiga tovar zahiralari tovarlarni kelishi va tovarsiz chiqimlar ta'sir qiladi. Buni misolda ko'rib chiqamiz.

9.2.3.4 jadval

Chakana tovar aylanishiga ta'sir qiluvchi omillarni balans bog'liqligi

(ming so'm)

Ko'rsatkichlar	Reja (0)	haqiqatda (1)
1. Yil boshidagi zahira (Z_1)	9779	9771
2. Tovarlarni kelishi (TK)	45040	47020
3. Chakana tovar aylanishi (CHTA)	45950	46541
4. Tovarsiz chiqimlar (V)	152	235
5. Yil oxiridagi zahira (Z_2)	8717	10015

Ta'sir qiluvchi omillarni hisobi:

$$CHTA_1^0 = Z_1^0 + TK^0 - V^0 - Z_2^0 = 45950$$

$$CHTA_2 = Z_1^1 + TK^0 - V^0 - Z_2^0 = 45942$$

$$CHTA_3 = Z_1^1 + TK^1 - V^0 - Z_2^0 = 47922$$

$$CHTA_4 = Z_1^1 + TK^1 - V^1 - Z_2^0 = 47839$$

$$CHTA_5 = Z_1^1 + TK^1 - V^1 - Z_2^1 = 46541$$

9.2.3.5 jadval

Omllarni ta'sir qilish miqdori

Omllar	Aniqlash usuli	Miqdori
Z_1	$CHTA_2 - CHTA_1^0$	$45942 - 45950 = -8$
TK	$CHTA_3 - CHTA_2$	$47922 - 45922 = +1980$

V	$CHTA_4 - CHTA_3$	$47839 - 47922 = - 83$
Z_2	$CHTA_5 - CHTA_4$	$46541 - 47839 = - 1298$
Jami	$CHTA^1 - CHTA^0$	$46541 - 45950 = + 591$

9.2.4 Chakana tovar aylanishi tarkibini tahlili.

Chakana tovar aylanishini tarkibini, ya'ni assortimentini tahlili uning umumiy hajmini tahlilini davomi bo'lib hisoblanadi. Bunda chakana tovar aylanishi tahlili yanada chuqurlashtiriladi, aniqlashtiriladi. Ushbu tahlil natijasida aholi talabini qondirishni, ularni moddiy va madaniy ehtiyojlarini qondirish darajasi baholanadi.

Chakana tovar aylanishini tarkibi savdo korxonalarining son va sifat ko'rsatkichlarini shakllantirishga katta ta'sir ko'rsatadi. Ushbu ko'rsatkich savdoning daromadlari, muomala (davr) harajatlari, foydasi, rentabellik darajasiga, resurslarni ishlatish samaradorligiga ta'sir qiladi.

Chakana tovar aylanishini tarkibini makrotartib va mikrotartib darajalarida o'rganish zarur. Chakana tovar aylanishini makrotartibi deganda, uni oziq-ovqat mahsulotalari va noziq-ovqat tovarlariga bo'lib o'rganishni va mikrotartib deganda chakana tovar aylanishini barcha assortimentlarini o'rganish nazarda tutilmoqda.

Chakana tovar aylanishini (assortimentini) tahlil qilishda quyidagi ko'rsatkichlarni aniqlash tavsiya qilinadi:

- alohida tovar guruhlari bo'yicha (makro – mikrotartib) reja yoki prognozlarni bajarilishi;
- alohida tovar guruhlari bo'yicha aholining talabini qondirilishi darajasini baholash. Bunday tahlil uchun haqiqatda sotilgan tovarlarni aholi jon boshiga hisoblab, ularni fiziologik va ratsional iste'mol normalari bilan solishtirish, farqini aniqlash (mutloq miqdorda va foizlarda) va baholash zarur bo'ladi;

- chakana tovar aylanishini tarkibini bir necha yillarga dinamikasini aniqlash, yillar ichida kvartallar bo'yicha, kvartallar ichida oylar bo'yicha, uning rivojlanish tendensiyalariga baho berish. Chakana tovar aylanishi dinamik qatorlarni haqiqiy va solishtirma baholarda hisob-kitob qilish kerak;
- alohida tovar guruhlarining umumiy chakana tovar aylanishidagi hissasini aniqlash, bir necha yillarga uni o'zgarish tendensiyalariga baho berish;
- savdo shaxobchasi yoki firma korxonasini ayrim tovar guruhlari bozoridagi hissasini tahlil qilish va baholash;
- chakana tovar aylanishining tarkibiga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganish va baholash (bahoni, aholining daromadlari (harid fondi)-talabni, taklifni, tovar resurslari yoki bozor fondi va h.k.). Bunday tahlil uchun elastiklik koeffitsiyentidan foydalanish talab qilinadi.
- elastiklik koeffitsiyenti (Ke) aholi talabini qondirilish darajasi qaysi omillar ta'siri ostida qanday miqdorda o'zgarganligini ko'rsatadi, ya'ni aholi jon boshiga sotilgan tovarlar (u) hisobga olingan omil (x) ta'siri natijasida qancha foizga o'zgarganligini ko'rsatadi.

Elastiklik koeffitsiyenti quyidagicha hisoblanadi.

$$K_e = \frac{\Delta y * 100}{y} : \frac{\Delta x * 100}{x} = \frac{\Delta y}{\Delta x} * \frac{x}{y};$$

Bu yerda: $\Delta y = y_1 - y_0$

$$\Delta x = x_1 - x_0$$

Dinamik qatorda Δx va Δu ko'rsatkichlari to'g'ri chiziqli bog'liklikda bo'lganda $u = a + bx$ korrelyatsiya tenglamasini yechish orqali Ke aniqlanishi mumkin. Bunda

$$Ke = b \frac{x}{y} \text{ teng bo'ladi.}$$

Elastiklik koeffitsiyentini to'g'ri chiziqli bog'liqlik bo'lmagan hoda quyidagi tenglamalar orqali ham aniqlash mumkin.

1. Parabolik tenglamadan:

$$Ke = (b + 2sx) * \frac{x}{y};$$

2. Giperbolo tenglamada:

$$Ke = \frac{-b}{x} * \frac{1}{y};$$

3. Logarifmik tenglamada:

$$Ke = \frac{b}{y};$$

Bizlar aholini jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi unga ta'sir qiladigan asosiy omillar to'g'ri chiziqli bog'liklikka mos kelishini hisobga olib,

$$u = a + bx$$

tenglamasini yechish usuliga to'xtalib o'tamiz.

Keltirilgan ($u = a + bx$) tenglamada «a» va «b» tenglamani parametrlari va quyidagi tenglamalar tizimini yechish orqali aniqlanadi:

$$\begin{cases} \Pi a + b \sum x = \sum y \\ a \sum x + b \sum x^2 = \sum xy \end{cases}$$

Ushbu tenglamadan noma'lum «a» va «b» parametrlarini quyidagi formula orqali aniqlash mumkin.

$$a = \frac{\sum y * \sum x^2 - \sum x * \sum xy}{\Pi \sum x^2 - \sum x * \sum x}$$

$$b = \frac{\Pi \sum xy - \sum x \sum y}{\Pi \sum x^2 - \sum x \sum x}$$

Ushbu usul bilan aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishiga aholini jon boshiga to'g'ri kelgan daromadni ta'sir darajasini o'zbekiston Respublikasi ma'lumotlari misolida ko'rib chiqamiz.

9.2.4.1 jadval

Aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi va daromadlar

(ming so'm)

Yillar	Aholi jon boshiga	
	Daromad	CHTA
2000	210,9	139,2
2001	224,9	147,5
2002	232,8	153,4
2003	253,8	167,2
2004	295,3	183,6

Ushbu ma'lumotlar asosida aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi aholining harid fondi o'zgarishi hisobiga qanday darajada o'zgarganligini aniqlaymiz.

Uning uchun quyidagi jadvalni tuzamiz:

9.2.4.2 jadval

Elastiklik koeffitsiyentini hisoblash uchun ma'lumotlar.

Yillar	X	u	X ²	Xu
2000	210,9	139,2	44478,8	29357,3
2001	224,9	147,5	50580,0	33172,8
2002	232,8	153,4	54195,8	35711,5
2003	253,8	167,2	64414,4	42435,4
2004	295,3	183,6	87202,1	54217,1
Jami	1217,7	790,9	300871,1	194894,1

Bu ma'lumotlarni yuqorida keltirilgan tenglamaga qo'ysak quyidagiga erishamiz:

$$\begin{cases} 5a + 1217,7 b = 790,9 \\ 1217,7 a + 300871,1 b = 194894,1 \end{cases}$$

Ushbu tenglamadan uning parametrlarini aniqlaymiz.

$$\begin{aligned} a &= \frac{790,9 * 300871,1 - 1217,7 * 194894,1}{5 * 194894,1 - 1217,7 * 1217,7} = \\ &= \frac{237958953,0 - 237322545,6}{974470,5 - 1482793,3} = \frac{636407,4}{-508322,8} = -1,252 \end{aligned}$$

$$a = -1,252$$

$$b = \frac{5 * 194894,1 - 1217,7 * 790,9}{5 * 300871,1 - 1217,7 * 1217,7} = \frac{974470,5 - 963078,9}{1504355,5 - 1482793,3} = \frac{11391,6}{21562,2} = 0,528$$

$$b = 0,528$$

$u = -1,252 + 0,528 x$; Tenglamaning «b» parametri miqdori 0,528 aholi daromadini ming so'mga ortishi natijasida aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi 528 so'mga o'sishini ta'minlaydi degan ma'noni anglatadi.

Endi elastiklik koeffitsientini aniqlashimiz mumkin.

$$K_e = b \frac{\bar{x}}{\bar{y}} : \text{yuqorida keltirilgan ma'lumotlar orqali «} \bar{x} \text{» va «} \bar{y} \text{» miqdorini}$$

aniqlaymiz:

$$\bar{x} = \frac{1217,7}{5} = 243,54 \text{ ming so'm}$$

$$\bar{y} = \frac{790,9}{5} = 158,18 \text{ ming so'm}$$

$$K_e = 0,528 \frac{243,54}{158,18} = 0,528 * 1,5396 = 0,8129$$

Ushbu ko'rsatgichdan ma'lum bo'lyapdiki, aholi jon boshiga to'g'ri keladigan daromadni 1% ga ortishi natijasida aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi 0,8129% ga o'sgan.

Xuddi shu tartibda aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishiga boshqa omillar ta'sirini ham hisoblash mumkin. Aholi jon boshiga to'g'ri keladigan chakana tovar aylanishi hajmiga bir davrda ko'p omillar o'zaro bog'liqlikda ta'sir qilishi amaliyotda sinalgan.

Shu sababli chakana tovar aylanishini tahlil qilishda ko‘p omilli matematik regressiya usullaridan ham foydalanishni tavsiya qilamiz.

Elastiklik koeffitsenti ko‘rsatkichini chakana tovar aylanishi assortimertini rejalashtirishda keng qo‘llash mumkin.

Tayanch iboralar: Chakana tovar aylanishi, omillar, ko‘rsakgichlar, reja foiz, dinamika, o‘rtacha miqdorlar, mavsumiylik, indeks, sotish miqdori, baho.

Takrorlash uchun savollar:

1. Chakana tovar aylanishi tahlilini vazifalarini ayting?
2. Chakana tovar aylanishi tahlilida ishlatiladigan ko‘rsatkichlarni sanang va ularni mazmunini yoriting.
3. Chakana tovar aylanishini tahlil qilishda qanday usullardan foydalanamiz?
4. Chakana tovar aylanishiga qanday omillar ta’sir qiladi?
5. Chakana tovar aylanishi umumiy hajmini tahlil qilganda qanday ko‘rsatkichlar aniqlanadi?
6. Rejani bajarish foizi qanday aniqlanadi?
7. Chakana tovar aylanishi dinamikasi qanday hisoblanadi?
8. Rejani bajarilishi maromiyligi yoki mavsumiyligi qanday ko‘rsatkichlar orqali hisoblanadi?
9. Chakana tovar aylanishi bilan aholini harid fondini qamrab olish ko‘rsatkichi qanday aniqlanadi?
10. Chakana tovar aylanishi solishtirma baholarda qanday hisoblanadi?
11. Chakana tovar aylanishi bilan bojliq bo‘lgan indekslarni ayting va ularni mazmunini yoriting?
12. Chakana tovar aylanishi tarkibini tahlil qilishda ishlatiladigan ko‘rsatkichlarni mazmunini yoritib bering.

9.3. **Tovar zahiralarini va tovarlarni kelishini tahlili.**

9.3.1. Tovar zahiralarini tushunchasi, turlari va ko'rsatkichlari.

9.3.2. Tovar zahiralarini ko'rsatkichlariga ta'sir qiladigan omillar.

9.3.3. Tovar zahiralarining tahlili.

9.3.4. Tovarlar kelishi tushunchasi, manbalari va uning tahlili

9.3.5. Tovar zahiralarini tushunchasi, turlari va ko'rsatkichlari.

9.3.1. Tovar zahiralarini tushunchasi, turlari va ko'rsatkichlari.

Zahiralar insoniyat taraqqiyotining barcha bosqichlarida yaratilib kelingan. Ibtidoiy jamiyatda zahiralar asosan iste'mol fondi shaklida paydo bo'lgan. Ularni tarkibi juda qisqa bo'lib, asosan birlamchi ehtiyojni qondiruvchi mahsulotlardan tashkil topgan. Umuman zahiralar ishlab chiqarish jamoa va individual iste'mol uchun jamg'ariladigan ishlab chiqarish vositalari va iste'mol mahsulotlardan tashkil topadi. Shu sababli zahiralarini uch turga ajratish mumkin: Ularga quyidagilar kiradi:

1. Ishlab chiqarishdagi (xom ashyo, jihozlar);
2. Shaxsiy iste'moldagi(oila xo'jaligida);
3. Tovar shaklida.

Bular bir biri bilan funksional bog'liqlikda birining o'zgarishi qolganlarining o'zgarishiga olib keladi.

Bu zahiralar bir biridan shakli, natural tarkibi, miqdori, joylanishi, to'planishi bilan farq qiladi.

Ishlab chiqarish zahiralarini ishlab chiqarish vositalaridan tashkil topadi va ishlab chiqarish jarayonini uzliksizligini ta'minlaydi. Ular qatoriga ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan xom ashyo, yoqilg'i materiallar kiradi.

Shaxsiy iste'moldagi zahiralar tovarlarni ayriboshlash jarayonidan chiqib iste'molchilar mulkiga aylangan vaqtidan vujudga keladi. Ya'ni ular aholi ixtiyoridagi oziq – ovqatlar va nooziq – ovqatlardan tashkil topadi.

Bozorga chiqarilgan yoki sotishga mo'ljallangan mahsulot tovar deb hisolanadi.

Tovarlar bozorda, ya'ni tovar muomilasi bo'g'inlarida, shaxobchalarida, yo'lda turgan davrda tovar zaxiralarini tashkil qiladi. Tovar zaxiralari ishlab chiqarishdan iste'molgacha yetkazguncha bo'lgan vaqtdagi tovarlar miqdoridan iborat.

Tovar zahiralari tarixiy kategoriya bo'lib, u mehnat mahsulini tovar shakliga aylanishi, ya'ni tovar ishlab chiqarish va tovar ayirboshlash jarayonini vujudga kelishi bilan shakllana boshlagan.

Iar qanday narsa yoki mahsulot tovar shaklida har doim bo'la olmaydi. Shu sababli har qanday zahira tovar zahirasi sifatida namoyon bo'lmaydi.

Biz yuqorida aytganimizdek, tovar zahiralari bozorga chiqarilgan yoki sotishga mo'ljallangan mahsulotlar, ya'ni ayirboshlash bo'g'inlarida turgan tovarlar miqdoridan iborat bo'ladi. Tovar zahiralari tovarda mujassamlashgan iste'mol qiymati va qiymatiga ega bo'lishi kerak. Bunday sifatlar narsa yoki mahsulot ayirboshlash yoki sotishga mo'ljallangan bo'lsagina vujudga keladi.

Tovar zahiralari mehnat vositalari hamda iste'mol tovarlaridan tashkil topadi. Tovar zahiralarning shakllanishi ob'ektiv zaruriyatlardan vujudga keladi.

Birinchidan, bu ishlab chiqarish va iste'mol jarayonlarining bir biri bilan bog'liqligi hamda birligiga qaramasdan zamon va makonda to'g'ri kelmasligi. Ayrim davrlarda ishlab chiqarish hajmi va iste'mol miqdori bir biriga to'g'ri kelmaydi. Bu tafovut ularni umumiy miqdori teng bo'lgan holda ham doimo ortib borishi mumkin. Bunga ishlab chiqarishni ixtisoslashishi, kengayishi, talabni dinamik o'sishi ta'sir qiladi. Bunday tafovut talab va taklifni mavsumiy harakatlaridan ham kelib chiqadi. Bunday hollarda kengaytirilgan ishlab chiqarishning uzluksizligi tovar zahiralari hisobidan ta'minlanadi.

Ikkinchidan, tovar zahiralari zaruriyati tovarlarni tashish, saqlash, sotish va tovarlarni iste'mol qilish kabi xususiyatlaridan kelib chiqadi. Tovarlarni tashish, katta miqdordagi partiyalarda (vagon, konteynerlarda) amalga oshirilsa samarali bo'ladi. Savdo shahobchalari mayda partiyalarda tovarlarni qabul qilishga intiladi.

Bundan tashqari tovarlarni ishlab chiqarish assortimentini savdo assortimentiga keltirish zarurati ham mavjud.

Uchinchidan, talab va taklifni tasodifiy o'zgarishiga bog'liq. Masalan, ko'zda tutilmagan iste'mol miqdorini u yoki bu tomonga o'zgarishi. Tovar zahiralari ayrim davrlarda shu tur tovarlar tanqislik kabi holatlarni oldini olish uchun tashkil qilinadi.

To'rtinchidan, tovar zahiralari jamg'arish elementi sifatida ham zarur bo'ladi. Bu hol milliy boylikni ortib borishini anglatib, ishlab chiqarish va ayirboshlashda tovar zahiralarni o'sishida o'z aksini topadi.

Beshinchidan, tovar zahiralari favqulotda holatlarni oldini olish maqsadida jamg'ariladi. Bunga davlat rezervlarini kiritish mumkin.

Oltinchidan, baho omilini ta'siri natijasida vujudga keladi. Masalan, ko'p miqdorda ishlab chiqaruvchilardan tovarlarni sotib olish, ularni ulgurji baholarini pasaytirishga olib keladi. Bu esa ulgurji olib sotuvchilar uchun foydali bo'ladi va ular ushbu zaruriyatdan kelib chiqib tovar zahiralarni ko'paytirishga intiladi.

Va nihoyat, tovar zahiralari sub'ektiv omillarga ham bog'liq. Ular chayqovchilik maqsadlaridan kelib chiqadi. Arzon bahoda sotib olib qimmat sotish bilan bog'liq. Bu masala oltinchi omildan maqsadi va mazmuni bo'yicha farqlanadi.

Yuqorilardan kelib chiqib, tovar zahiralarni vujudga kelishi kengaytirilgan takror ishlab chiqarish jarayonining xususiyatlaridan kelib chiqishini ta'kidlash mumkin. Tovar zahiralari hisobotda, tahlil va rejalashtirishda bir necha xil alomatlari bo'yicha tavsiflanadi.

Tovar zahiralari tashkil topishi va ishlatilishi nuqtai nazaridan (saqlanish muddati, tashkil topishi va yo'naltirish maqsadiga qarab) tavsiflanadi. Saqlash muddatiga qarab, qisqa muddatli va uzoq muddatli tovar zahiralari ajratiladi.

Tashkil topishi va yo'naltirish maqsadiga binoan tovar zahiralari joriy, mavsumiy va sotish muddatidan ilgari tashiladigan zahiralalar hamda kafolatli zahiralarga bo'linadi. Joriy zahiralalar qisqa muddatli zahiralarni, qolganlari uzoq muddatli zahiralalar guruhini tashkil qiladi.

Joriy zahiralalar yaqin muddat ichida tovarlarni joriy sotilishini ta'minlash

uchun tashkil qilinadi va yo‘naltiriladi. Ular har kuni ishlatiladi va muntazam to‘ldirib boriladi.

Mavsumiy zahiralari ishlab chiqarilishi uzluksiz bo‘lgan va iste‘mol qilinishi yil mavsumiga bog‘liq bo‘lgan tovarlardan tashkil topadi. Masalan, yozgi tovarlar qish va bahor mavsumlarida saqlansa, qishki tovarlar yoz va kuz mavsumlarida saqlanadi.

Mavsumiy tovar zahiralari tarkibida uzoq muddatga saqlanadigan qishloq xo‘jalik mahsulotlari ham hisobotga olinadi. Bunday tovarlar mavsumiy ishlab chiqarish harakteriga ega bo‘lib, yil davomida iste‘mol qilinadi. Bular qatoriga kartoshka, meva va sabzovotlar kiradi.

Sotish muddatidan ilgari tashkil qilinadigan tovar zahiralari tabiiy shart sharoiti bo‘yicha qish davrida tovarlarni tashish imkoniyati bo‘lmaydigan hududlarga, transport qatnash imkoniyati bo‘lgan (asosan yoz davrida) vaqtida tovarlarni oldindan yetkazib qo‘yish va qish davrida sotishni ta‘minlash bilan bog‘liq bo‘lgan tovardan iborat bo‘ladi.

Tovar ayirboshlash jarayonida kafolatli tovar zahiralari alohida o‘rin tutadi. Bunday zahiralari tovar aylanishini ta‘minlash uchun boshqa turdagi zahiralari tugab qolgan davrda, uni uzluksizligini ta‘minlash uchun tashkil qilinadi. Bunday tovarlar ham sotilishi muddatidan ilgari tashkil qilinadi (tashib qo‘yiladi).

Kafolatli tovar zahiralari nazariy nuqtai nazardan ikki xil guruhga bo‘lish mumkin: birinchidan, tovarlarni tashish muddati rejaga nisbatan buzilsa, tashish sekinlashsa yoki to‘xtab qolsa, keltirilgan tovarlar partiyasi buyurtmadan kam bo‘lib qolgan vaqtlarda tovar aylanishini uzluksizligini ta‘minlash uchun tashil qilinadigan;

Ikkinchidan, talabni jiddiy o‘zgarishi munosabati bilan (tovar aylanishini ko‘zda tutilmagan miqdorda o‘zgarish, aholi sonini jiddiy o‘zgarishi kabilar) tovarlarga bo‘lgan talabni qondirish uchun ko‘zda tutilgan zahiraga.

Kafolatli zahira alohida hisobga olinmaydi, u tovar zahiralari normalashtirish jarayonida joriy, mavsumiy va sotilish muddatidan ilgari tashkil qilinadigan zahiralari tarkibida hisobga olinadi. (Masalan, tegishli tovar zahiralari

summasiga nisbatan foiz hisobida).

Maxsus zahiralarga davlat rezervlari kiritiladi. Ushbu zahiralarda favqulotda vujudga keladigan ko'zda tutilmagan hodisa va jarayonlar davrida aholini zarur tovarlar bilan ta'minlashga mo'ljallanadi.

Bunday zahiralarda uchun maxsus moddiy-texnik baza va tashkiliy tuzilmalar tashkil qilinadi.

Tovar zahiralari statistik va buxgalteriya hisobida ularni joylashish nuqtai nazaridan turlab hisobga olinadi.

Bu alohida bo'yicha tovar zahiralari chakana savdoda, ommaviy ovqatlashish shahobchalarida, ulgurji savdoda va yo'ldagi tovarlarga bo'linadi.

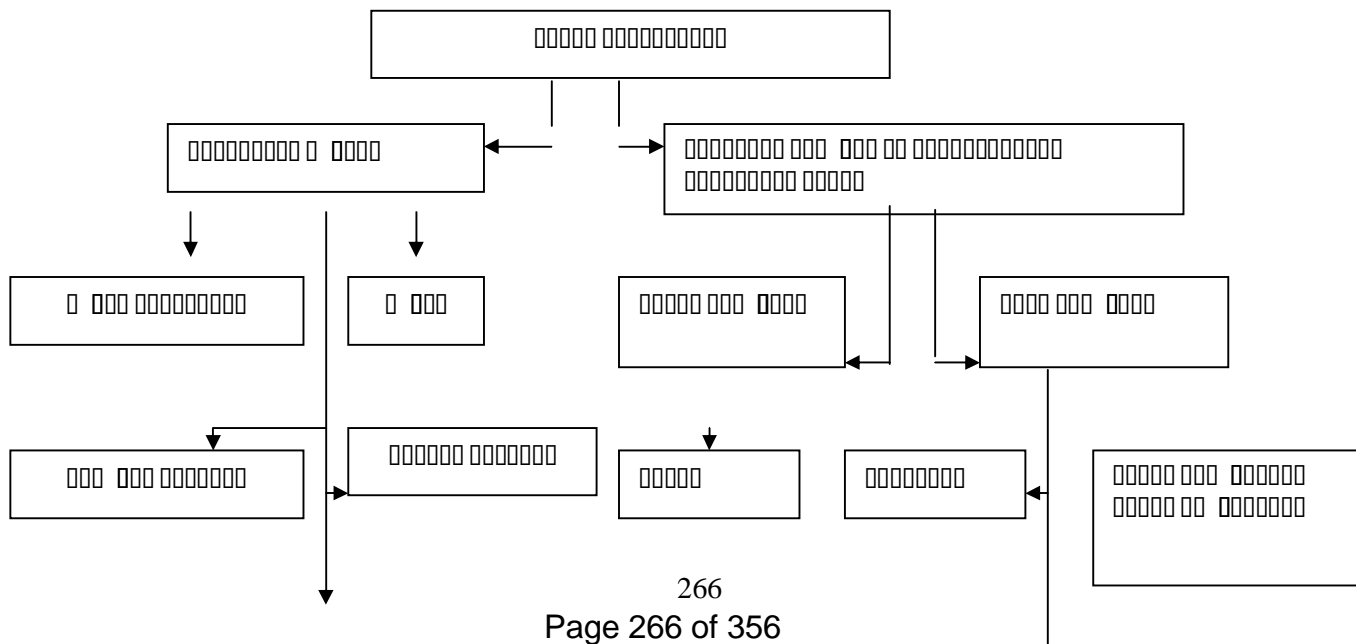
Tovar zahiralari tarkibiy qismlash bo'yicha ham tavsiflanadi. Masalan, oziq-ovqat mahsulotlari va noziq-ovqat tovarlari (makrotarkibi), alohida tovar guruhlari va assortimentlari (mikrotarkibi) bo'yicha.

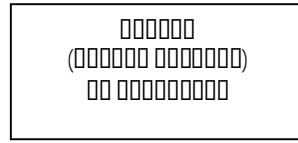
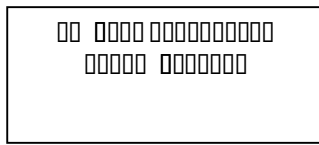
Tovar zahiralari davr nuqtai nazaridan reja, kutilayotgan va hisobot davriga (haqiqiy), ushular o'z yo'lida davr boshiga va davr oxiriga hisobga olinadi.

Shu bilan bir qatorda tovar zaxiralarini minimal va maksimal miqdorlari ularni tahlil qilishda va rejalashtirishda ishlatiladi.

9.3.1.1 chizma

Tovar zahiralari tasnifi

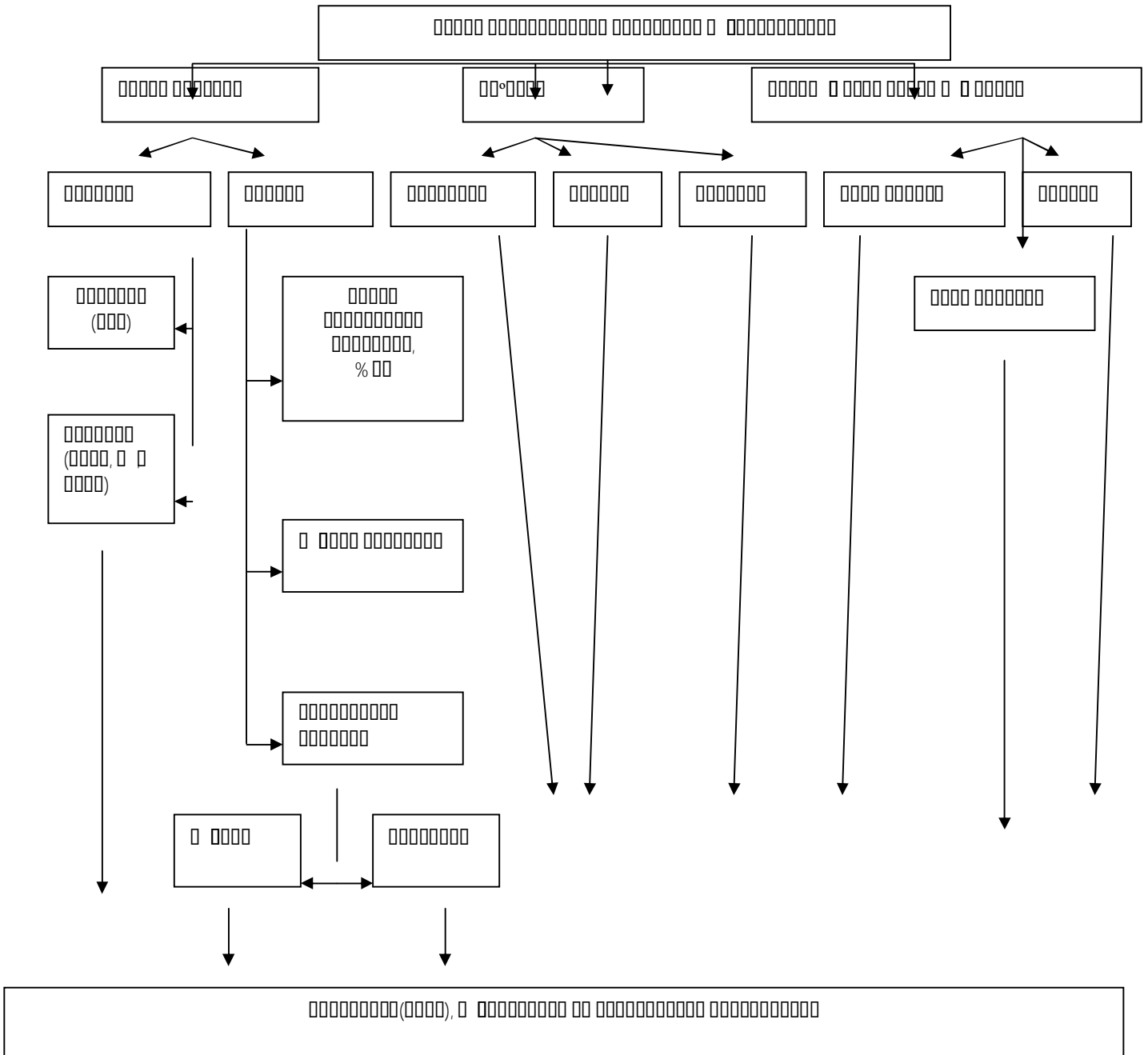




Umuman, tovar zahiralari statistikada, buxgalteriya hisobida bir muddatga hisobga olinadi, o'rganish, tahlil qilish jarayonida o'rtacha ko'rsatkichlar ham ishlatiladi.(9.3.1.2 chizmada tovar zahiralarni statistik ko'rsatkichlari keltirilgan)

9.3.1.2 chizma

Tovar zahiralarning statistik ko'rsatkichlari quyidagi ko'rsatkichlar asosida



O‘rtacha tovar zahirasi ikki xil usul bilan hisoblanadi. Birinchisi, agar tovar zahiralarini oylarga yoki kvartallarga o‘rtacha hisoblangan holda berilgan bo‘lsa yillik o‘rtacha tovar zahirasi o‘rtacha arifmetik usul bilan hisoblanadi.

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{\Pi}; \text{ bu yerda «X» - o‘rtacha yillik tovar zahirasi.}$$

X – har oy (yoki kvartal) uchun o‘rtacha tovar zahirasi summasi;

P – oylar (12 oy) yoki kvartal bo‘lsa, 4 ga teng bo‘ladi.

Agar tovar zahiralar davr boshiga va oxiriga berilgan bo‘lsa, yillik o‘rtacha tovar zahirasi o‘rtacha xronologik usul bilan aniqlanadi. o‘rtacha xronologik formulasi quyidagicha ifodalanadi:

$$\bar{X} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_{n-1} + x_n}{\Pi - 1};$$

Tovar zahiralarini shaklan namoyon bo‘lishi har xil bo‘lib, biz yuqorida keltirganimizdek u qiymat, natural, kunlar hisobida va tovar aylanishiga nisbatan foizlarda o‘lchanadi.

Tovar aylanishini ta‘minotini tovar zahiralarini tovar aylanishiga nisbatan kunlar hisobidagi ko‘rsatkich orqali baholanadi.

Tovar zahiralarini kunlar hisobidagi ko‘rsatkich nisbiydir. U mavjud tovar zahiralarini necha kunlik tovar aylanishini ta‘minlashi mumkinligini ko‘rsatadi. Ushbu ko‘rsatkich (TZ h.k) amaliyotda aksariyat tovar zahiralarini kvartal boshidagi summasini (Z_1) tegishli kvartalning bir kunlik tovar aylanishiga bo‘lish orqali aniqlanadi.

$$1 \text{ kunlik tovarlar aylanishi} = \frac{QTA}{90}$$

Xuddi shunga o‘xshash yilga nisbatan (TZ k.y) aniqlanadigan bo‘lsa yil

boshidagi tovar zahirasi (Z_1) ushbu yilning bir kunlik tovar aylanishiga bo'lish bilan aniqlanadi.

$$1 \text{ kunlik tovar aylanishi} = \frac{QTA}{360}$$

ya'ni:

$$TZk.k = \frac{3_1}{QTA:90} = \frac{3_1 \cdot 90}{QTA};$$

$$TZk.y = \frac{3_1}{QTA:360} = \frac{3_1 \cdot 360}{QTA}$$

Ushbu ko'rsatkich bilan bir qatorda tovar zahiralarining holatini baholashda, tahlil qilishda, normallashtirishda tovar zahiralarini aylanish tezligini kunlar va martaba ko'rsatkichlari ishlatiladi.

Tovar zahiralarini aylanish tezligi, bundan keyin bizlar ushbu ko'rsatkichni «tovar ayirboshlash tezligi» deb ishlatamiz. Biz yuqorida aytganimizdek kunlar hisobida va marotabada aniqlanadi.

Tovar ayirboshlash tezligi kunlar hisobida (TATk) o'rtacha tovar zahirasini ($\bar{3}$) Ushbu davrning bir kunlik tovar aylanishiga (**CHTA:90** yoki **CHTA:360**) bo'lish orqali anilnadi.

Tovar ayirboshlash tezligi kunlar hisobida kvartal bo'yicha aniqlansa (TATk.k) quyidagi formula ishlatiladi:

$$TATk.k = \frac{\bar{3}}{QTA:90} = \frac{\bar{3} \cdot 90}{QTA};$$

Yil davriga aniqlansa:

$$TATk_y = \frac{\bar{3}}{\overline{qTA}:360} = \frac{\bar{3} \cdot 360}{\overline{qTA}}$$

Ushbu ko'rsatkich o'rtacha tovar zahiralari necha kunda ayirboshlanganligini yoki yangilanganligini, ya'ni tovarlar kelgan kundan sotilguncha necha kun o'tganligini ko'rsatadi.

Bu ko'rsatkichni tovar zahirasi miqdori bir so'm tovar aylanishiga qancha to'g'ri keladi deb ham baholash mumkin.

Masalan, i-tovar guruhi bo'yicha o'rtacha yillik tovar zahirasi 5000,0 ming so'm, yillik tovar aylanishi 9629,0 ming so'm. Ushbulardan bir kunlik tovar aylanishi $9629,0:360=26,747$ ming so'm.

Tovar ayirboshlash tezligi ($TATk_y$) teng bo'ladi $=5000,0:26,747=186,9$ kun, yoki bir so'm tovar aylanishiga 186,9 tiyinlik tovar zahirasini to'plash kerak bo'lgan. 186,9 kun o'rtacha tovar zahirasini qayta tiklash uchun zarur bo'lgan davrni anglatadi.

Tovar ayirboshlash tezligi marotaba hisobida ($TATm$) hisobot davrida o'rtacha tovar zahirasi necha marotaba aylanganligini ko'rsatadi. Ushbu ko'rsatkich ikki xil usulda aniqlanishi mumkin:

1. Davrdagi kunlar sonini ($t=360$ yoki 90), tovar ayirboshlash tezligini kunlar hisobiga bo'lish orqali ($TATk_k$ yoki $TATk_y$) aniqlaymiz:

$$TATm = \frac{t}{TAT_k} = \frac{360}{TAT_{k.i}} \text{ yoki } \frac{90}{TAT_{k.k}};$$

2. Hisobot davr tovar aylanishini o'rtacha tovar zahiralarga bo'lish orqali aniqlaymiz:

$$TATm = \frac{\overline{qTA}}{\bar{3}}$$

Ushbu ko'rsatkich bir tomondan tovar aylanishini ta'minlash uchun o'rtacha tovar zahirasi necha marotaba aylanganligini ko'rsatsa, ikkinchi tomondan bir so'm o'rtacha tovar zahiralariga qancha tovar aylanishi to'g'ri kelishini anglatadi, ya'ni tovar zahirasi samaradorligini ko'rsatadi deb hisoblash mumkin.

9.3.2. Tovar zaxiralari ko'rsatkichlariga ta'sir qiluvchi omillar.

Tovar zaxiralari savdo karxonalarida umumiy hajmi va tovar guruxlari bo'yicha har xil miqdorda shakllanadi. Chunki uning miqdoriga har xil omillar ta'sir qiladi.

Ular ob'ektiv va sub'ektiv omillarga bo'linadi.

Ob'ektiv omillar, bu real mavjud shart sharoitlardan kelib chiqadi va inson faoliyatiga bog'liqligi kam.

Sub'ektiv omillar, bu to'g'ridan to'g'ri inson faoliyati bilan bog'liq bo'lib ular qabul qilgan boshqaruv qarorlarini ob'ektiv va realligidan kelib chiqadi.

Asosiy ob'ektiv omillarga quyidagilarni kiritish mumkin:

Talab va taklifni umumiy xajmi assortimentlari bo'yicha muvofiqligi.

- 1.Mavsumiy xususiyatlari;
- 2.Ishlab chiqarishni hududiy joylashishi;
- 3.Transport aloqalari, yo'llarini xolati va tashkillashtirish;
- 4.Chakana tovar aylanish tarkibi – tovar assortimentlarini murakkablik darajasi;
- 5.Tovarlarni fizik ximik xususiyati;
- 6.Savdoni moddiy texnik ba'zasi holati;
- 7.Savdoni tashkil qilish darajasi, texnologiyasi tashkil qilish shakllari;
- 8.Tovarlarni siljishini axborot ta'minoti;
- 9.Tovarlarni keltirishni tashkil qilish va tashish tezligi;
- 10.Savdo karxonasini tovar aylanish hajmi va xokozolar.

9.3.3. Tovar zaxiralarining tahlili.

Savdo karxonalari va shaxobchalarining asosiy vazifalaridan biri uning samaradorligini oqilona tovar zaxiralarini shakllantirish va ularni boshqarish orqali amalga oshirishdan iboratdir.

Tovar zahiralari shakllantirish va boshqarish savdo karxonalari va shaxobchalari xo‘jalik faoliyatini barcha qirralariga ta‘sir qiladi. Masalan: tovar aylanishining hajmiga va tarkibiga daromad miqdoriga, muomala (davr) harajatlari summasiga va darajasiga; foyda va rentabellikka va xokozolarga.

Shu sababli tovar zaxiralarini xolatini va samaradorligini muntazam tahlil qilib borish zaruriyati tug‘iladi.

Tovar zahiralari optimal boshqarishni asosiy maqsadi minimal harajatlar bilan tovar zahiralari shakllantirish orqali tovar aylanish hajmini oshirishdan iborat bo‘lmog‘i lozim.

Tovar zahiralari boshqarish jarayonining asosiy usullaridan biri ularni tahlil qilishdir.

Tovar zaxiralarini taxlil qilishning maqsadi, ularni belgilangan talablarga javob berishini va savdo karxonasi yoki shaxobchasini xo‘jalik faoliyati natijasiga ta‘sirini baholashdan iboratdir.

Tovar zahiralari tahlil qilishda quyidagi vazifalarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

- Ø tahlil uchun zarur bo‘lgan ma‘lumotlarni to‘plash, tizimlashtirish va solishtirma yuzaga keltirish;
- Ø tovar zahiralari summasi va nisbiy ko‘rsatkichlarini dekada, oy, kvartal va yil boshi va oxiriga umuman hamda tovar assortimentlari bo‘yicha tahlil qilinayotgan karxonada yoki shaxobchada (magazin nazarda tutilayapti) aniqlash;
- Ø haqiqiy tovar zaxiralari absolyut va nisbiy ko‘rsatkichlarini belgilangan normativlar (rejalashtirilgan ko‘rsatkichlar) bilan solishtirish va farqini aniqlash;

- Ø tovar zahiralari ko'rsatkichlarini dinamikasini o'rganish, uni boshqa savdo shaxobchalari, karxonalari (raqobatchilar), tuman, viloyat, respublikaning ko'rsatkichlari bilan solishtirish va baho berish;
- Ø tovar zahiralari xajmi, tarkibi va uning nisbiy ko'rsatkichlariga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganish va baholash;
- Ø aniqlangan va baholangan xolatni takomillashtirish bo'yicha, xulosalar, takliflar tayyorlash va chora tadbirlar ishlab chiqarish.

Tovar zahiralari dinamikasini o'rganish uchun quyidagicha jadval tuzish mumkin.

9.3.3.1 jadval.

Tovar aylanish va tovar zahiralarning dinamikasi.

Ko'rsatkichlar	Y i l l a r				
	1	2	3	4	5
1. Tovar aylanishi summasi.					
2. O'zgartirish surati					
2.1. O'tgan yilga nisbatan, %	100,0				
2.2. Bazis yilga nisbatan, %	100,0				
3. Tovar zahirasi summasi					
4. O'zgarish surati					
4.1. O'tgan yilga nisbatan, %	100,0				
4.2. Bazis yilga nisbatan, %	100,0				

Ushbu jadvalni haqiqiy baholarda va solishtirma baholarda tahlil qilish tavsiya qilinadi.

Tahlil qilishni vazifasi va ob'ektiga qarab tovar zaxiralari dinamikasi savdo shaxobchasi, karxonasi, tuman, shahar, viloyat va respublika miqyosida tovar zaxiralarning umumiy xajmi va aloxida tovar guruxlari bo'yicha o'rganiladi.

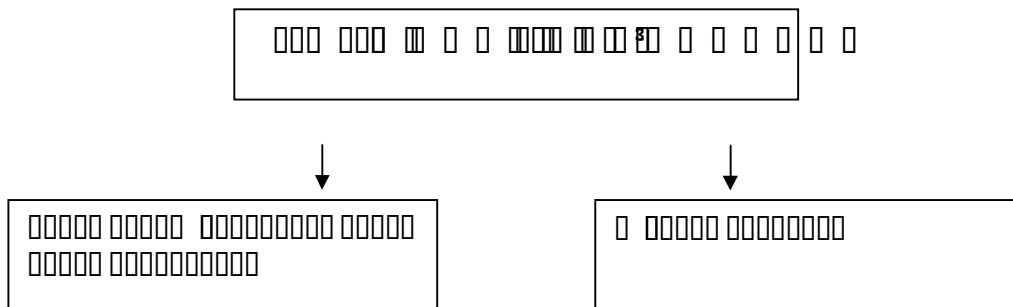
Xuddi shunday tuman, viloyat va respublika miqyosida tovar zaxiralari joylanishi bo'yicha, chakana, ulgurji savdoda, ommaviy ovqatlanish shaxobchalarida, yo'ldagi alohida ishlab chiqarishdagi dinamikasini o'rganishni

tavsiya qilamiz.

Tovar zahiralari alohida savdo shaxobchasi miqyosida tahlil qilish jarayonida, uning umumiy xajmini va tovar guruhlari bo'yicha summasini belgilangan normativ bilan solishtirish va chetlanishini aniqlash zarur.

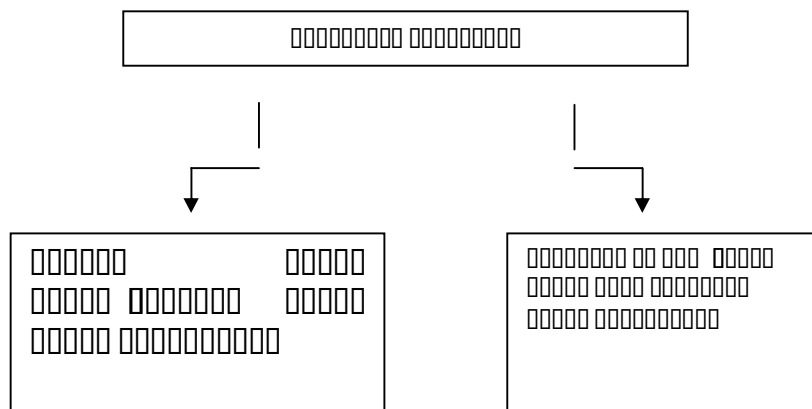
Tovar zahiralarni tahlil qilishda ularni statistik hisobotdagi tarkibi, normativ bilan solishtirma tarkibi yuzaga keltirilishi zarur, chunki

9.3.3.1 chizma



dan tashkil topadi.

9.3.3.2 chizma



Umumiy tovar zahiralari tarkibida hisobga olinadi.

9.3.3.3 chizma



=

-

□□□□□□□□ □□ □□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□□□□□ □□□□□ □□□□□□□□□□□□	□ □□□□□ □□□□□□□□□□
---	--------------------

Tovar zaiiralaring tahlil uchun quyidagi jadvalni tavsiya qilamiz

9.3.3.2 - jadval

Tovar zahiralari savdo shaxobchalari bo'yicha normativ bilan solishtirma tahlili

(summasi ... so'm)

Magazinlar	Iaqi qiy zahira, jami	Jumladan mavsumiy zahira	Yo'ldagi zahira	Joriy zahira summasi	Normativ summasi	Normativdan farqi (+; -)		Rejadagi bir kunlik tovar aylanishi
						Summasi	Kunlar hisobida	
1	2	3	4	5=2-3+4	6	7=5-6	8=7: 9	9
Supermarket Market Univermag va hakoza №1 №2, №3 ...								

Jadvalni 9 xonasi kelgusi kvartalning rejasidagi tovar aylanishi bo'yicha aniqlanadi. Ushbu jadval shaklida tovar zahiralari har kvartal bo'yicha tahlil qilish maqsadga muvofiq.

Xuddi shunday jadval alohida savdo shaxobchasi yoki korxonasining alohida tovar guruhlari (makro – mikro tarkibi) bo'yicha chakana va ulgurji savdoda, ommaviy ovqatlanish shaxobchasi kabilarda ham ishlatiladi.

Tovar zahiralarning tahlili tovar ayriboshlash ko'rsatkichlarni (kun, marotaba) tahlil qilish bilan to'ldiriladi. Tovar ayriboshlashni o'rganish biron bir davrga, ya'ni kvartal va yil davriga amalga oshiriladi. Bu ko'rsatkich aholiga tovarlar sotish tezligini o'rganishga imkoniyat yaratadi.

Bunday tahlilni o'tkazish uchun quyidagi jadvaldan foydalanish tavsiya qilinadi.

9.3.3.3 jadval

Tovar ayriboshlashning kunlar hisobida holati

(summasi ... so'm)

Magazinar	O'tgan yilga tovar ayriboshlash, kun	Hisobot yiliga xaqiqiy o'rtacha tovar zahiralari	Tovar aylanishi		Tovar aytiboshlash		Farqi (+; -)	
			Yilga	Bir kunligi	Hisobot yiliga	Normativ, kunlar hisobida	Normativdan	O'tgan yildan
1	2	3	4	5=4:360	6 = 3 : 5	7	8=6 - 7	9 = 6 - 2

Tovar ayriboshlashni o'rganishda uning miqdoriga tovar aylanish xajmi va o'rtacha tovar zahiralari miqdorini hamda tovar aylanishining tarkibini o'zgarishi qanday ta'sir qilganini aniqlash katta amaliy ahamiyatga ega. Bunday hisobotlarni o'tkazish uchun 9.3.3.4 va 9.3.3.5 jadvallardan foydalanishni tavsiya qilamiz.

9.3.3.4 jadval

Tovar ayriboshlash tezligiga tovar aylanish hajmi va o'rtacha tovar zahiralari o'zgarish ta'sirining hisob kitobi.

Magazinlar	Chakana tovar aylanishi		O'rtacha tovar zahiralari		Tovar ayriboshlash, kunlar		Tovar ayriboshlash haqiqiy tovar aylanish va rejadagi zahiralalar hisobida	Farqi (+; -)		
	Reja	Xaqiqiy	Reja	Xaqiqiy	Normativ	Xaqiqiy		Jami	Jumladan	
									Tovar aylanishi	o'rtacha tovar zahiasi
1	2	3	4	5	$6=4 \cdot 360:2$	$7=5 \cdot 360:3$	$8=4 \cdot 360:3$	$9=7-6$	$10=8-6$	$11=8-7$

Tovar aylanish tarkibini (makro va mikro tarkibi) tovar ayriboshlash tezligiga ta'sirini hisob kitobi

Tovar guruhlari	1 kunlik tovar aylanish (...so'm)		Tovar aylanish tarkibi, %		o'rtacha tovar zahirasi, (...so'm)		Tovar ayriboshlash, kun		Tovar zahirasi o'tgan yilgi tovar ayriboshlash va hisobot yilidagi tovar aylanish tarkibi hisobida	Jami tovar ayriboshlash 10 qator ko'rsatkichlari hisobida	Farqi (+; -), kun		
	o'tgan yil	hisobot yil	o'tgan yil	hisobot yil	o'tgan yil	hisobot yil	o'tgan yil	hisobot yil			Jami	Jumladan	
												Tovar aylanish tarkibi hisobidan	Tovar ayriboshlash tezligi hisobida
1	2	3	4	5	6	7	8=6:2	9=7:3	10=5·8	11	12=9-8	13=11-8	14=11-9
1. Oziq-ovqatlar										-	-	-	-
2. Nooziq-ovqatlar										-	-	-	-
jami										10 jami:100			

Mavsumiy va sotish muddatidan oldin yetkaziladigan tovar zaxiralarining tahlili o'z xususiyatiga ega, chunki ular joriy sotishga mo'ljallanmagan. Ularning miqdori (normativi) har kvartal oxiriga keltirish muddati va kvartalda sotilish xajmidan kelib chiqib so'm hisobida aniqlanadi, tahlil qilish usuli esa ushbu xususiyatlardan kelib chiqadi.

Tahlil qilishda ularning har kvartal oxiridagi miqdori belgilangan normativ bilan solishtiriladi, farqi aniqlanadi va ularni normal xolatga keltirish uchun chora tadbirlar ishlab chiqiladi.

Masalan: mavsumiy tovar zaxiralarini tahlil qilishda to'plangan tovarlar miqdori normativ bilan solishtirilib, kelayotgan mavsumga aholini talabini qondira oladimi yoki yo'qligi aniqlanadi. Sotish muddatidan oldin yetkaziladigan tovar zahiralarini bo'yicha kelasi tovar keltirilguncha savdo shaxobchasi tovarlar bilan ta'minlanganmi yoki yo'qligi aniqlanadi.

9.3.4 Tovarlar kelishi tushunchasi, manbalari va ularning tahlili.

Savdo zvenolari (chakana, ulgurji) va ommaviy ovqatlanish shahobchalarini xo'jalik faoliyatining natijasi ko'p tomonlama ularni tovarlar bilan ta'minlashga, ya'ni tovarlar ta'minotiga bog'liq.

Tovarlar ta'minotining ko'rsatkichi sifatida tovarlarni kelishi tushiniladi. Tovarlarining kelishi absolyut ko'rsatkichlar orqali, ya'ni qiymat (so'm) hisobida va natural (dona, kg, metr, banka) ko'rsatkichlarda hisob-kitob, tahlil qilinadi va rejalashtiriladi. Ularni umumiy hajmi makrotarkibi (oziq-ovqatlar va nooziq-ovqatlar) faqat qiymat (so'mda) ko'rsatkichida ifodalanadi, assortiment tarkibi (tovar guruhlari) qiymat (so'm) va natural ko'rsatkichlarda o'z ifodasini topadi.

Shunday qilib, tovarlarni kelishi deganda qiymat va natural ko'rsatkichlarda ifodalangan chakana va ulgurji savdo, ommaviy ovqatlanish shahobchalarini tovarlar bilan ta'minlash, ularni tovarlar ta'minotini tushunamiz.

Tovarlar kelishi ko'rsatkichi iste'mol tovarlari taklifini bir qismini ifodalaydi. Chunki iste'mol tovarlari taklifi deganda bizlar sotishga mo'ljallangan, bozorga keltirilgan, u yerda turgan va keltirilishi mumkin bo'lgan tovarlar massasini

tushinamiz.

Shunday qilib tovarlarni kelishi deganda iste'mol tovarlari taklifini bozorga keltirilgan qismi sifatida qarash mumkin. Ya'ni uning qiymati, miqdori va assortimentini ko'z oldimizga keltirishimiz kerak.

Tovarlar kelishini manbalari iste'mol tovarlari manbalariga to'la mos keladi. Ushbu kitobning 8 bobi, 8.2.2. paragrafiga qaralsin. U paragrafda iste'mol tovarlari taklifining manbalari to'la yoritilgan. Ushbu manbalar tovarlarni ishlab chiqarish va joylarga yetkazuvchilar nuqtai nazaridan yoritilgan.

Tovarlar kelishini manbalarini chakana va ulgurji savdoda, ommaviy ovqatlanish shahobchalarida hisob – kitob, tahlil qilish, rejalashtirish nuqtai nazaridan qaralsa yuqorida keltirilgan manbalar asos bo'libgina qolmay, haqiqatda ularni keltiruvchi yoki yetkazuvchi sifatida boshqa manbalar vujudga keladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji savdo bilan shug'ullanuvchi mayda va ko'p sonli har xil turdagi vositachilar vujudga kelgan. Ana shular chakana savdo va ommaviy ovqatlanish shahobchalarini tovarlar bilan ta'minlovchi manba sifatida xazmat qilmoqda. Ulgurji savdo korxonalarini ham tovarlar bilan ta'minlashda tovar taklifi manbalari bilan bir qatorda yangidan vujudga kelgan, katta miqdorda tovar sotuvchi vositachilar vujudga kelgan.

Ommaviy ovqatlanish shahobchalarini biz yuqorida keltirilgan vositachilar bilan bir qatorda, yirik chakana savdo shahobchalari va dehqon bozorlari tovarlar bilan ta'minlamoqda.

Ayrim chakana savdo shahobchalari uchun tovarlar keltirish manbasi sifatida dehqon bozorlari xizmat qiladi. Ular asosan qishloq xo'jaligi mahsulotlari bilan ta'minlanmaydi.

Amaliyotda tovar aylanish rejasini bajarish, zaruriy tovar zahiralari shakllantirishni ta'minlashni asosiy omillaridan biri bo'lib, belgilangan vaqtida va miqdorda tovarlarni yetkazish hisoblanadi.

O'z vaqtida keltirilgan vazifa bajarilmasa yoki rejadan cheklansa savdo va ommaviy ovqatlanish korxonalaari va shahobchalarini natijaviy ko'rsatkichlariga salbiy ta'sir qilish ehtimoldan yiroq emas. Shu sababli tovarlar kelishi tahlili dolzarb

masala hisoblanadi.

Tovarlar kelishini tahlil qilish har kuni, hafta, dekada, oy, kvartal va yil natijalari bo'yicha muntazam o'tkazilib, chetlanishlar aniqlansa zaruriy choralar ko'rish maqsadga muvofiqdir.

Tovarlarni kelishini tahlil qilishda quyidagilarni aniqlash tavsiya qilinadi:

- tovar yuboruvchilar tomonidan shartnomalarni bajarilishi, keltirilgan tovarlarni miqdori, assortimenti, sifati va keltirish muddatini shartnomaga, buyurtmaga mosligini tahlil qilish. Bunday tahlil tezkor harakterga ega bo'lishi va har kuni, hafta, dekada va oy natijalari keyinchalik har kvartal va yil bo'yicha umumlashtirilib berilishi zarur;
- tovarlar kelishi rejasini tovar guruhlari va umumiy hajmi bo'yicha bajarilishini (oy, kvartal, yil);
- tovarlar kelishini davrlar bo'yicha bir xil me'yorda bo'lishini o'rganish;
- tovarlar kelishini manbalari bo'yicha baholash, umumiy tovarlar hajmida alohida manbalar hissasini aniqlash, dinamikasini baholash;
- import tovarlari va respublikada ishlab chiqarilgan tovarlar hissasini o'zgarishini alohida tahlil qilish, uni dinamikasiga baho berish.

Bunday tahlilda o'xshash, bir – birini almashtirish mumkin bo'lgan tovarlarga alohida e'tibor qaratish zarur. Bunday tahlil asosan viloyat, respublika miqyosida statistik organlar tomonidan chuqur tahlil qilinishi zarurligini alohida takidlaymiz.

Tovar kelishini tahlili tovar aylanishi ko'rsatkichlarini (9.1.4. paragrafqa qaralsin) balans bog'liqligini tahlil qilish bilan o'z nihoyasiga yetadi.

Tayanch iboralar: tovar zaxiralari, tovar aylanishi, tovar ta'limoti, tovarlarni kelishi.

Takrorlash uchun savollar.

1. Zaxira nima va u qanday turlarga bo'linadi?
2. Tovar zaxirasi tushunchasini yoriting?
3. Tovar zaxiralari qanday turlarga bo'linadi?
4. Tovar zaxiralari ko'rsatkichlarini ayting va ular qanday hisoblanadi?
5. Tovar zaxiralari kunlari hisobidagi ko'rsatkichi nimani anglatadi?

6. Tovar ayriboshlash ko'rsatkichlari qanday hisoblanadi va nimani anglatadi?
7. Tovar zaxiralari miqdori va uni ko'rsatkichlariga qanday omillar ta'sir qiladi?
8. Tovar zaxiralari qanday tahlil qilinadi?
9. Tovarlar kelishi tushunchasini yoriting?
10. Tovarlar ta'minoti deganda nimani tushunasiz?
11. Tovarlar ta'minoti manbalarini ayting?
12. Tovarlar kelishi qanday tahlil qilinadi?

9.4. Chakana tovar aylanishini prognozlash va rejalashtirish.

9.4.1. Chakana tovar aylanishini uzoq muddatga prognozlash.

9.4.2. Chakana tovar aylanishini joriy rejalashtirish.

9.4.3. Chakana tovar aylanishini tarkibi (assortimenti) ni prognozlash va rejalashtirish.

9.4.1. Chakana tovar aylanishini uzoq muddatga prognozlash.

Iqtisodiyot ko'rsatkichlarini uzoq muddatga prognozlash ob'ektiv zaruriyatlardan kelib chiqadi. Bu hol jamiyatni ijtimoiy – iqtisodiy tuzumidan qat'iy nazar, amaliyot uchun zarur faoliyat.

Jamiyat taraqqiyotida ijtimoiy mehnat taqsimoti, ilmiy texnik rivojlanish xalqaro va xududiy bog'liqliklarni kengaytirib, murakkablashtirib yuboradi.

Xalqaro, xududiy va korxonalararo iqtisodiy aloqalarini va ularni iqtisodiy, shartnomaviy munosabatlarini prognozlash va rejalashtirish asosida olib borishni taqozo qiladi.

Umuman oddiy hayotda, har bir shaxs, oila, korxonalar, davlat uzoq muddatga muljallangan maqsad, vazifalarsiz faoliyat ko'rsata olmaydi. Ushbu maqsad va vazifalarni amalga oshirish mavjud resurslardan, imkoniyatlardan kelajakda

foydalanish yo‘llarini iqtisodiy nuqtai nazardan hisob – kitob qilishni, ratsional va optimal foydalanish yo‘llarini asoslashni talab qiladi.

Bozor iqtisodiyotini insoniyat hayotiga, xo‘jalik sub’ektlari faoliyatiga, jamiyat va davlatning siyosiy, iqtisodiy va boshqa jihatlariga dahshatli salbiy ta’sir ko‘rsatadigan tomonlari mavjud. Bunday omillarni kelajakka bashorat qilmay, e’tiborga olmay, hisoblashmiy taraqqiyotga erishib bo‘lmaydi.

Jamiyatdagi barcha tabiiy, moddiy, moliyaviy resurslar chegaralangan, ulardan maqsadli va ratsional foydalanish zarur. Ushbu holat birinchidan, halqaro, xududiy va umuman ho‘jalik sub’ektlarida bog‘liqliklarni chuqurlashtiradi. Ularni e’tiborga olish zaruratini tug‘diradi;

Ikkinchidan, halqaro, tarmoqlararo kompleks masalalarni kelishilgan holda hal qilishni taqazo qiladi;

Uchinchidan, barcha iqtisodiy munosabatlarni shartnoma asosida amalga oshirishni talab qiladi;

To‘rtinchidan, har bir ho‘jalik sub’ekti o‘z faoliyati ko‘rsatkichlarini rivojlanish tendensiyalarini kelajakka hisob – kitob qilish zaruriyatini tug‘diradi.

Uzoq muddatga prognozlash metodologiyasi umumiy rejalashtirish metodologiyasiga asoslanadi (5 mavzuning 5.2 bo‘limiga qaralsin).

Uzoq muddatga prognozashtirish asosida maqsadga erishish yo‘llari asoslanadi. Buning uchun prognozashtirishda ilmiy tashkilotlar, ishtirok etishni ta’minlanishi, ilmiy asoslangan norma va normativlarni ishlatilishi, prognozlar ko‘p variantlarda tuzilishi, uzoq muddatga tuzilgan shartnomalarni hisobga olishi va hakoza zarur bo‘ladi.

Prognozlash, kelajakni ko‘ra bilish, bashorat qilish mazmunini anglatib ehtimol harakteriga ega. Prognozashtirishni rejalashtirishning dastlabki bosqichi uzoq muddatga qabul qiladigan qaror uchun qo‘shimcha axborot olish vositasi sifatida tushinish ham mumkin.

1.Chakana tovar aylanishi uzoq muddatga prognozlash va rejalashtirish metodologiyasi. Prognozlash (kelajakni ko‘ra bilish, aniqlash ma’nosini bildiradi), rejashtirishni dastabki bosqichi, uzoq muddatga tahlilning varianti, qaror qabul qilish

uchun qo‘shimcha axborot olish vositasi sifatida ishlatiladi.

Savdoda prognozlash boshqa tarmoqlardagi kabi plan-orientir (taxmin) sifatida ishlatiladi. U ehtimol harakterga ega.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida krizislardan chiqish, krizisga ro‘para bo‘lmaslik barchasida prognozlarning ahamiyati juda katta. Chunki prognozlash maqsadga erishish uchun chora tadbirlarni ishlab chiqish orqali rejalashtirish va maqsadga erishishni ta‘minlaydi.

Prognozlash bir nechta variantlarda amalga oshiriladi.

Chakana tovar aylanishi prognozlashda respublika miqiyosida quyidagi tenglamani asos qilib olishi mumkin.

$$Axf_t \geq \text{CHTA}_t \leq \text{TR}_t$$

Bunda:

Axf_t – aholining harid fondi;

CHTA – chakana tovar aylanishi;

TR – aholiga sotishga mo‘ljallangan tovar resurslari

t – prognozlash yili.

Bu ko‘rsatkichlar balansi respublika miqqiyosida viloyatlar miqiyosida, viloyatlar miqiyosida tovar guruhleri (makrotartib, mikrotartib) bo‘yicha detallashtiriladi va uni ta‘minlashga intilish zarur.

Bu tenglamani ishlatish «Umumiylikdan → elementlarga» o‘tish (analiz) yoki «elementlardan → umumiylikka» o‘tish (sintez) usullari bo‘yicha amalga oshirish mumkin.

Chakana tovar aylanishi prognozlashga nisbatan bu usullar quyidagi jarayonni anglatadi:

1. «Umumiylikdan → elementlarga» o‘tish chakana tovar aylanishi umumiy hajmini oldin belgilash va keyin uni makro yoki mikro tarkibini aniqlashga o‘tishni anglatadi.

2. «Elementlardan → umumiylikka» o‘tish chakana tovar aylanishini makro yoki mikro tartibini oldin aniqlash va ularning yig‘indisini hisoblash orqali chakana tovar aylanishini umumiy hajmini belgilash.

Bu qoida chakana tovar aylanishi uzoq muddatga prognozlash, qisqa muddatga va joriy rejalashtirishda metodologik asos bo‘lib hisoblanadi.

Chakana tovar aylanishi prognozlash va rejalashtirishda yuqorida keltirilganlar metodologiya nuqtai nazardan bir variant bo‘lib hisoblanadi.

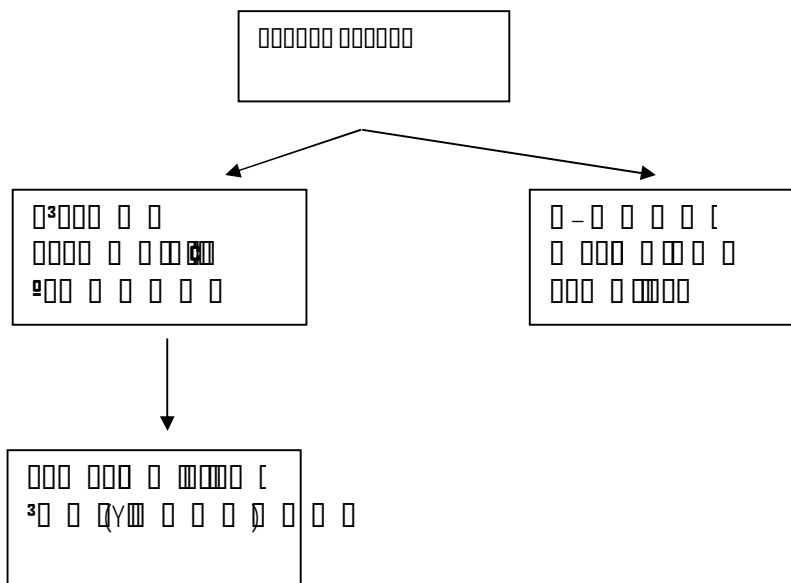
Metodologik qoidani ikkinchi varianti sifatida chakana tovar aylanishini aholining jon boshiga yoki hajmini aniqlash orqali prognozlash usuli ishlatilishi mumkin.

Bu holda:

1. Chakana tovar aylanishi umumiy hajmi sintez usuli ya’ni «elementlardan – umumiylikka» qarab borish usuli bilan aniqlanadi.

Oldin chakana tovar aylanishi aholi jon boshiga yoki oilaga to‘g‘ri keladigan xajmi aniqlanadi, so‘ngra ularning umumiy aholi yoki oila soniga ko‘paytirish yo‘li bilan chakana tovar aylanishi umumiy hajmi aniqlanadi.

Chakana tovar aylanishi prognozlash va rejalashtirishni metodologik prinsiplaridan biri «Bezarlilik nuqtasi»ni aniqlashdir chunki, chakana tovar aylanishi prognozlashda savdo korxonalarining asosiy maqsadidan kelib chiqish mumkin.



Bezarlilik nuqtasi quyidagicha aniqlanadi.

$$BN = \frac{D_x}{1 - \frac{Y_x}{\text{ЧТА}}}$$

Bu yerda:

D_x – doimiy harajatlar (muomala harajatlarining doimiy o‘zgarmas qismi)

Y_x – o‘zgaruvchan harajatlar (muomala harajatlarining o‘zgaruvchan qismi)

Bezaratlik nuqtasini aniqlashni boshqa usullari ham mavjud.

1. Doimiy harajatlarni 100% ga ko‘paytirib, daromadlarning darajasiga bo‘lish

$$BN = \frac{\sum D_x \cdot 100}{\frac{\sum D \cdot 100}{\text{ЧТА}}}$$

Bu yerda:

D – daromadlar summasi.

2. Chakana tovar aylanishini doimiy harajatlarga ko‘paytirib chakana tovar aylanishidan o‘zgaruvchan harajatlar qismiga bo‘lish

$$BN = \frac{\text{ЧТА} \cdot D_x}{\text{ЧТА} - Y_x}$$

Chakana tovar aylanishi prognozlash va rejalashtirishda quyidagi usullardan keng foydalanish mumkin.

1. Statistik tajriba usuli (taxmin, omillarni o‘rganish va h.k.lar).
2. O‘rtacha siljish ko‘rsatkichlari orqali (\bar{K}) ko‘p amilla regression modellar
3. Matematik modellashtirish ekstropolyatsiya usuli
4. Normativ usullar

Statistik tajriba usuli asosan joriy rejalashtirish (yil, kvartal, oy, hafta, kunlik) ishlatilishi mumkin.

O‘rtacha siljish ekstropolyatsiyani oddiy varianti bo‘lib, bu ham ko‘proq joriy rejalashtirishda qo‘llaniladi.

Matematik modellashtirish, jumladan ekstropolyatsiya (matematik modellar

orqali) chakana tovar aylanishi umumiy hajmini uzoq va o'rtta muddatlarga prognozlashda qo'llanish tavsiya qilinadi.

Normativ usullar chakana tovar aylanishi tarkibini prognozlash va rejalashtirishda ko'proq ishlatiladi.

Chakana tovar aylanishi prognozlashni ayrim usullarini ko'rib chiqamiz.

Chakana tovar aylanishi respublika miqiyosida prognozlashda quyidagi matematik modellardan foydalanish mumkin.

Birinchi bosqichda chakana tovar aylanishi oila xo'jaligi to'g'ri keladigan o'rtacha miqdorini aniqash mumkin.

$$Y_x = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4$$

Bunda:

Y_x – o'rtacha oila xo'jaligiga to'g'ri keladigan chakana tovar aylanishi o'sish sur'ati;

x_1 – o'rtacha har bir oila xo'jaligiga to'g'ri keladigan pul daromadlarining o'sish sur'ati;

x_2 – oila xo'jaligini tovarlar sotib olishga qilgan harajatlarining o'sish sur'ati;

x_3 – savdo maydonini 1000 oila xo'jaligini hisobini o'sish sur'ati;

x_4 – vaqt faktori;

$a_0, a_1, a_2, a_3,$ va a_4 – tenglama parametrlari.

Tenglama parametrlarining 5-10 o'tgan yillar ko'rsatkichlari asosida kopyuterlar orqali hisoblash mumkin.

Ikkinchi bosqichda o'rtacha chakana tovar aylanishi oila xo'jaligi uchun prognoz qilingan davrga aniqlanadi.

Uning uchun quyidagi formula ishlatiladi

$$CHTA_{oxp} = \frac{qTA_{oxo} \cdot Y_x + 100}{100}$$

Uchinchi bosqichda CHTA umumiy hajmi aniqlanadi.

$$CHTA_p = CHTA_{o.x.p.} \cdot O.X_p$$

Keyingi bosqichda respublikada CHTA_p viloyatlar bo'yicha xajmini aniqlash mumkin va tavsiya sifatida ularga yuborilishi mumkin.

Buning uchun viloyatlarni respublika chakana tovar aylanishi hissasi aholi daromadida yoki harid fondlaridagi hissasi ishlatilishi mumkin.

Masalan: 1. Chakana tovar aylanishi hissasi bo'yicha

$$CHTA_{pi} = CHTA_p \cdot \frac{qTA_{\delta.i}}{qTA_{\delta}}$$

2. Harid fondlari hissasi bo'yicha

$$CHTA_{pi} = CHTA_p \cdot \frac{A_{x\phi.\delta i}}{A_{x\phi\delta}}$$

3. Pul daromadlari hissasi bo'yicha

$$CHTA_{pi} = CHTA_p \cdot \frac{AD_{\delta.i}}{AD_{\delta}}$$

Uchala variantni solishtirib optimal chakana tovar aylanishi viloyatlar bo'yicha tavsiya qilish maqsadga muvofiq bo'ladi.

Yuqorida keltirilgan prognoz hisob – kitoblari boshqacha matematik modellar asosida ham amalga oshirish mumkin.

$$1. Y_t = af(t) + b$$

Bu yerda: $Y_t = CHTP_p$ o'sish tendensiyasi

$f(t)$ – turdagi funksional chakana tovar aylanishi dinamik qatorda o'zgarish harakterini ko'rsatuvchi matematik funksiya.

t – vaqt.

$$2. Y_{tD} = af(D) + b$$

D – aholining pul daromadlari.

$$3. Y_{tDTr} = af(D) + bf(Tp) + c$$

Tr – tovar resurslari

$$4. Y_{tMn} = af(Mn) + b$$

Mn – milliy daromad

$$5. Y_{tif} = af(If) + b$$

If – iste'mol fondi

$$6. Y_i = f_i(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

Y_i – i davrga chakana tovar aylanishi

f_i – hisoblanadigan matematik funksiya

x_1, x_2, \dots, x_n – chakana tovar aylanishiga ta'sir qiluvchi omillar.

Chakana tovar aylanishi hajmi va tarkibi ko'p omillarga bog'liq (9.2 mavzuning 9.2.2 paragrafiga qarang) bo'lib uni prognozlashda talab va taklifni prognoz ma'lumotlari, iqtisodiy, demografik, ijtimoiy, klimatga bog'liq prognozlar e'tiborga olinishi lozim. Ushbular bilan bir qatorda chakana tovar aylanishi aholining hayot tarzi, yashash darajasi kabilarga ham bog'liqdir.

Chakana tovar aylanishini prognozlashda umumsiyosiy masalalarni, halqaro aloqalarning rivojlanishi kabilar ham e'bordan chetda qolmasligi kerak.

Yuqorida qayd etilgan shart – sharoitlar va omillarni hisobga olish murakkab, hisobga olish ehtimoli kam yoki yo'q bo'lishi mumkin. Shu sababli bunday omillar, shart – sharoitlarni ta'sir qilish darajasi ularga ekspert baho berish usuli orqali hisobga olinishi mumkin.

9.4.2 Chakana tovar aylanishini joriy rejalashtirish (qisqa muddatga)

Joriy rejalashtirish bir yilga, kvartal va oylar bo'yicha rejalashtirishni o'z ichiga oladi.

Tezkor rejalar xaftaga kunga tuziladigan rejalaridan iborat bo'ladi.

Bozor iqtisodiyoti rejalashtirish jarayonini boshqaruv iyerarxiyasining pastki bo'g'iniga, mikrouroven (daraja)ga tushirishga olib keladi va mikroiqtisodiy sharoitni har tomonlama chuqur tahlil qilish iqtisodiy tahlilni va rejalashtirishni yangi yo'nalishlarini usul va uslublarini ishlatishni taqazo qiladi.

Savdo korxonalarining asosiy vazifalaridan biri, raqobat sharoitida, ko'pgina noaniqliklar mavjudligida qachon? qayerda? kimga? qancha miqdorda? u tovar sota olishi, undan qancha daromad olishini aniqlab olishdir.

Reja bu tadbirlar tizimi bo'lib, unda biz yuqorida aytilgan masalalarni ketma-ketlikda, belgilangan muddatda, miqdorda amalga oshirilish yo'llari texnik-iqtisodiy hisob kitoblar asosida asoslab berilishi lozim.

Rejaning prognozdan farqi uni asoslashda korxonalar ichki va tashqi omillarni, ob'ektiv va sub'ektiv sharoitlarni ko'rsatkichlar orqali asoslash va uni

boshqarilishi zarur(shart)ligidadir.

Prognoz esa ehtimollar, tahminlarga asoslanib, korxonaning barcha shart sharoitlarini hisobga ola bilmaydi va u taklifiy harakterga ega.

Reja korxonaga tijorat va moliyaviy xavf-xatarni kamaytirish yoki umuman undan bezarar qutilishni ta'minlashga xizmat qiladi.

Chakana savdo shaxobchalarini tovar aylanishini rejalashtirish ularni, raqobat sharoitida ularni xonavayron bo'lishidan asraydi. Shu sababali har bir savdo shaxobchasi, ommaviy ovqatlanish korxonasi o'z tovar aylanishini uzluksiz yilmayil, kvartalma-kvartal, oyma-oy hamda xaftalar va kunlar bo'yicha rejalashtirib borishi amaliy zaruryat bo'lib hisoblanadi.

Savdo korxonalarining faoliyati natijasi insonlar talabini qondirishday murakkab ijtimoiy xodisa bilan bog'liq.

Shu sababli ularni natijaviy (tovar aylanishi, daromadi, foydasi) ko'rsatkichlarini rejalashtirishda juda ko'p bevosita va bilvosita ta'sir qiluvchi omillarni e'tiborga, hisobga olinishini taqazo qiladi.

Oddiy misol, 2005-2006 yillarda butun dunyoni vahimaga solgan "Tovuq kasalligi" muammosi tovuq go'shti va tuxumi iste'molini keskin qisqartib yuborishga olib keldi. Bu esa ushbu mahsulotlar bilan savdo qiluvchi minglab savdo shaxobchalarini inqirozga uchrashga olib keldi.

Savdo shaxobchalarining rejaları hilma-xil bo'lib, ularning birlamchisi chakana tovar aylanishi bo'lib hisoblanadi.

hayot tarzini har bir oila qay darajada rejalashtirib borsa, shu darajada ularni talabini qondirishga hizmat qiluvchi sohalar ham o'z faoliyatini rejalashtirib borishi zaruriyatdir.

Chakana tovar aylanishini joriy rejalashtirish jarayonida quyidagi masalalarni hal qilishni tavsiya qilamiz:

Ü maqsadni aniqlash va konkret vazifalarni belgilash;

Ü birlamchi vazifalarni ajratish va ularni bajarishni ahamiyatidan kelib chiqib bajarish yo'llarini belgilash;

- Ü muammolarni shaxsiy va boshqalar tajribasidan kelib chiqib hal qilish yo‘llarini belgilab olish;
- Ü holatlar to‘g‘risida axborotlar, ma‘lumotlar to‘plash;
- Ü maqsadga erishish usul-uslublarini belgilab olish;
- Ü xavf – xatarlarni tahlil qilish, ulardan o‘tib ketish yoki ta’sirini kamaytirish yo‘llarini aniqlab olish, ularning alternativ variantlarni ishlab chiqish;
- Ü kordinal xulosaga kelish, bajarilishi zarur bo‘lgan chora – tadbirlar ro‘yxatini tuzish;
- Ü rejani tuzish;
- Ü rejani korrektirovka qilib borish;
- Ü rejani bajarilishini nazorat qilib borish. Buning uchun har – bir ko‘zda tutilgan chora – tadbirlarni bajarilishini alohida tutilgan qayd daftarida hisobga olib borish. Masalan: shartnomalarni bajarilishi, belgilangan muddatda, xajmda, assortimentda tovarlarning kelishi va hakoza.

Rejani bajarilishini ta’minlash uchun har bir hodim o‘z vazifasini to‘la – to‘kis bajarib borishi lozim.

Savdo shaxobchasini maqsadini aniqlashda quyidagilarni e’tiborga olish zarur:

- Ø bajariladigan jarayon masshtabi;
- Ø geografik, hududiy joylashishi;
- Ø raqobatchilar;
- Ø tovarlar assortimenti;
- Ø tovar aylanishining prognoz miqdori;
- Ø baholashtirish va baho miqdori;
- Ø tovar zaxiralari miqdori, assortimenti;
- Ø marketing siyosati, sotishni jadallashtirish chora – tadbirlari;
- Ø tovarlar va kassani saqlash va himoya qilish masalalari;
- Ø barcha amaliy ish bilan bog‘liq jarayonlarni hisobga olish;
- Ø tovarlarga buyurtma berish;

- Ø kadrlarni tanlash va taqsimlash;
- Ø byudjet, moliya, soliq organlari bilan munosabatlar;
- Ø shikoyat va takliflar qayd daftarini tahlil qilib borish;
- Ø biznesga ta'luqli huquqiy qonunlar, nizomlar, farmoyishlarga va boshqa huquqiy hujjatlarga rioya qilish kabilar.

Chakana tovar aylanishini rejalashtirishda har bir savdo korxonasi, shaxobchasi unga ta'sir qiluvchi tashqi muhitni va ichki omillarni to'la hisobga olishga erishishi mumkin.

Birinchidan, ichki omillarni hisob kitob qilish, ya'ni:

- Ü moliyaviy ta'minot (xususiy, jalb qilingan moliyaviy resurslar);
- Ü shaxsiy harakterga ega omillar (ish vaqti, ishchilarning kasbiy mahorati, xavf – xatarlarni bartaraf qilish imkoniyati);
- Ü savdo shaxobchasining joylashishi tovar assortimenti;
- Ü atrofdagi aholini ijtimoiy holati (daromadi; soni; aholining tarkibi (nafaqachi, o'qituvchi, talaba, ishlash joyi, oila soni; urf odati va xokozolar).

Tashqi muhitga siyosiy, iqtisodiy, xuquqiy ijtimoiy demografik omillar va sotib oluvchilar (talab), tovar yetkazuvchilar (taklif), raqobatchilar kabilarni ta'sir darajasini kiritish mumkin.

Chakana tovar aylanishi hajmini va tarkibini rejalashtirish nihoyatda murakkab (iqtisodiy, matematik va statistik hisob kitob nuqtai nazaridan) vazifalar qatoriga kiradi.

Tovarlarni sotish miqdorini aniqlash natijani aniq belgilashni nazarda tutadi. Kelajakda qanday o'zgarishlar sodir bo'lishini ko'ra bilishni taqazo qiladi. Uni hal qilish uchun sanoq ko'rsatkichi usullarini ishlatishni talab qiladi. Bu esa o'z yo'lida o'tgan yillar uchun chakana tovar aylanishi hajmini, tarkibini chuqur tahlil qilish, uning tendensiyalarini aniqlash kabi vazifalari bajarilishi asosida amalga oshishi mumkin. Bunda kelajakni baholash uchun rahbarlar va mutaxassislardan kasbiy mahorat, barcha omillarni sifat va ekspert baholash usullaridan foydalana bilishni talab qiladi.

Chakana tovar aylanishini qisqa muddatga rejalashtirish jarayonida biz ushbu bobning 9.4.1 paragrafida keltirilgan qoidalarga asoslanishni taklif qilamiz.

Chakana tovar aylanishi rejalashtirishda turli usullardan foydalaniladi. Ular qatoriga balans usuli, har xil texnik-statistik hisob kitoblar usuli, iqtisodiy matematik usullar, o'rtacha siljish hisob kitobi kabilarni kiritish mumkin.

Amaliyotda biz yuqorida keltirilgan omillar, qoidalarni hisobga olgan holda rejalashtirishni alternativ usuli sifatida "o'rtacha siljish" usulidan foydalaniladi.

Ushbu usulning mazmuni quyidagilardan iborat.

Chakana tovar aylanish hajmi hisobi quyidagi tarkibiy bo'limlar bo'yicha amalga oshiriladi:

- aholiga sotilgan tovarlar hajmi;
- korxonalar, tashkilotlar, muassasalarni umumiy xo'jalik ehtiyojini qondirish uchun sotilgan tovarlar (mayda ulgurji tovar aylanishi).

Chakana tovar aylanishini joriy rejalashtirish bir yilga, kvartallar va oylar bo'yicha amalga oshiriladi.

Kelayotgan yilga chakana tovar aylanishini rejalashtirishda kamida besh o'tgan yil uchun chakana tovar aylanishini tahlil qilish tavsiya qilinadi. Tahlil jarayonida chakana tovar aylanishi rivojlanish qonunyatlarini aniqlash, unga ta'sir qilgan omillarning miqdorini aniqlash zarur bo'ladi(9.2.2 va 9.2.3 paragraflariga qaralsin).

"o'rtacha siljish" usulini ishlatishda dinamik qatorni har uch yil uchun "baravarlashtirilgan" o'rtacha miqdori aniqlanadi. Uning uchun quyidagi formuladan foydalanishni tavsiya qilamiz. Masalan dinamik qator besh yildan iborat deb hisoblaylik.

O'rtacha siljish ko'rsatkichi " \bar{K} " chakana tovar aylanishini, har uch yil uchun o'rtacha o'zgarish surati foiz hisobida ko'rsatiladi. " \bar{K} " – har yillik o'sish suratini foiz hisobida anglatadi.

hisob kitob quyidacha amalga oshiriladi:

$$\bar{K}_1 = \frac{K_1 + K_2 + K_3}{3};$$

$$\bar{K}_2 = \frac{K_2 + K_3 + K_4}{3};$$

$$\bar{K}_3 = \frac{K_3 + K_4 + K_5}{3}.$$

Ushbu har uch yil uchun hisoblangan o'rtacha siljish ko'rsatkichlari asosida besh yil davr uchun o'rtacha o'sish miqdorini ($\bar{\Delta}$) quydagicha aniqlash mumkin.

$$\bar{\Delta} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{\Pi - 1}$$

Bu yerda \bar{K}_n – dinamik qatorni oxirgi ko'rsatkichi;

\bar{K}_1 – dinamik qatorning boshidagi ko'rsatkichi;

Π - dinamik qatorning umumiy soni.

Rejalashtirilgan yil uchun chakana tovar aylanishi o'sish surati (\bar{K}_r) quyidagicha aniqlanadi:

Baravrlashtirilgan o'rtacha dinamik qator ko'rsatkichini joriy yil bilan birga ikki qadam jildirish orqali, ya'ni

$$\bar{K}_r = K_5 \cdot 2 \cdot \bar{\Delta} \quad \text{aniqlanadi.}$$

Ushbu usul bilan aholiga sotilgan tovarlar va mayda ulgurji tovarlar aylanish xajmi tovar aylanishni kvartallar va oylar bo'yicha ham hisob kitob qilish mumkin.

Chakana tovar aylanishini kvartallar bo'yicha aniqlashda kvartallarni yillik tovar aylanishidagi hissasi, foiz hisobida (K), oylarni kvartal tovar aylanishidagi hissasi (K) hisobga olinadi va ularni baravrlashtirilgan o'rtacha siljish miqdori aniqlanadi. Uning uchun yuqorida keltirilgan formula ishlatiladi.

9.4.3 Chakana tovar aylanishini tarkibi (assortimenti) ni prognozlash va rejalashtirish.

Chakana tovar aylanishi assortimentini rejalashtirish savdo korxonalarining asosiy maqsadini amalga oshirishga yo'naltirilgan bo'lishi lozim.

Chakana tovar aylanishi assortimentini prognozlashtirish va rejalashtirish juda murakkab iqtisodiy jarayon bo'lib, u hayotdagi barcha ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlar bilan chambarchas bog'liq, aholining talabini qondirish jarayonini anglatuvchi ko'rsatkich hisoblanadi. Uni iqtisodiy asoslangan miqdori aholiga iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish uchun buyurtmalar berish, ishlab chiqarishni rivojlanishini rag'batlantirish, yangi tovarlarni ishlab chiqarish, talabga javob bermaydiganlarni yangisi bilan almashtirish kabi muammolarni hal qilish uchun asos bo'lib hisoblanadi.

Ushbu ko'rsatkich iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish va iste'mol qilish jarayonlari bilan bog'liq bo'lgan ilmiy-texnik ixtirolar, moda kabi murakkab jarayonlarda namoyon qiladi.

Chakana tovar aylanishi assortimentini rejalashtirishda alohida tovar guruhlarini xususiyatlaridan kelib chiqib, har xil usullardan foydalanish tavsiya qilinadi.

Tovarlarni ishlab chiqarish, bozorga kirish va kirmasligi, iste'mol qilinishi xususiyatlaridan kelib chiqib, ularni quyidagi makroguruhlariga ajratish mumkin:

1. aholi talabini bir qismi shaxsiy xo'jalik hisobidan qondiriladigan oziq-ovqatlar (notovar mahsulotlar ya'ni qishloq xo'jaligi mahsulotlari-go'sht, sut, tuxum, sabzavotlar, mevalar);
2. aholi talabi to'la savdo korxonalaridan sotib olish hisobidan qondiriladigan oziq-ovqatlar;
3. aholi talabini tovar resurslari hisobidan to'la qondirish mumkin bo'lgan nooziq-ovqatlar;
4. qisman ishlab chiqarilishi chegaralangan nooziq-ovqatlar;
5. uzoq muddatda iste'mol qilinadigan nooziq-ovqatlar. Ularni sotilish miqdori aholini pul bilan ta'minlanganlik darajasiga bog'liq.

Chakana tovar aylanishi assortimentini rejalashtirishda bir qator omillar e'tiborga olinishi zarur. Ularni asosiylariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- Ø aholining harid fondi miqdori (8.2.4 paragrafqa qaralsin);

- Ø ayrim tovarlar bilan aholini ta'minlanganligi (uzoq muddatda iste'mol qilinadigan nooziq-ovqat tovarlari), ya'ni ushbu tovarlarni 100 oilaga to'g'ri kelishi;
- Ø alohida tovar guruhlari bo'yicha aholi jon boshiga to'g'ri keladigan chakana tovar aylanishi, oxirgi 3-5 yillarda shakllangan iste'mol miqdori;
- Ø oxirgi 3-5 yillarda shakllangan chakana tovar aylanishi tarkibi, ya'ni umumiy chakana tovar aylanishida alohida tovar guruhlari hissasi, foiz hisobida;
- Ø alohida tovarlarni hududga (tuman, shahar, viloyat) ishlab chiqarish miqdori yoki boshqa hududlarda ishlab chiqarilishi, chet-eldan keltiriladigan tovarlarga bo'lib tahlil qilish natijalari;
- Ø oziq-ovqatlarni iste'mol qilishni fiziologik normalari va nooziq-ovqatlarni ratsional ishlatish normalari, ularni haqiqiy iste'mol miqdori bilan solishtirma ko'rsatkichlari;
- Ø aholini uy-joy bilan ta'minlanganlik darajasi va uni kelajakda rivojlanish ko'rsatkichlari;
- Ø aholiga xizmat qiluvchi korxonalar rivojlanishi. Masalan, atelelar, ustaxonalar va hokazolar.

Chakana tovar aylanishi assortimentini rejalashtirishda ishlatiladigan ayrim usullarni keltiramiz:

I. Fiziologik va ratsional ishlatish normalari orqali kelajakda iste'mol qilish miqdori quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$\Pi = \Pi_f \cdot J_n^k \cdot \sqrt[k]{\frac{N_\Pi}{N_f}}$$

Bunda:

Π_k – k-yiliga iste'mol qilinadigan tovarlarning umumiy hajmi.

Π_f – bazis yilida iste'mol qilingan tovarlar hajmi;

J_n^k - aholi sonining o'zgarish indeksi;

N_n – 1 kishiga to'g'ri keladigan iste'mol normasi;

$N_f - 1$ kishiga to'g'ri keladigan haqiqiy iste'mol;

Π - iste'mol normasiga yetish muddati;

K – prognoz (reja) lashtirilayotgan yil.

II. Uzoq muddat iste'mol qilinadigan tovarlar bo'yicha:

$$CHTA_k = (N_o \cdot O_r - T_a + U) B$$

Bunda:

$CHTA_k$ – k-yilga tovar aylanishi;

N_o – oilaning ta'minlanish normasi;

O_r – rejalashtirilgan yilga oilalar soni;

T_a – rejalashtirilgan yil boshiga oiladagi mavjud tovarlar;

U – rejalashtirilgan yilga tovarlarning to'zishi, eskirishi.

B – baho (rejalashtirilayotgan yilga).

III. Tovar assortimentini rejalashtirish uchun iqtisodiy matematik usullardan ham foydalanish mumkin (8.1.2 paragrafga qaralsin).

IV. Elastiklik koeffitsiyenti ko'rsatkichidan foydalanish usuli. Ushbu usul orqali tovar aylanishi assortimentini aholining daromadi yoki harid fondining o'sish sur'ati bilan solishtirish orqali, yoki tovar resurslarining o'sish sur'ati bilan solishtirish orqali aniqlash mumkin.

Bunda elastiklik koeffitsiyenti (E)

$$E = \frac{\Delta y \cdot 100}{y} \div \frac{\Delta x \cdot 100}{x} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{x}{y};$$

Bu yerda: “ x ” – aholining daromadi yoki harid fondi yoki tovar resurslari aholi jon boshiga;

“ u ” – Chakana tovar aylanishi alohida olingan tovar guruhi bo'yicha, aholi jon boshiga;

“ Δ ” – ko'rsatkichning o'zgarish miqdori.

Ushbu ko'rsatkich $u = a + bx$ karrolyatsion tenglamani yechish yo'li bilan aniqlanishi mumkin.

$$\text{Bunda: } E = b \cdot \frac{x}{y};$$

“b” – regressiya koeffitsiyenti.

Masalan, aytaylik biror bir tovar guruhi bo'yicha elastiklik koeffitsiyenti aholi daromadiga nisbatan 1,5 chiqdi. Ushbu qursatkich aholining daromadi 1% ga oshsa, hisobga olingan tovar guruhi bo'yicha aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi 1,5 % o'sishi mumkinligi anglatadi.

Agarda aholining jon boshiga to'g'ri kelgan daromadi rejalashtirilgan yilga 10 % o'sishi mo'ljallangan bo'lsa, aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi (tovar guruhi bo'yicha)

$$10 \cdot 1,5 = 15 \%$$

foizga oshishi mumkin.

Bu holda aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi rejalashtirilgan yilga (U_r)

$$U_r = \frac{y_{oc} \cdot (100+15)}{100}$$

teng bo'ladi.

Bu yerda: “ U_j ” – joriy yildagi aholi jon boshiga to'g'ri kelgan chakana tovar aylanishi summasi.

Misolda olingan tovar guruhi bo'yicha chakana tovar aylanishi umumiy hajmi quyidagicha aniqlanadi:

$$CHTAr = U_r \cdot As_r;$$

Bu yerda: $CHTAr$ – misolda olingan tovar guruhi bo'yicha rejalashtirilgan yilga chakana tovar aylanishi summasi;

As_r – rejalashtirilgan yilga aholining soni.

V. Chakana tovar aylanishi assortimentini rejalashtirishda real ko'rsatkichga yaqin natijaga erishish uchun (bu usul chet ellar amaliyotida ham ishlatiladi) “o'rtacha siljish” usulidan foydalanishni tavsiya qilamiz (usul 9.2.4 paragrafda ko'rsatilgan). Bunda ohirgi besh yil muddatda chakana tovar aylanishi hajmida oldin uning makrotartibi (ozuq-ovqatlar va noozuq-ovqatlar) bo'yicha hisob kitob qilinadi,

soʻng tovar guruhlarini oziq-ovqat tovarlari xajmidagi hissasi alohida va nooziq-ovqatlar xajmidagi hissasi alohida hisob kitob qilinishi tavsiya qilinadi.

Ushbu usul bilan chakana tovar aylanishi tarkibi (tovar guruhlarini chakana tovar aylanishidagi hissasi) rejalashtirilgan yilga aniqlanadi va soʻng rejalashtirilgan chakana tovar aylanishi hajmidan kelib chiqqan holda alohida tovar guruhlari boʻyicha chakana tovar aylanish summasi aniqlanadi.

Tayanch iboralar: Prognoz, reja, strategik, joriy, uzoq muddat, qisqa muddat, teskor, balans, norma, normativ, bezararlik nuqtasi, statistika, tajriba usuli, oʻrtacha siljish usuli, ekstrapolyatsiya, iqtisodiy matematik usullar, ekspert boholash usuli.

Takrorlash uchun savollar:

1. Prognozlash qanday vosita sifatida ishlatiladi?
2. Prognoz va rejalashtirish tushunchalarini farqi namada?
3. Prognozlarni ahamiyati nimada?
4. Chakana tovar aylanishini prognozlash va rejalashtirishda qanday usullardan foydalaniladi?
5. Chakana tovar aylanishi prognozlash qanday metodologik qoida asos qilib olinadi va unitenglamasi shaklini mazmunini yoritib bering?
6. Chakana tovar aylanishini joriy rejalashtirishda qanday masalalarni hal qilish zarur boʻladi?
7. Chakana tovar aylanishini oʻrtacha siljish usuli bilan rejalashtirishni mazmunini tushintirib bering?
8. Chakana tovar aylanishi tarkibini prognozlash va rejalashtirishda ular qanday guruxlarga ajratiladi?
9. Chakana tovar aylanishi tarkibini prognozlash va rejalashtirishda qanday omillar hisobga olinadi?
10. Chakana tovar aylanishi tarkibini prognozlash va rejalashtirishda qanaqa usullardan va formulalardan foydalanish mumkin?

9.5 Tovar zaxiralari va tovarlar kelishini rejalashtirish.

9.5.1 Tovar zahiralarini normallashtirish usullari.

9.5.2 Tovar zahiralarini kvartallar bo'yicha rejalashtirish.

9.5.3 Tovarlar kelishini rejalashtirish.

9.5.1. Tovar zahiralarini normallashtirish usullari.

Tovar zahiralarini normallashtirish alohida savdo shaxobchalari uchun tovar guruhlari bo'yicha amalga oshiriladi. Amaliyotda asosan ikki xil usul, ya'ni tajriba – statistik va texnik – iqtisodiy hisoblash usullari qo'llaniladi.

Tajriba – statistik usul ko'p tarqalgan va ishlatilishi oddiyroq usul hisoblanib, ushbu usul orqali tovar zahiralarini normativi uni bor ma'lumotlarni tahlil qilish asosida aniqlanadi.

Texnik – iqtisodiy hisoblash usuli orqali tovar zahiralarini normativi, uni elementlarga ajratish orqali birinchi usulga nisbatan asoslanganroq hisoblanadi

Tovar zahiralarini normativi joriy tovar zahiralarini chakana savdo shaxobchalari, ulgurji savdo omborlari, ommaviy ovqatlanish korxonalarini va yo'ldagi tovarlar uchun alohida hisob – kitob qilinadi.

Joriy tovar zahiralariga savdo shahobchalarida (magazin, kiosk, laryok, ularni yordamchi xonalarida), ulgurji baza omborlarida, ommaviy ovqatlanish korxonalarida (restoran, oshxona, kafe) saqlanayotgan joriy zahiralar kiradi. Bular kunlar hisobida va so'mda normallashtiriladi.

Yo'ldagi tovarlarga chakana va ulgurji savdo korxonalarini tamonidan sotib olingan, yo'lda kelayotgan va (tovar) yetkazuvchi (patavshik) lar tamonidan jo'natilgan lekin to'lov hujjatlari ham bankka belgilangan muddatda topshirilmagan tovarlar kiritiladi.

Bu zahiralar alohida kunlar va so'm hisobida normallashtiriladi va keyin joriy zahiralar normativiga qo'shiladi.

Mavsumiy va oldindan yetkazib beriladigan tovar zahiralarini ularni tashish va sotish rejalari asosida so'm hisobida alohida rejalashtiriladi. Ushbu zahiralar har

kvartalning oxiriga hisob – kitob qilinadi.

Tovar zahiralari normallashtirish qoida va usullarini ko‘rib chiqamiz.

Tovar zahiralari normativlari qiymat o‘lchovlarda (so‘mda) va nisbiy ko‘rsatkichlarda, ya’ni kunlar hisobida aniqlanadi.

Tovar zahiralari normativini aniqlashda birinchi qoida uning miqdori ehtimolda tutilgan maksimal va minimal miqdori o‘rtasida bo‘lishi kerak.

Bu qoida quyidagicha ifodalanadi

$$3_{\max} > 3_{\text{th}} > 3_{\min}$$

Bunda:

$3_{\text{t max}}$ – tovar zahiralari maksimal miqdori;

3_{th} – tovar zahiralari normativi;

$3_{\text{t min}}$ – tovar zahiralari minimal miqdori.

Savdo tashkilotlari va karxonalarida joriy tovar zahiralari normalashtiriladi.

Joriy tovar zahiralari normativlari statistik – tajriba, texnik – iqtisodiy va matematik usullar yordamida amalga oshiriladi.

Tovar zahiralari normativini aniqlash tovar taklifi va talabni bozor konyukturasini tovar zahiralari normativlari va haqiqiy xolatini, tovar zahiralari ta’sir qiluvchi omillarni chuqur va kompleks tahlil qilingandan kelib chiqqan xulosalarga asoslanish zarur. Tahlil biznesga o‘tgan yillar ma’lumotlarini qamrab olish zarur.

Bunday tahlil savdo karxonalari va shaxobchalarini barcha nerarxik (urovenlarida) bo‘g‘inlarida amalga oshirilishi zarur.

Bunda umumiy qoida imkon boricha ko‘proq omillarni va dinamik qatorlarni yillar qamrab olishi hisoblanadi.

Dinamik qatorlarni tahlil qilishda ko‘proq matematik usullardan – regression modellar, korrelyatsion tahlil, ko‘p omilli tahlillardan foydalanish tavsiya qilinadi.

Tovar zahiralari normativlashtirish uning alohida tarkibiy elementlarini tovar guruhlari bo‘yicha hisoblash orqali amalga oshiriladi.

Normativlar chakana savdo, ulgurji savdo, ommaviy ovqatlanish karxonalari

va (mavsumiy, muddatdan avval olib borilgan) normativlar bo'yicha alohida hisoblanadi.

Chakana savdo uchun alohida ko'rib chiqamiz

Chakana savdoda joriy tovar zahiralari normativi quyidagi elementlardan tashkil topadi.

I. Tovar guruxlari bo'yicha normativlar summasi.

II. Yo'ldagi tovarlar normativi.

Tovar guruxlari bo'yicha normativ quyidagilardan tashkil topadi.

1. Tovarlarini qabul qilish va sotishga tayyorlash davriga zahira – KS. Uning miqdori tovar guruxlari (assortimenti) ni tavsifiga bog'liq va 0,5 -1,5 kun miqdorida hisobga olish mumkin.

2. Ishchi zahira (Iz) u savdo zalida doimiy saqlanadigan, ko'rsatishga mo'ljallangan tovarlardan iborat bo'ladi.

$$Iz = \frac{A_T \cdot B}{\text{QTA} \div 90} = \frac{A_T \cdot B}{T_K}$$

A_T - assortiment turlari.

3. Savdoni yangi tovarlar kelguncha uzluksiz ta'minlash uchun zarur bo'lgan tovarlar (Ch) joriy to'ldirish zahirasi. Bu zahira tovarlarni keltirish muddatiga tovar assortimentini oddiy yoki murakkabligiga bog'liq.

Tovar zahiralari bu elementi normativini ko'p qismini tashkil qiladi va tovar kelganda (max), tovarlar kelishi arafasida (min) darajada bo'ladi.

Shuning uchun biz yuqorida keltirgan $3_{t \max} > 3_{t m} > 3_{t1 \min}$ qoidadan foydalanib tovarlarni keltirish muddatini o'rtacha miqdori (Ch) aniqlanadi va normalashtirish jarayonida uning yarmi hisobga olinadi $CH/2$.

Joriy to'ldirish zahirasi normallashtirishda tovarlar kelishining davri va tezligi, talabning miqdori, buyurtma berish taritbi, buyurtmani bajarish sharti, tovarlarni tashishga va saqlashga ketadigan harajatlar miqdori hisobga olinadi.

Joriy to'ldirish zahirasi miqdori optimallashtiriladi va bu ko'rsatkich orqali joriy to'ldirish zahirasi miqdori to'la optimallashtirilishi mumkin.

Tovar assortimentini umumiy soni va bir marotaba keltirishda necha xil

assortiment kelishini hisobga olib tovar assortimentini to'la komplektlash koeffitsenti aniqlanadi (Kk) va bu ko'rsatkich orqali savdo korxonasida necha kundan keyin to'la komplekt ta'minlanishi aniqlanadi.

Masalan: do'konda matolarni turlari 15 xil.

Bir marotaba keltirishda 4 xil mato keltirildi, ularning keltirish muddati 1 oyda bir marotaba, ya'ni 30 kunda.

$$Kk = \frac{4}{15} = 0,267$$

Undan kelib chiqib,

$$CH = \frac{30}{0,267} = 112 \text{ kun, buning yarmi } 112 : 2 = 56 \text{ kun.}$$

4.Kafolat uchun zarur bo'lgan tovar zahiralari. Bu zahira tovarlarni keltirish muddati buziladi, talab keskin o'zgarishi va boshqa ko'zda tutilmagan holatlar yuz berib kelganda savdoni ta'minlash uchun zarur bo'ladi (K).

Yuqoridagilardan kelib chiqib, jami tovar zahiralari normativi (N)barobar bo'ladi: oddiy assortimentdagi tovarlar uchun

$$N=KS +Iz + Ch \frac{1}{2} +K$$

5.Murakkab assortimentli tovar guruhlari uchun

$$N= KS + IZ + (CH:KK) \frac{1}{2} +K$$

Ushbu normativni joriy to'ldirish zahirasini (Ch) optimallashtirish orqali umumiy normativni optimal miqdorini aniqlash ingliz matematik olimlari Uilson – Uaytinlar tavsiya qilgan matematik modeldan foydalanish mumkin. Bu model tovarlarni keltirishga va saqlashga ketadigan harajatlarni minimallashtirish orqali hisob – kitob qilinadi. Buning uchun minimal harajatlar tovarlarni tashish optimal partiyasi qanday miqdorida ta'minlanishini aniqlash orqali amalga oshiriladi.

$$S^0 = \sqrt{\frac{2KQ}{C}}$$

S^0 – optimal partiya miqdori, (kip, qop, kg, t, dona)

K – tovarlarni tashishga ketgan harajat, o'lchovi, so'm birligida.

S – saqlash harajatlari, so'm o'lchov birligida.

Q– chakana tovar aylanishi hajmi, natural ko'rsatkichda.

Ushbu formuladan foydalangan holda tovarlarni keltirishni optimal sonini aniqlash mumkin (P)

$$P = \frac{Q}{S^0} = \sqrt{\frac{CQ}{2K}}$$

Bu ko'rsatkich bir yilda 1 kvartalda necha marotaba tovarlar partiyasi keltirilishini ko'rsatadi.

Tovarlarni keltirish qanday intervalda, yoki necha kundan keyin tovarlar partiyasi keltirilishini (Ch) aniqlash mumkin

$$CH = \frac{K_i}{\Pi} = K_i \cdot \sqrt{\frac{2K}{CQ}}$$

K_i – davr kuni, 360 yoki 90 kun.

Tovar guruhlari bo'yicha N summasiga yo'ldagi va jo'natilgan lekin hisob uchun hujjatlar yetib kelmagan tovarlar normativini qo'shish kerak.

Uni aniqlash uchun o'tgan yil holati olinadi va o'rtacha xranalogik usul bilan o'rtacha summa aniqlanadi M: 1 yanvarga - 29,4; 1 aprelga - 26,3; 1 iyulga - 28,7; 1 oktyabrga - 29,9; 1 yanvar rejalashtirilgan yilga - 28,8

$$\frac{\frac{29,4}{2} + 26,3 + 28,7 + 29,9 + \frac{28,8}{2}}{5-1} = 28,5 \text{ m.s}$$

Jami tovar zahiralari bilan bir qatorda mavsumiy va oldindan tashib qo'yiladigan tovar zahiralari summasi normallashtiriladi. Ularni tovarlarni tashish davrini rejasi va chakana tovar aylanishi hajmini hisobga olib aniqlaydi. Bunda mavsumiy tovar zahiralari uchun ularni turlari va mavsumiy saqlanish muddati hisobga olinadi.

Oldindan tashiladiganlar uchun esa tovarlarni tashish muddati va saqlanish davri hisobga olinadi.

Bular faqat absolyut so'mda hisoblanadi.

Masalan: qishki palto: mart – avgust

Tovar zahiralari – 1 aprelga 0,9 m. so'm

I.kv. tashish rejasi 1,5 m. so'm

II.kv. chakana tovar aylanishi rejasi 0,4 m. so‘m. Ushbu ma’lumotlardan kelib chiqib, 1 iyulga tovar zahiralarini aniqlash mumkin:

$$TZ_1 - 1.07 = 0,9 + 1,5 - 0,4 = 2,0 \text{ m. s.}$$

9.5.2 Tovar zahiralarini kvartallar bo‘yicha rejalashtirish

Texnik-iqtisodiy hisoblar orqali rejalashtirilgan yilning IV kvartaliga aniqlangan tovar zahiralar normativi va joriy yilning IV kvartali normativi asosida rejalashtirilgan yilning I, II, III kvartallari uchun tovar zahiralar normativi so‘m va kunlar hisobida aniqlanadi.

Buning uchun rejalashtirilgan yilning IV kvartal normatividan joriy yilning IV kvartal normativini ayirib tashlash yo‘li bilan tovar zahiralarini o‘zgarish miqdori so‘m hisobida aniqlanadi. Asosiy maqsad I, II, III kvartallarga yuqorida aniqlangan farqni taqsimlash yo‘li bilan ushbu kvartallar uchun tovar zahiralar normativini aniqlashdan iborat.

Ushbu farqni taqsimlash ikki xil usul bilan amalga oshiriladi.

Birinchi usul agar kvartallar tovar aylanishi hissasi keskin farq qilmasa ushbu farq bir xil miqdorda taqsimlanadi. Ya’ni uni to‘rtga bo‘lib, IV kvartal joriy yil normativiga qo‘shilsa I kvartal rejalashtirilgan yil normativi aniqlanadi. I kvartal normativiga farqni qo‘shib II kvartal normativi va II kvartal normativiga yana farqni qo‘shib III kvartal normativi aniqlanadi.

Iar kvartal uchun aniqlangan normativlar summasini tegishli kvartalning 1 kunlik tovar aylanishiga bo‘lish orqali tovar zahiralarining kun hisobidagi normativi hisoblanadi.

Ikkinchi usul agar kvartallar tovar aylanishi hissasi keskin farq qilsa ishlatiladi. Bunda tovar zahiralar (IV kvartal joriy va rejalashtirilgan yillari) farqi kvartallararo har bir kvartalning yillik tovar aylanishidagi hissasiga nisbatan taqsimlanadi va qolgan jarayon birinchi usul tartibi bo‘yicha amalga oshiriladi.

Ushbu usullarni ishlatilish tartibini quyidagi shartli misolda ko‘rib chiqamiz.

Masalan: 1. joriy yilning IV kvartaliga normativ-1520 ming so‘m.

2. Rejalashtirilgan yilning IV kvartaliga normativ-1620 ming so‘m

Normativlar farqi = $1620-1520=100$ ming so‘m

Birinchi usul bo‘yicha normativlarni aniqlaymiz:

1. Normativlar farqini o‘rta taqsimlash miqdori= $100:4=25$ ming so‘m

2. Rejalashtirilgan yilga tovar zahiralar normativi:

2.1 I kvartalga = $1520+25=1545$ ming so‘m

2.2 II kvartalga = $1545+25=1570$ ming so‘m

2.3 III kvartalga = $1570+25=1595$ ming so‘m

2.4 IV kvartalga = $1595+25=1620$ ming so‘m

3. Rejalashtirilgan yilga chakana tovar aylanishi:

3.1 I kvartalga 1530 ming so‘m, bir kunligi $1530:90=17,0$ ming so‘m

3.2 II kvartalga 1610 ming so‘m, bir kunligi $1610:90=17,9$ ming so‘m

3.3 III kvartalga 1730 ming so‘m, bir kunligi $1730:90=19,2$ ming so‘m

3.4 IV kvartalga 1790 ming so‘m, bir kunligi $1790:90=19,9$ ming so‘m

4. Kvartallar bo‘yicha tovar zahiralar normativi, kunlarda:

4.1 I kvartalga = $1545:17=91$ kun

4.2 II kvartalga = $1570:17,9=88$ kun

4.3 III kvartalga = $1595:19,2=83$ kun

4.4 IV kvartalga = $1620:19,9=81$ kun

Ikkinchi usul bo‘yicha, ya’ni kvartallarda tovar aylanishi tovar aylanishi hissalari keskin farq qilgan holda. Ushbu usul bo‘yicha tovar zahiralar normativini aniqlash yo‘lini quyidagi jadvaldagi ma’lumotlar orqali keltiramiz:

Tovar zahiralari normativini kvartallar
bo'yicha hisob-kitobi

(summasi ming so'm)

Kvartallar	Chakana aylanishi tovar		Umumiy CHTA.da kvartallar hissasi, %	Tovar zahiralari normativi		
	Jami	Bir kunligi		Normativlarni o'zgarish miqdori	summasi	Kunlarda
1	2	3=2:90	4=(2·100)/jamiga	5	6	7=6:3
1. Joriy yilni IV kvartali	1490	16,6	-		1520	91,6
2. Rejalash-tirilgan yil IV kvartal	1820	20,2	27,4	$(100 \cdot 27,4) / 100 = 27,4$	1620	80,2
I kvartal	1530	17,0	23,0	$(100 \cdot 23) / 100 = 23,0$	$1520 + 23 = 1543$	90,8
II kvartal	1610	17,9	24,5	$(100 \cdot 24,5) / 100 = 24,5$	$1543 + 24,5 = 1567,6$	87,5
III kvartal	1700	18,9	25,5	$(100 \cdot 25,5) / 100 = 25,5$	$1567,6 + 25,5 = 1593,1$	86,1
Jami	6660	18,5	100,0	$1620 - 1520 = 100$	-	-

9.5.3. Tovarlar kelishini rejalashtirish.

Chakana tovar aylanishi ko'rsatkichlarini rejalashtirishni oxirgi etapi chakana tovar aylanishini tovarlar bilan ta'minlanishini (tovarlarini kelishini) rejalashtirishdan iborat. Chunki tovar ta'minoti chakana tovar aylanishini moddiy asosini tashkil qiladi. Chakana tovar aylanishi rejasini bajarilishi (umumiy xajmi va tarkibi bo'yicha) asosan tovarlarni keltirilishi va tovar zaxiralarini holatiga bog'liq.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida chakana savdo, ommaviy ovqatlanish shaxobchalarining soni va ularni tovarlar bilan ta'minlovchilarni soni va doirasi juda kengayib ketdi. (Tovar ishlab chiqaruvchilar, ulgurji savdo bazalari, har xil darajadagi vositachilar, 8.2.3 paragrafqa qaralsin). Ushbu holat chakana tovar aylanishini tovar ta'minotini rejalashtirishni murakkablashtirib yuboradi.

Chakana tovar aylanishini tovarlar bilan ta'minlash rejasi chakana tovar aylanishi xajmi va assortimenti bo'yicha rejalar, tovar zaxiralari holati va normativlari, iste'mol tovarlari taklifi rejasi (ushbu ko'rsatkichni rejalashtirish 8.2.4 paragrafda keltirilgan) kabi ko'rsatkichlarga asoslangan holda aniqlanishi zarur.

Tovarlar ta'minoti (tovarlarni keltirish) rejasini ishlab chiqishda savdo va ommaviy ovqatlanish shaxobchalarini tovar ta'minotchilari bilan tuzilgan shartnoma (kontrakt) larini hisobga olish katta ahamiyatga ega. Shu sababli, tovar ta'minoti rejasining umumiy hajmi, ayniqsa uning assortimenti tovarlar manbalari bo'yicha tuzilishi zarur.

Tovarlarni keltirish rejasi natural va qiymat ko'rsatkichlarida aniqlanadi.

Metodologik nuqtai nazardan chakana tovar aylanishini tovar ta'minoti rejasi uni assortimentlar bo'yicha oldin natural ko'rsatkichlarda hisob kitob qilish, ikkinchi bosqichda tovar guruhlari bo'yicha prognoz qilingan o'rtacha baholar orqali qiymatini aniqlash va uchinchi bosqichda tovar ta'minotini umumiy hajmi tovar guruhlari bo'yicha aniqlangan summalarini jamlash orqali nihoyasiga yetish zarur.

Tovar ta'minotining assortimentlar bo'yicha rejalashtirishda tovarlarni

tabiiy yoki boshqa omillar ta'siri ostida yemirilishi, yo'qolishi kabilar ham hisobga olinishi zarur. Shu bilan bir qatorda savdo shaxobchalari orqali ovqatlanish korxonalarini va boshqa savdo shaxobchalari, maishiy xizmat korxonalariga tovarlarni sotish yoki qayta ishlash uchun jo'natilishi rejalashtirilgan bo'lsa, ushbu ko'rsatkichlar ham e'tiborga olinishi zarur.

Tovar keltirilishi rejasi aniq hisob-kitoblarga asoslangan bo'lishi kerak. Ushbu ko'rsatkichlarni rejalashtirishda texnik-iqtisodiy hisoblash va balans usullaridan foydalaniladi (9.1.4 paragrafqa qaralsin).

Tovarlar ta'minoti viloyat, Respublika miqqiyosida prognozlashtirish va rejalashtirishda iqtisodiy matematik usullardan foydalanish yaxshi natijalar berishi mumkin.

Tayanch iboralar: Tovar zaxiralari, tovarlar kelishi, normativ, normalashtirish, reja, rejalashtirish, usullar.

Takrorlash uchun savollar.

1. Tovar zaxiralarini normalashtirishda qanday qoidaga rioya qilish kerak?
2. Tovar zaxiralarini normalashtirishda qanday usullardan foydalaniladi?
3. Joriy tovar zaxiralarini normalashtirish tartibini yoritib bering?
4. Joriy tovar zaxiralarini normativini aniqlash formulasini yozing?
5. Joriy tovar zaxiralarini kvartallar bo'yicha rejasini aniqlash usullarini ayting?
6. Mavsumiy va oldindan yetkazib beriladigan tovar zaxiralari qanday rejalashtiriladi?
7. Tovarlar kelishini qanday rejalashtiradi?

10 – bob. Ulgurji tovar aylanishi

10.1 Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji savdo uning zaruryati va ahamiyati.

10.2. Ulgurji tovar aylanishining mazmuni va turlari.

10.3 Ulgurji tovar aylanishini ko‘rsatkichlari.

10.4 Ulgurji tovar aylanishi tahlilining maqsadi va bosqichlari.

10.5 Ulgurji tovar aylanishi ko‘rsatkichlarini rejalashtirish.

10.1 Bozor iqtidiyoti sharoitida ulgurji savdo uning zaruryati va ahamiyati.

Tovar muomalasi jarayonidan iste'mol tovarlarining ishlab chiqarishdan iste'mol sohasiga o'tishi bosqichma-bosqich amalga oshadi. Dastlab tovarlar ulgurji sotilish sohasiga kelib tushadi. Ular muomalasining yakunlovchi bosqichi savdoning chakana bo'g'iniga mansub bo'ladi. Shu tarzda, iste'mol tovarlari muomalasi jarayoni ikkita o'zaro bog'lik, qismlar - ulgurji va chakana savdodan tashkil topadi.

Ulgurji savdo keng ma'noda iste'mol tovarlari va ishlab chiqarish vositalari harakatining turli shakllarini, shuningdek, ular harakati jarayonida yuzaga keladigan iqtisodiy munosabatlarni ifodalaydi. U ishlab chiqarish vositalarining bir ishlab chiqarish korxonasidan boshqasiga, tovarlarning ishlab chiqarishdan muomala sohasiga, shuningdek tovarlarning bir savdo korxonasidan boshqasiga va nihoyat qishloq xo'jalik mahsulotlari hamda xom-ashyolarining qishloq xo'jalik korxonasidan iste'molchilar (sanoat va savdo korxonalari)ga harakati bilan bog'lik.

Ushbu munosabatlar muayyan davlat ichida amalga oshadi. Ma'lumki, xozirgi jaxon iqtisodiyoti rivojining o'ziga xos xususiyati, mamlakatlar o'rtasidagi jahon iqtisodiy integratsiyasining takomillashib borayotganligidir. Xalkaro mehnat taqsimotining chuqurlashib borishi bilan davlatlar o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlar, xususan xalqaro savdo aloqalari rivojlanib bormoqda. Alohida mamlakatlar o'rtasidagi borcha oldi-sotdi bitimlari ulgurji savdo shaklida amalga oshiriladi.

Iste'mol tovarlari ulgurji savdosining zarurati shundaki, ishlab chikarilgan buyumlar bevosita shaxsiy iste'mol sohasiga kelib tushmaydi. Chunki, ishlab chiqarish va iste'mol zamon va makon nuqtai nazaridan bir-biridan farqlanadi. Iste'mol tovarlari ulgurji sotilishi natijasida muomala sohasidagi savdo bo'g'inlari orqali shaxsiy iste'molga harakatini davom ettiradi.

Ulgurji savdodan farqli ravishda, iste'mol tovarlarining chakana savdosi tovarlarni bevosita shaxsiy iste'mol sohasiga o'tkazadi va muomaladan chiqaradi.

Ulgurji savdo yirik partiyalarda amalga oshiriladi. Bunda tovarlar oxirgi iste'molchilarga sotilmaydi. Shuning uchun, ulgurji savdoda tovarlar bir nechta

bo'g'inlardan o'tishi mumkin, ya'ni bir necha bor sotilishi mumkin. Chakana savdoda esa tovarlar oxirgi iste'molchilarga bir marta sotiladi.

Bozor munosabatlariga o'tish sharoitida sobiq Ittifoq mamlakatlarida ulgurji savdoga bo'lgan qiziqish birdan so'ndi, ko'plab alohida savdogarlarning paydo bo'lishi natijasida ulgurji savdo tarmoqlari parchalanib ketdi, ularning ko'pchiligi faoliyat ko'rsatmayapti. Bularning barchasi aniq, ob'ektiv holatlar bilan bog'liq bo'lib, o'tish davri bilan bog'liq va davriy harakterga ega. Rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, ulgurji savdo mamlakat miqyosidagi tovar muomalasi jarayonida, shuningdek keng ko'lamli tashki savdo munosabatlarida ham muhim ahamiyat kasb etadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji savdoning iqtisodiy ahamiyati g'oyat katta bo'lib, bu uning xususiyatlari va u bajaradigan funksiyalar bilan aniqlanadi.

Ulgurji savdoning xususiyatlari va funksiyalari birinchi navbatda, zamon va makon nuqtai nazaridan ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar oralig'ida joylashganligi bilan aniqlanadi.

Ulgurji savdoning xususiyatlariga tovarlarning ishlab chiqarish assortimentidan savdo assortimentiga aylantirish, shuningdek savdo bitimlarining keng ko'lamda ishlatilishini kiritish mumkin.

Rivojlangan mamlakatlarda «Supermarket» tipidagi yirik chakana savdo korxonalarini keng tarqalgan. Supermarketlarda ham katta miqdordagi tovarlar buyicha bitimlar amalga oshiriladi. Biroq, bu ulgurji savdoning ahamiyatini zarracha ham kamaytirmaydi, balki bunda ulgurji va chakana savdoning funksiyalari uyg'unlashib ketadi. Ushbu supermarketlar ulgurji savdoning muayyan funksiyalarini bajaruvchi yirik ulgurji omborlariga ham ega bo'ladilar. Umuman olganda, supermarketlar ulgurji - chakana savdo funksiyalarini bajaradi.

Ulgurji savdoning muhim xususiyatlaridan yana biri, unda yagona turdagi tovarlar yoki bir tipdagi muayyan tovarlar bilangina savdo qilishga ixtisoslashadi (masalan, kitoblar). Ayrim ulgurji savdo korxonalarini juda kichik hajmdagi bitimlar tuzish asosida muvaffaqiyatli xo'jalik faoliyatini amalga

oshirmoqdalar. Biroq ulgurji savdoning ushbu xususiyati savdo bitimlarining har tomonlama va keng ko'pchilik xususiyatlari bilan solishtirilganda, ikkinchi darajali bo'lib qaraladi.

Ulgurji savdoning xususiyatlari ular ishtirokchilarini harakatlantiruvchi mexanizmlarning o'ziga xosligida ham ko'zga tashlanadi. Amaliyotda harid qilishning ikkita motivi va shunga muvofiq tovarlarni sotib olishdan ikkita maqcad ko'zlanadi.

Birinchisi - haridor tovarlarni shaxsiy iste'molini qondirish yoki sanoat qayta ishlab chiqarish buyicha manfaatlarini qondirish maqsadida sotib oladi. Ikkinchi motiv va maqsad - tovarlar qayta sotish uchun harid kilinadi. Shunday qilib, ulgurji savdo korxonalarini tovarlarni sanoat iste'molini qondirish yoki qayta sotish uchun jalb qiluvchi mijozlar bilan ishlaydi.

Ulgurji savdoning chakana savdodan farqlantiruvchi asosiy xususiyatlaridan yana biri, u bajaradigan iqtisodiy va tashkiliy – texnik funksiyalarining keng ko'lamligidir. Ulgurji savdoning bu funksiyalari ishlab chiqaruvchilar bilan iste'molchilar o'rtasida ajratish bilan bog'liq bo'lgan, tovarlarni saqlash hisoblanadi. Ulgurji korxonalarda ombor xo'jaligining mavjudligi kichik ishlab chiqaruvchi va chakana savdo korxonalarini uchun katta ahamiyatga ega. Ulgurji savdo korxonalarining tovarlarni saqlash funksiyasini bajarish bir tomondan, ishlab chiqaruvchilarga o'z mahsulotlarini yirik partiyalarda sotish va shu bilan bog'liq, holda katta miqdordagi mahsulotlarni saqlash harajatlarini tejash imkonini bersa, ikkinchi tomondan, chakana savdo korxonalariga juda kam miqdordagi tovar zahiralari bilan ishlash va joriy talabni to'liq qondirish imkonini beradi.

Ulgurji savdoning tovarlarni tashish funksiyasini bajarish ham ishlab chiqaruvchi, ham iste'molchi korxonalar uchun iqtisodiy jihatdan qulaylik tug'diradi. Bunda ishlab chiqaruvchilar ko'p sonli mijozlarga tovarlarni kichik partiyalarda yuklab jo'natish zaruratidan xolos bo'ladilar.

O'z navbatida chakana savdo bilan shug'ulanuvchilar ham alohida ishlab chiqaruvchilarning barchasi bilan alohida bo'lib turish zaruratidan kutiladi.

Ulgurji savdo ishlab chiqaruvchilar va istemolchilar o'rtasida hisob-kitobni amalga oshirish funksiyasini ham bajaradi. Bu asosan kichik biznes va chakana savdo bilan shug'ullanuvchilar uchun qo'l keladi. Ulgurji savdo korxonalarini tovarlarni qabul qilib olar ekan, hali tovarlar so'nggi iste'molchilargacha sotilmagan bo'lsada, to'lovni amalga oshiradi. Ya'ni, tovarlar oxirgi iste'molchilarga yetib borguncha bulgan davrda ular avanslanadi. Bu ishlab chiqaruvchilar faoliyatining uzluksizligini ta'minlaydi va ular mablag'lari aylanuvchanligini tezlashtiradi. Ulgurji savdo uzining hisob-kitob funksiyasi orqali chakana savdo korxonalarini ham tovar operatsiyalari bo'yicha avanslanadi, ya'ni (bank o'rnida) ularning kreditlanishi ta'minlanadi.

Ulgurji savdo korxonalarini bozor konyukturasini o'rganish, shu bilan birga ishlab chiqaruvchilar, tovarlar harakatini ta'minlovchi alohida bo'g'inlar va oxirgi iste'molchilarni talab va taklifning xajmi haqidagi axborotlar bilan ta'minlash sohasida ham faol o'rin egallaydi (axborot funksiyasi, reklama bilan birgalikda).

Bozor iqtisodiyoti amal qiladigan xorijiy mamlakatlarda hozirgi kunda ulgurji savdo bilan ishlab chiqaruvchilarning ulgurji firmalari, tijorat ulgurji tashkilotlari, agentlar va brokerlar shug'ullanmokdalar. Ishlab chikarilgan tovarlarni o'zining ulgurji savdo firmalari orkali sotish elektronika, avtomobilsozlik, mashinasozlik kabi soha korxonalarida keng tarqalgan. Tijorat ulgurji tashkilotlari tovarlarga egalik huquqini qulga kiritadi, shuningdek, har xil iste'mol tovarlari bilan shug'ullanadi. Agentlar va brokerlar - bular vositachilar sanalib, ulgurji savdo bilan shug'ullanuvchilar hisoblanadi. Birok, bular tovarlarga egalik huquqini qo'lga kiritmaydilar. Agentlar bilan brokerlarning farqi shundaki, birinchisining faoliyati doimiylik asosida bo'lsa, ikkinchisining vaqtinchalik (bir martalik) dir.

Respublikamizda xozirgi kunda xalq, iste'mol tovarlari ulgurji savdosi bilan «o'zbek savdo» konserni va «o'zbek birlashuv» korporatsiyasining ulgurji bazalari, ayrim Vazirliklar, davlat muassasalari, shuningdek xususiy korxonalar, qo'shma korxonalar, xorijiy ta'minotchilar va boshqalar shug'ullanmokdalar. Shular bilan bir qatorda bozor iqtisodiyotiga o'tish

sharoitida muomala sohasida ulgurji savdoning shakli sifatida birjalar ham muhim o‘rin egallaydi.

Respublikada ko‘chmas mulk savdosi bilan shug‘ullanuvchi brokerlar kontoralari va agentlar, shuningdek, aksiyalar savdosi bilan shug‘ullanuvchi brokerlar kontoralari faoliyat yuritmoqda.

O‘zbekiston respublikasida 1992 yil iyulda «Birjalar va birja faoliyati to‘g‘risida» qonun qabul qilindi. Mazkur qonunning qabul qilinishi respublikada bozor iqtisodiyotiga o‘tishning yangi bosqichini belgilab berdi. Ushbu qonunda birja faoliyatini tashkil etish va boshqarishning huquqiy jihatlari o‘z aksini topgan. qonunda birja tushunchasiga aniqlik kiritilgan bo‘lib, unga ko‘ra, birja deganda oldindan belgilangan joyda va muayyan vaqtda birja tovarlarning erkin ulgurji savdosiga sharoit yaratuvchi yuridik shaxs sifatida faoliyat tushuniladi.

Birja tovarlari bo‘lib quyidagilar hisoblanadi:

- mol-mulk, shu jumladan ko‘chmas mulk;
- xizmatlar;
- mahsulotlarni yetkazib berish tug‘risida bitimlar;
- intellektual mulk;
- qimmatli qog‘ozlar;
- valyuta mablag‘lari;
- tovarlar.

Yer osti boyliklari, suv, boshqa tabiat resurslari, milliy, madaniy va tarixiy boyliklar hamda shu kabi hukumat tomonidan belgilangan tovarlar birja savdosining predmeti bo‘la olmaydi.

Ixtisoslashuv harakteriga ko‘ra birjalar quyidagicha turlarga bo‘linadi:

- tovar birjalari (ixtisoslashgan yoki universal);
- valyuta birjalari;
- fond birjalari;
- tovar-fond birjalari;
- intellektual mulk savdosi bilan shug‘ullanuvchi birjalar;
- aralash birja.

Birja faoliyatlari quyidagi tamoyillar asosida amalga oshiriladi:

- o'tkazish usullari va vaqtlari aniq belgilash yo'li bilan birja savdosi samaradorligini ta'minlash;
- birja tovarlari bozorini shakllantirish;
- erkin tashkil topuvchi bozor narxlari shakllanishi;
- savdoning erkin va oshkora tarzda o'tkazilishi;
- tasdiqlangan qoidalar asosida erkin kelishuvlarni ro'yxatga olish;
- tovarlar narxining kotirovkasini o'tkazish va bu haqdagi axborotlarni chop etish;
- monopoliyaga qarshi qonunchilikka rioya qilish.

hozirgi kunda o'zbekistonda quyidagi birjalar faoliyat yuritmoqda:

- o respublika tovarlar va xom-ashyolar birjasi, shuningdek ularning viloyatlardagi filiallari;
- o respublika fond birjasi va uning viloyatlardagi brokerlik kontoralari;
- o respublika ko'chmas mulk birjasi va uning viloyatlardagi filiallari;
- o respublika valyuta birjasi.

O'zbekiston Respublikasi tovarlar va xom-ashyolar birjasi yirik birja bo'lib hisoblanadi. U respublikada yuqori likvidlik tovarlar va xom-ashyolarni sotish jarayonini bozor mexanizmlari orqali tartibga solishda asosiy rol o'ynaydi.

O'zbekiston Respublikasi tovarlar va xom-ashyolar birjasining respublika birjalar tovar aktivlari bo'yicha tovar aylanishidagi hissasi (2006 yil) 90% ni tashkil qiladi.

Ushbu birja tarkibida 250 ga yaqin savdo maydonlari mavjud bo'lib, ular o'zbekiston hamda yaqin va uzoq chet ellari hududlarida joylashgan. Uning tovar aktiviga paxta tolasi va ipi, neft mahsulotlari, shakar, mineral o'g'itlar, qora va rangli metallar, polietilen, bug'doy uni va boshqalar kiradi.

Birjada savdo elektron, valyuta savdo maydonlari, internet seti hamda maxsus savdo maydonlari orqali amalga oshiriladi.

Birja keng brokerlik va analitik – axborotlar xizmatlarini bajaradi. Undan brokerlik joylarini sotib olish uchun respublika va chet el kompaniyalariga keng imkoniyat yaratilgan (bitta brokerlik joyi 50 ACSH dollari turadi).

O‘zbekiston Respublikasi tovarlar va xom-ashyolar birjasini savdo madonlari o‘zbekistonning barcha viloyatlari va qoraqolpog‘istonda, Rossiya, qozog‘iston, qirg‘iziston, Tojikiston, Afg‘oniston, Pokiston va Latviya davlatlari hududlarida joylashgan.

Matlubot kooperatsiyasi ulgurji savdosi o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Bu matlubot kooperatsiyasi xo‘jalik faoliyati xususiyatlaridan kelib chiqadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida kooperativ ulgurji savdosida tub o‘zgarishlar yuz bermokda.

Kooperativ ulgurji savdoni matlubot kooperatsiyasining ajralmas tarkibiy qismi sifatida o‘rganish zarur. Uning maqsadi va vazifalari ham matlubot kooperatsiyasining umumiy maqsadi vazifalaridan kelib chiqib belgilanadi. Shuning uchun uning barcha xo‘jalik faoliyati matlubot kooperatsiyasi ustavida keltirilgan bo‘lishi va ustavdan kelib chiqqan holda shakllantirilishi lozim.

Kooperativ ulgurji savdosining boshqa ulgurji savdo korxonalaridan farqlantiruvchi xususiyatlaridan biri, matlubot kooperatsiyasi faoliyatining ko‘p tarmoqli harakterga ega ekanligi hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida matlubot kooperatsiyasiga qarashli chakana savdo korxonalariga, ommaviy ovqatlanish va boshqa soha korxonalariga tovarlarni ulgurji sotish bilan shug‘ullanishi kerak.

Matlubot kooperatsiyasi tizimiga qarashli chakana savdo shaxobchalari ko‘p sonli va tarqoq joylashgan. Shuningdek, ular keng assortimetli iste‘mol tovarlari savdosi bilan shug‘ullanadi. Bu esa kooperatsiyaga xizmat ko‘rsatuvchi universal ulgurji zvenolarning mavjud bo‘lishini talab qiladi.

Matlubot kooperatsiya ulgurji savdosiga quyiladigan asosiy talab shundan iboratki, ular qishloq, aholisi ehtiyojidan kelib chiqqan holda markazlashtirilgan

tartibda, uzluksiz ravishda kichik partiyalarda chakana savdo korxonalarini tovarlar bilan ta'minlash imkoniga ega bo'lishi kerak.

Matlubot kooperatsiyasi ulgurji savdosi uning tizimi ichida amal qiladi. Ya'ni, u qishlok, joylarining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda o'z tizimidagi chakana savdo va boshqa tarmoqlarni tovarlar bilan ta'minlaydi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1997 yil 21 fevraldagi «O'zbekiston Respublikasida meva-sabzavot mahsulotlarini ulgurji harid qilish va realizatsiya qilish tizimini rivojlantirish to'g'risida»gi 98-sonli qaroriga muvofiq, «O'zbekbirlashuv» tarkibida meva-sabzavotlar ulgurji savdosi bilan shug'ullanuvchi «O'zulgurmevasabzavot» respublika aksionerlik kompaniyasi tashkil etildi. «O'zulgurmeva-sabzavot» AK ning asosiy vazifasi quyidagilar hisoblanadi: meva-sabzavotlarni g'amlash, saralash, qadoqlash va ularni qayta ishlash korxonalariga hamda aholiga ulgurji sotish, meva-sabzavot mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojlarni o'rganish, ushbu mahsulotlar savdosi bo'yicha xorij firmalari bilan tashqi savdo aloqalarini amalga oshirish.

«O'zulgurjisabzavot» AKning meva-sabzavot mahsulotlarini g'amlash va sotish bo'yicha asosiy bo'g'ini bo'lib, tumanlarda joylashgan ulgurji tayyorlov-sotish korxonalari hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi mustaqilligiga erishishi va bozor iqtisodiyoti munosabatlarini shakllantirishi munosabati bilan ichki savdoni tashkil qilish, uni rivojlantirish jarayonida ijobiy va salbiy tendensiyalar, tarkibiy siljishlar, shakllarining o'zgarishi kabi xodisalar ro'y berdi. Ularni asosiylariga to'xtalib o'tamiz.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiyotni erkinlashtirish jarayoni savdoda monopol faoliyat uchun shart sharoit tug'dirib turgan tashkiliy tarkibiy tuzulmalarni bartaraf qilishdan boshlandi. Davlat va kooperativ savdoda Davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish kabi ishlar jadallik bilan amalga oshirildi.

Respublikada o'tkazilgan islohalar natijasida savdo sohasidagi davlat va kooperativ tizimi barham topdi. Ularning o'rniga turli mulk shaklidagi kichik

biznes va xususiy tadbirkorlikka taaluqli savdo korxonalari va shaxobchalardan iborat xizmat sohasi vujudga keldi. Ularning umumiy soni oxirgi 15 yilda 10 baravarga ortdi. Ular uchun yaratilgan erkinlik, savdo jarayonini soddalashtirish, nozoratni kamaytirish ular faoliyatini kengaytirishga keng yo'l ochib berdi.

Mustaqillik yillarida ichki savdoda o'tkazilgan tarkibiy o'zgarishlar natijasida Respublika chakana savdo aylanishi ko'rsatkichida 1991 yili davlat savdosining hissasi 47,5 % tashkil qilgan bo'lsa, 2005 yilga kelib, uning hissasi 1,1 % tashkil qildi, chakana tovar aylanishini 98,8% nodavlat sektorga, jumladan, fuqarolarning shaxsiy mulkiga asoslangan savdoning hissasiga 85,3% to'g'ri keladi. Savdo sohasiga kichik biznes va xususiy tadbirkorlik shakllanadi va ular Respublika savdosida asosiy o'rinni egallaydi. Savdoning yangi shakli, ya'ni xususiy savdo shakllanadi. Eski markazlashgan holda tovar taqsimoti o'rniga yangi bozor mexanizmi vujudga keldi, tovar oldi sotdi jarayonida raqobat muhiti shakllandi.

Savdoda vertikal boshqaruv tizimi barham topdi. Baholar erkinlashtirildi. Xo'jalik aloqalari bozor iqtisodiyotiga moslashtirildi. Tashkiliy tuzilmalar butunlay yangi tartibda tuzildi. Vazirlik va boshqarmalar yo'q qilindi. Xususiy firmalar, yakka tartibdagi savdo shaxobchalari vujudga keldi. «O'zbeksavdo» aksioner kompaniyasi, «O'zbekbirlashuv» aksionerlik kompaniyasi, «O'zulgurjisavdoinvest» uyushmasi, viloyatlarda «Matlubotta'minotsavdo» aksionerlik kompaniyasi, tumanlarda, tuman «Matlubotsavdo» savdo ishlab chiqarish kooperativlari tashkil qilindi.

Ushbu ijobiy tendensiyalar bilan bir qatorda savdo sohasida salbiy o'zgarishlar ham kuzatilmoqda. Ular qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin.

Birinchidan, mahsulot yetkazib berishning markazlashgan tizimining bekor qilinishi munosabati bilan savdo shaxobchalariga aksariyat hollarida tovarlar mayda ulgurji vositachilar orqali bazalardan keltirilmoqda. Natijada tovarlarni siljitish bo'g'inlari ko'payishi, bahoni nazorat qilib bo'lmaydigan darajada ortib borishi, tovarlarning sifatini nazorat qilib bo'lmaydigan holatlar vujudga keldi. har xil yo'llar bilan chet ellarning (Xitoy, Turkiya, Eron va bosh.)

sifatsiz tovarlari ichki bizorni to'ldirish hollari kuzatilmoqda.

Bugungi kunda ulgurji va chakana savdoda tovarlarni qabul qilishda sifatini tekshirib olish, ularni saqlash, sotish jarayonlarida sotishga ta'luqli qoidalarga rioya qilmaslik holatlarini ko'plab uchratish mumkin.

Ikkinchidan, Respublikada mulkni xususiylashtirish va Davlat tasarrufidan chiqarish jarayonida matlubot kooperatsiyasining ulgurji savdo bazalari va chakana savdo shaxobchalari ko'p hollarda asossiz sotilib yuborildi. Natijada qishloq joylarining olis va borish qiyin bo'lgan tog'li xududlarda yashovchi aholiga zarur tovarlar yetkazish muammosi vujudga keldi.

Uchunchidan, iste'mol tovarlari ishlab chiqaruvchi korxonalarining ahvoli yomonlashuvi aholini tovarlar bilan ta'minlash jarayonini buzilishini asosiy sababi savdo jarayonidan ulgurji savdoni barham topganligida. Iste'mol tovarlari ishlab chiqaruvchi korxonalar bilan savdoning shartnomaviy aloqalari uzilib qoldi. Bejiz emas Respublikamiz Prezidentini «Ulgurji va chakana savdoni liberallashtirish hamda uni rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to'g'risida»gi 2006 yil 23 fevral Farmoni va shu yil 6 martdagi «Ulgurji savdo uyushmasi faoliyatini tashkil etish to'g'risida» gi qarorini qabul qilinishi.

Ushbu Farmon va qaror asosida respublikamiz viloyatida xududiy ulgurji savdo bazalari, Respublikada esa «O'zbekulgurjisavdoinvest» uyushmasi tashkil qilindi.

2006 yil davomida uyushma tizimida yettita ixtisoslashgan respublika baza – kontorasi, 17 ta oziq-ovqat va 13 ta nooviq-ovqat tovarlari bilan savdo qiluvchi hududiy universal ulgurji savdo bazalari tashkil etildi.

Iozirgi kunda «O'zulgurjisavdo invest» tomonidan tuzilayotgan shartnolar tovar ishlab chiqaruvchilar va chakana savdo korxonalari doirasini kengaytirish oziq-ovqat va nooziq-ovqat mahsulotlarining muhim turlari, birinchi navbatda, qishloq aholisiga uzluksiz yetkazib berilishini ta'minlash, 2010 yilgacha ulgurji bazalar sonini 78 taga yetkazish, ikkinchi bosqichda mintaqalarda ixtisoslashtirilgan, tumanlarda esa universal bazalarni tashkil etish

vazifasini bajarishni maqsad qilib qo'ygan.

Butun jahon amaliyotida xususiy savdo ham uyushtirilgan holda tashkillashtirilgan. Bizning fikrimizcha, Prezidentning yuqorida keltirilgan Farmoishi va qarori Respublikamizda savdoni uyushtirilgan holda tashkillashtirishga asos soladi.

Respublikada savdoni takomillashtirish masalasi hukumatning dolzarb vazifasi darajasiga ko'tarildi.

2006 yil 4 avgust kuni Vazirlar Mahkamasida o'tkazilgan yig'ilishda «Respublikaga chetdan tovarlar olib kelish va sotishni tartibga solish, ichki iste'mol bozorini mamlakat sanoat korxonalarida ishlab chiqarilgan mahsulotlar bilan to'ldirish va mahalliy tovar ishlab chiqaruvilar faoliyatini rag'batlantirish, ulgurji va chakana savdoni liberallashtirish hamda uni rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo'yicha amalga oshirilayotgan chora tadbirlar to'g'risida»gi masala muhokama qilindi. Bu yig'ilishda qishloq xududlarida uyushgan savdo korxonalarining faoliyati yetarli darajada tashkil etilmaganligi, oqibatda, ayniqsa olis cho'l zonalari, borish qiyin bo'lgan tog'li xududlarga asosiy turdagi oziq-ovqat va nooziq-ovqat tovarlarini yetkazib berishda buzilishlar ro'y berayotganligi, ishlab chiqarishdan tovarlarni ulgurji harid qilish va ularni chakana savdo shaxobchalariga yetkazib berish bo'yicha shartnomaviy munosabatlar yo'lga qo'yilmaganligi qayd etilgan.

«O'zulgurjisavdo invest» baza - idoralari, ulgurji savdo korxonalarini ushmasini tashkil etishdan maqsad – ishlab chiqaruvchilar, ulgurji baza va chakana savdo tarmoqlari o'rtasida o'zviy shartnomaviy aloqalarni mustahkamlab, xalqimizni ehtiyojidan va talabidan kelib chiqqan holda Respublika aholisiga, hususan, qishloq, olis va borish qiyin bo'lgan hududlar kundalik zarur bo'lgan, Respublikamizda ishlab chiqarilgan hamda chetdan keltirilgan tovarlarni eng qulay sharoitda va arzon narxlarda yetkazib berishni tashkil etishdan iborat.

Uyushmaga ichki iste'mol bozorida marketing tadqiqotlari olib borish, mamlakatimiz korxonalarini bilan barqaror savdo aloqalari o'rnatish, sanoat va

oziq-ovqat iste'mol tovarlari ishlab chiqarish uchun buyurtmalarni joylashtirish masalalari bilan shug'ullanish vazifasi qo'yilgan.

Uyushma faoliyatining pirovard maqsadi – iste'molchilarga chakana savdo tarmog'i orqali barcha zarur mahsulotlarni yetkazib berish.

To'rtinchidan, savdo korxonalarini va shaxobchalari iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish holati, aholining holati to'g'risida axborotlarga ega emas, ularni o'rganish masalasi bilan shug'ullanmaydi. Bizning fikrimizcha talab va taklifning hajmini, tarkibini, joylashishini, o'zgarish tendensiyalarni o'rganadigan maxsus (chet ellardagi kabi) tashkilotlar yoki ilmiy-tadqiqot muassasalari tashkil qilish vaqti keldi. Xozirgi kunda bunday dolzarb masalani hal qilish «o'zulgurjisavdo invest» uyushmasi zimmasiga yuklatilgan.

10.2. Ulgurji tovar aylanishining mazmuni va turlari.

Ulgurji tovar aylanishi ulgurji savdo korxonalarining asosiy ko'rsatkichi hisoblanadi. Uning hajmi, tarkibi va tovar harakatining shakllariga bog'lik, holda ulgurji savdo korxonasi xo'jalik faoliyatining boshqa ko'rsatkichlari aniqlanadi (harajatlar, daromadlar, foyda va h.k.). Ulgurji tovar aylanishi tovarlarning iqtisodiy aylanmasini yakunlamaydi, balki ularning iste'molchilar tomon davomli harakatini aks ettiradi. Ulgurji tovar aylanish deganda, korxonalar va tashkilotlar tomonidan muayyan vaqt oralig'ida boshqa korxonalar va tashkilotlarga keyinchalik qayta sotishi yoki qayta ishlashi uchun sotilgan tovarlar hajmi tushuniladi. Ya'ni, ulgurji tovar aylanishi deganda, korxonalarda sotilgan barcha tovarlar hajmi emas, balki qayta sotish hajmi nazarda tutiladi.

Ulgurji tovar aylanishi quyidagi belgilari bo'yicha farqlanadi:

- tovar resurslarining belgilangan yo'nalishlari bo'yicha;
- ishlab chiqarish sohasidan muomala sohasiga tovar harakatining shakllariga qarab;
- yetkazib berilgan tovarlar uchun sanoat korxonalarini, ulgurji va chakana savdo korxonalarini hamda boshqa iste'molchilar

o'rtasidagi hisob-kitoblar harakteriga ko'ra.

Tovar resurslari yo'nalishiga qarab ulgurji tovar aylanishi quyidagilarga bo'linadi: haridorlarga tovarlar sotish bo'yicha ulgurji tovar aylanishi; viloyatlar o'rtasidagi ulgurji tovarlar aylanishi; turli savdo bilan shug'ullanuvchi tizimlar o'rtasidagi ulgurji tovar aylanishi; tizim ichidagi ulgurji tovar aylanishi.

Haridorlarga tovarlarni sotish bo'yicha ulgurji tovar aylanishi mazkur ulgurji korxonadan tomonidan bevosita chakana savdo va boshqa (ommaviy ovqatlanish korxonalariga, sanoatga qayta ishlash uchun, sanoat iste'moli va boshqa maqsadlar uchun) haridorlarga ulgurji tovar sotishni(harakterlaydi)tavsiflaydi.

Viloyatlar o'rtasidagi ulgurji tovar aylanishi bir viloyatdan boshqasiga shartnomalar va bir martalik bitimlar asosida tovarlar sotishni ifodalaydi.

Tizimlar o'rtasidagi ulgurji tovar aylanishiga turli savdo tizimlariga qarashli ulgurji bazalar o'rtasidagi (masalan, «o'zbeksavdo» va «o'zbekbirlashuv» konsernlari ulgurji bazalari o'rtasida) ulgurji tovar aylanishi kiradi. Tizim ichidagi ulgurji tovar aylanishi bir tizimga qarashli ulgurji bazalarning ulgurji operatsiyalar xajmini ifodalaydi (masalan, «O'zbekbirlashuv» tizimidagi ulgurji bazalar o'rtasidagi).

Ulgurji tovar aylanishiga ulgurji savdo korxonalarini bilan boshqa mamlakatlar korxonasi va tashkilotlari orasidagi ulgurji operatsiyalar hajmi ham kiradi. Amaliyotda bunday operatsiyalar, mazmun jihatidan davlatlararo ulgurji tovar aylanish tushunchasiga yaqin bo'lsada, tashqi iqtisodiy operatsiyalar (eksport, import) sifatida qaraladi.

10.3 Ulgurji tovar aylanishini ko'rsatkichlari.

Ulgurji tovar aylanishining asosiy ko'rsatkichlari quyidagilardan iborat bo'ladi:

- Ø ulgurji tovar aylanishining umumiy hajmi;
- Ø ombor ulgurji tovar aylanishi;
- Ø tranzit ulgurji tovar aylanishi; (to'langan tranzit va to'lanmagan tranzit).
- Ø tovar zahirasi (davr boshiga va oxiriga);
- Ø tovarlarni kelishi;

Ushbu ko'rsatkichlar barchasi tovar assortimenti bo'yicha ham hisob kitob va tahlil qilinadi, rejalashtiriladi, prognozlashtiriladi.

Tovar zahiralari tushunchasi, turlari ko'rsatkichlari chakana savdodagi bilan o'xshash bo'lib, ularni savdoda chakana tovar aylanishi o'rniga ulgurji ombor tovar aylanishi, hamda mayda ulgurji tovar aylanishi ko'rsatkichlari (agarda amalda bo'lsa) ishlatiladi. (Chakana tovar aylanishi mavzusiga qaralsin).

Yuqorida keltirilgan ko'rsatkichlar bir - biri bilan o'zaro bog'liqlikda, chunki ularni bir qismi resurs, ya'ni taklif ko'rsatkichlarini ifoda qiladi, ikkinchi kismi esa talab miqdorini belgilaydi. Shu sababli ularni o'zaro bog'liqligi tovar

aylanish balansida o‘z ifodasini topadi. Tovar aylanish balansi formulasi quyidagi shaklda yoziladi:

$$3_1 + TK = UOTA + 3_2$$

Bu yerda: Z_1 davr boshidagi tovar zahiralari summasi;

Tk - Tovarlar kelishi summasi;

UOTA – ulgurji tovar aylanishi hamda mayda ulgurji tovar aylanishi summasi;

3_2 – davr oxiridagi tovar zahiralari summasi.

Ushbu ko‘rsatkichlarni tahlil qilishda, rejalashtirish va prognozlashda ulgurji ombor tovar aylanishi hamda tovarlarni kelishi ko‘rsatkichlarini kelish manbalari va sotib oluvchi sub’ektlarga qarab ajratish zaruriyati tug‘iladi, chunki ular o‘z miqdoriga, shakllanish tendensiyalariga ega. Ularni har bir elementini ta’sir darajasini tahlil qilish uchun yuqorida bir - biriga keltirilgan tovar aylanishi ko‘rsatkichlari balans formulasini quyidagi shaklda ifodalash maqsadga muvofiq bo‘ladi.

$$3_1 + TK_1 + TK_2 + TK_3 + TK_4 + TK_5 = TA_{chs} + TA_{00} + TA_{ICH} + TAB_I$$

$$+ TJB_{.a} + TJB_{.v} + TJL_{.b} + TJB_{.i} + TJD_{.e,j} + X_x + 3_2$$

junatish.

Bu yerda: TK_1 - joylardagi ishlab chiqarish korxonalaridan kelayotgan tovarlar;

TK_2 - boshqa viloyatlar korxonalaridan kelayotgan tovarlar;

TK_3 - boshqa davlatlardan kelayotgan tovarlar;

TK_4 - davlat ehtiyoj jamg‘armasidan keladigan tovarlar (asosan ayrim oziq-ovqat va qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga tegishli, (masalan: shakar, un, go’sht va h.k.)

TK_5 - boshqa ulgurji savdo bazalaridan keladigan tovarlar;

TA_{chs} - chakana savdo shahobchalariga tovarlar sotish;

TA_{00} - ommaviy ovqatlanish shahobchalariga tovarlar sotish;

TA_{ich} - ishlab chiqarish korxonalariga tovarlar sotish;

TA_{bi} - boshqa iste'molchilarga tovarlar sotish, jumladan mayda ulgurji tovar aylanishi.

TJ_{b.d} - boshqa davlatlarga tovarlar jo'natish;

TJ_{bv} - boshqa viloyatlarga tovarlar jo'natish;

TJ_{ul.b} - boshqa ulgurji bazalarga tovarlar jo'natish;

TJ_{b.i} - boshqa iste'molchilarga tovarlar jo'natish;

TJ_{d.e.j} - davlat ehtiyoj jamg'armasiga tovarlar jo'natish;

Xx - hujjatlashtirilgan harajatlar va tovarlarni tabiiy yemirilish;

Z₁ va Z₂ - tegishli davr boshidagi va oxiridagi tovar zahiralari.

10.4 Ulgurji tovar aylanishi tahlilining maqsadi va bosqichlari.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji tovar aylanishini iqtisodiy tahlil qilishning maqsadi quyidagilardan kelib chiqadi: birinchidan, ulgurji savdo korxonalarini o'zining barcha harajatlari, to'lovlari va soliqlarni qoplab, kelgusidagi rivojlanishini ta'minlay oladigan darajada foydaga erishish lozim; ikkinchidan, ular ulgurji bazalarga xos bo'lgan funktsiya vazifalarni bajarishlari kerak. hozirgi sharoitda ulgurji tovar aylanishini tahlilining maqsadi faqatgina ulgurji tovar aylanishining o'zgarish tendensiyalarini tadqiq qilish emas, balki ushbu jarayonlarni zaruriy daromadga ega bo'lish nuqtai nazaridan o'rganish, tovarlarning ishlab chiqarishdan chakana savdo korxonalarini va boshqa iste'molchilargacha harakatining tashkil etilishini baholash hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiy tahlilning ahamiyati keskin ortadi. Chunki, bunday sharoitda ulgurji korxonalar raqobatchilik asosida ishlashiga to'g'ri keladi. Bu ulardan o'z xo'jalik faoliyatini chuqur o'rganish bilan bir qatorda, raqobatchilarning ham faoliyatini har tomonlama va ob'ektiv baholashni talab qiladi. Ulgurji savdo korxonalarini chakana savdo korxonalarini va boshqa haridorlar uchun vositachilik rolini bajaradi. Shuning uchun, ulgurji tovar aylanishi tahlilining asosiy vazifasi ulgurji korxonaning chakana savdo

tarmog‘i va boshqa iste‘molchilarni tovarlar bilan ta‘minlashga qaratilgan funksiyalari (oldi-sotdi) ning bajarilishini tekshirish hisoblanadi.

Ulgurji tovar aylanishini tahlilining yana bir vazifasi, tovarlar chakana savdo korxonalariga qay yo‘sinda (tranzit yoki ombor orqali) yetkazilayotganligi, ular qanchalik darajada iqtisodiy va tashkiliy jihatdan asoslanganligi kabi masalalarni aniqlash hisoblanadi.

Tahlilning keyingi vazifasi o‘rganilayotgan ko‘rsatkichlarning o‘zgarish tendensiyalarini, ular o‘zgarishga ta‘sir etuvchi omillarni aniqlash va har bir omil ta‘sirini baholashdan iborat. Bunda o‘zgarish darajalarini yoki ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarini xizmat kursatilayotgan korxonalar va tashkilotlarning mos ko‘rsatkichlari bilan solishtirish muhimdir (masalan, chakana tovar aylanishi, tovar zahiralar, tovarlarning kelib tushishi va boshqa ko‘rsatkichlar bilan).

Ulgurji tovar aylanishi ko‘rsatkichlari tahlilining muhim vazifalaridan biri, ushbu ko‘rsatkichlardan har birining xo‘jalik faoliyati oxirgi natijasiga ta‘sirini aniqlash hisoblanadi.

Matlubot kooperatsiyasi ulgurji savdosi, yuqorida ta‘kidlaganimizdek, tizim ichidagi ta‘minot bilan shug‘ullanadi. Ular tovar aylanishining asosiy kismi chakana savdo korxonalariga tovarlarni sotish orqali shakllanadi.

Boshqa iste‘molchilarga tovarlar sotish ulgurji tovar aylanish hajmining nisbatan kam qismini tashkil qiladi. Shu sababli, ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarini taxlil qilish va rejalashtirish uslubini, asosan chakana savdo tarmog‘ini ta‘minlash nuqtai nazaridan ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq, bo‘ladi.

Ulgurji tovar aylanishini tahlil qilish quyidagi bosqichlarda amalga oshiriladi.

I. Ulgurji tovar aylanish tahlili jarayonida quyidagilar o‘rganiladi:

- baza bo‘yicha ulgurji tovar aylanish rejasining bajarilishi, shu jumladan uning ko‘rinishlari va sotish shakllari (tranzit va ombor usulida) bo‘yicha shuningdek bazaning har bir bo‘g‘ini (filial, ombor, tovar bo‘limlari) bo‘yicha ulgurji

tovar aylanishi rejasining bajarilishi, barcha ko'rsatkichlar bo'yicha solishtirma narxlarda oldingi yillarga nisbatan o'sish sur'atlari, ularning umumiy ulgurji tovar xajmidagi ulushi, hisobot davridagi tovar aylanishi tarkibidagi o'zgarishlar, shuningdek barcha ta'kidlangan ko'rsatkichlar buyicha ulgurji tovar aylanishining rivojlanish tendensiyalari. Shular bilan bir vaqtda alohida tovar guruhlari bo'yicha ulgurji tovar aylanish holati va tendensiyalari o'rganiladi. qayd etilgan ko'rsatkichlarni boshqa hududlardagi o'xshash tipdagi ulgurji korxonalar va har xil raqobatchilarning mos ko'rsatkichlari bilan solishtirgan holda tahlil qilish zarur;

- o tumandagi chakana savdo korxonalarining alohida tovarlar bilan ta'minlashdagi ulgurji korxonaning ulushi. Buni aniqlash uchun ulgurji korxonaning alohida tovarlar buyicha tuman chakana savdo korxonalariga qilgan tovar aylanish hajmi maskur tumandagi ushbu tovarlar chakana tovar aylanishining umumiy hajmi bilan solishtiriladi va chakana savdoni tovarlar bilan ta'minlashdagi o'rniga baho beriladi.

II. Alohida tovarlar (yoki tovar guruhlari) buyicha ulgurji va chakana tovar aylanishining qator yillardagi rivojlanish tendensiyalari o'rganiladi.

Bu ko'rsatkichlar boshqa raqobatchi ulgurji korxonalarining mos ko'rsatkichlari bilan solishtirgan holda o'rganilishi va tegishli xulosalar qilinishi kerak:

- Ø ulgurji va chakana savdodagi tovar zahiralarning holati, alohida tovar guruhlari buyicha ularning harakati, bozorgir bo'lmagan va kasod mollarning hamda me'yoridan ortiqcha tovar zahiralarning

vujudga kelish sabablari, ulgurji tovar aylanish ko'rsatkichlarining (tovar aylanishi, tovar zahiralari, tovarlarning kelib tushishi va boshq.) o'rtasidagi o'zaro aloqa bog'lanishi zarur;

- Ø ulgurji tovar aylanish rejasining bajarilishi ulgurji korxonaning moliyaviy ko'rsatkichlari bilan solishtiriladi, ta'sir ko'rsatuvchi omillar aniqlanadi;
- Ø tahlil natijalarini umumlashtirish. Bunda ulgurji korxonada faoliyati buyicha xulosa yasaladi va uni kelgusida yaxshilash buyicha amaliy takliflar, chora-tadbirlar ishlab chiqiladi. Tahlil ulgurji korxonada faoliyatini to'liq va har tomonlama tavsiflashi hamda kelgusi davrlarga ulgurji tovar aylanishini prognozlash va rejalashtirish uchun asosiy manbai vazifasini o'tashi lozim.

Ulgurji tovar aylanishini tahlil qilishda amaldagi buxgalteriya va statistik hisobotlardan, tovarlar sotish, kelib tushishi va tovar zahiralari haqidagi dastlabki ma'lumotlardan, ulgurji baza xizmat ko'rsatayotgan korxonada va tashkilotlar materiallaridan, boshqa xududdagi o'xshash ulgurji bazalar ma'lumotlaridan hamda raqobatchi korxonalar materiallaridan foydalaniladi. Bozor kon'yunkturasi haqidagi ilmiy-tadqiqot muassasalari materiallari, gazeta, jurnal va boshqa nashrlarda chop etilgan ma'lumotlar muhim ahamiyatga ega.

Ulgurji tovar aylanishning tahlili jarayonida ayrim ko'rsatkichlarni hisoblash uslubi chakana tovar aylanishni tahlil qilish uslubi bilan o'xshash. Biroq jadval, chizma va grafiklarni qo'llashda ulgurji savdoning o'ziga xos xususiyatlari hisobga olinishi zarur.

10.5 Ulgurji tovar aylanish ko'rsatkichlarini rejalashtirish.

Ulgurji tovar aylanish ko'rsatkichlarini rejalashtirish mulkchilik shakli va boshqaruv tizimidan qat'iy nazar ulgurji savdo korxonalarini rivojlantirishning zaruriy sharti hisoblanadi.

Bozor munosabatlari muomala sohasida tovarlar massasini sezilarli darajada

ko'paytirishni taqozo qiladi.

Tovarlar harakatini tashkil etishda, ulgurji savdo ishlab chiqaruvchilar va minglab chakana savdo korxonalarini o'rtasidagi vositachi sifatida muhim rol o'ynaydi.

Bunday sharoitda, ulgurji savdoning samaradorligi iqtisodiy ishlarni tashkil etish, xususan, ulgurji bazalar xo'jalik faoliyatini rejalashtirish darajasiga bog'liq bo'ladi.

Ulgurji korxonalar xo'jalik faoliyatini, shu jumladan ulgurji tovar aylanish ko'rsatkichlarini rejalashtirish sifati ular xo'jalik faoliyatiga katta ta'sir ko'rsatadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji savdoni rejalashtirishni tashkil etish, uning uslublari va texnikasini tubdan o'zgartirish talab etiladi.

Bozor iqtisodiyoti qonun va qoidalari korxonalar va tashkilotlar xo'jalik faoliyatiga, xususan ular faoliyatini rejalashtirishga davlat boshqaruv apparati aralashmasligini talab qiladi. Barcha xo'jalik muammolari yechimlari va xo'jalik faoliyati ko'rsatkichlarini rejalashtirish birlamchi bo'g'inlar (korxonalar) yoki ular birlashmalari ixtiyorida bulishi kerak. Bularning barchasi ulgurji korxonalar va tashkilotlarga ham taalluqlidir.

Ulgurji tovar aylanishini rejalashtirishning asosiy maqsadi, ulgurji korxonaning xo'jalik faoliyati rentabelligini oshirish uchun tuzilgan shartnomalarga muvofiq, korxonalar va tashkilotlarga to'liq va doimiy ravishda tovarlar yetkazib turishni ta'minlash hisoblanadi.

Ushbu maqsadga erishish maqsadida, ulgurji tovar aylanishini rejalashtirish jarayonida quyidagi masalalar hal qilinadi: tovar aylanish ko'rinishlari, sotish shakllari va tovarlar guruhlari bo'yicha mukammal hajmini belgilash; harajatlarni minimallashtirish va yuqori daromadga erishish maqsadida tovarlar harakati hamda ulgurji korxonaning ta'minotchi va haridor korxonalarini bilan bo'ladigan xo'jalik aloqalarini optimallashtirish, tovar aylanishini tezlashtirish va ulgurji savdo korxonalarini moddiy - texnika bazalaridan samarali foydalanishni ta'minlash.

Ulgurji savdo korxonalarini rejasi korxonalar xo'jalik faoliyatining barcha

jihatlarni takomillashtirish va ichki imkoniyatlardan maksimal darajada foydalanishga qaratilgan bo'lishi lozim.

Ulgurji tovar aylanishini rejalashtirishda, tovar yetkazib beruvchilar va haridorlar (chakana savdo korxonalari, ommaviy ovqatlanish va sanoat korxonalari) bilan tuzilgan bitimlar, xizmat ko'rsatilayotgan korxonalarining reja ko'rsatkichlari, haridorlarga tovarlar yetkazib berishning kelishilgan sxemalari, ulgurji korxonaning o'tgan yillardagi xo'jalik faoliyati tahlili ma'lumotlari, marketing tadqiqotlari natijalari, korxonaga moddiy - texnika bazasi haqidagi ma'lumotlar, kuzatish natijalari va boshqa ma'lumotlar asos qilib olinadi.

Ulgurji tovar aylanish rejasi turli usullaridan foydalangan holda bir nechta variantlarda tuzilishi va ulardan eng optimal varianti tanlab olinishi zarur.

Sotsialistik iqtisodiyot sharoitlarida rejalashtirishning nazariyasi va amaliyoti tegishli darajada ishlab chiqilgan hamda amaliyotda foydalanilgan. Ulardan bozor iqtisodiyoti sharoitida ham muvaffaqiyatli foydalanish mumkin. Umuman, shuni ta'kidlash kerakki, sovet iqtisodiy nazariyasi iqtisodiyotni eng quyi, dastlabki bo'g'inlaridan to umumdavlat darajasigacha rejalashtirish va prognozlashning mukammal usullarini ishlab chiqqan. Xorij kompaniyalari, korporatsiyalari, firmalari va hatto davlat miqyosida ham ushbu usullardan muvaffaqiyatli foydalanib kelinmoqda. Sotsialistik jamiyatdagi rejalashtirishning kamchiligi uning usullarida emas, balki rejalashtirishni tashkil etish qoidalarida boshqaruvning ma'muriy – buyruqbozlikka asoslanganligidadir.

Ulgurji korxonalar ulgurji tovar aylanishining umumiy hajmi iste'molchilarga tovarlar sotish va yetkazib berishning turli ko'rinishlaridan iborat bo'lishini hisobga olgan holda, uni rejalashtirish alohida tovar guruhlari hamda sotish va yetkazib berish ko'rinishlariga muvoffiq amalga oshiriladi, shular asosida ulgurji tovar aylanishining umumiy hajmi belgilanadi. Murakkab assortimentli tovarlar bo'yicha tovar aylanishini rejalashtirishda, hatto kichik guruhlar bo'yicha ham rejalashtirish amalga

oshiriladi.

Chakana tovar aylanishni rejalashtirishda turli usullardan jumladan deduksiya usulidan ham foydalanildi.

Deduksiya usuliga ko‘ra, rejalashtirish umumiylikdan xususiylikka qarab amalga oshiriladi, ya’ni dastlab chakana tovar aylanishning umumiy xajmi belgilanadi va shunga ko‘ra tovarlar tarkibi rejalashtiriladi. Ulgurji tovar aylanishni rejalashtirish uslubiyoti esa induksiya usulidan foydalanishni taqozo qiladi. Induksiya usulida rejalashtirish xususiylikdan (alohidalikdan) umumiylikka qoidasiga asosan amalga oshiriladi.

Ulgurji tovar aylanishni rejalashtirishda hisob-kitobning turli usullaridan foydalaniladi. Masalan, ulgurji tovar aylanish tarkibi va umumiy hajmini rejalashtirishda hisob-kitoblarni quyidagicha amalga oshirish tavsiya qilinadi:

- tuzilgan bitimlar asosida chakana savdo korxonalarini, ommaviy ovqatlanish korxonalarini, sanoat korxonalarini va boshqa haridorlarning talabini hisobga olish;
- talabni o‘rganish (talabning miqdori va uning strukturasi iqtisodiy baholash) marketing tadqiqotlari natijalarini hisobga olish;
- tajriba - statistik usul, ya’ni ulgurji korxonaning operativ, statistik va buxgalteriya ma’lumotlari va chetdan olingan iqtisodiy axborotlar asosida;
- balans usulida.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar o‘z xo‘jalik faoliyatini rejalashtirishda to‘la mustaqillikka ega bo‘ladilar. Bunday sharoitda, ulgurji tovar aylanishni rejalashtirishda ko‘plab rejalashtirish vositalari va usullaridan foydalanish lozim.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji savdo korxonalarini iqtisodiy ishlarining muhim vazifalaridan biri, iqtisodiy -

matematik usullardan keng foydalanish va zamonaviy kompyuter texnologiyalarini qo‘llash asosida ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarini rejalashtirishning ilmiylik darajasini oshirish hisoblanadi.

Ulgurji tovar aylanishni hisoblash uslubiyoti.

Ulgurji korxonalar chakana savdo tarmog‘i tovar-aylanish rejasining bajarilishi va tovar zahiralarini to‘ldirib turish uchun tovarlarga bo‘lgan ehtiyojini qondiradi. Shuning uchun, dastlab, xizmat ko‘rsatilayotgan chakana savdo korxonalarining alohida tovar guruhlari bo‘yicha tovarlarga bo‘lgan iste‘molining miqdori hisoblanadi. Buni quyidagi formula yordamida amalga oshirish mumkin:

$$I_{chi} = T_{chi} \pm \Delta Z_{chi}$$

Bu yerda: I_{chi} - rejalashtirayotgan davr uchun chakana savdoning tovar guruhlari buyicha iste‘moli;

T_{chi} - rejalashtirayotgan davr uchun tovar guruhlari buyicha chakana tovar aylanishi;

ΔZ_{chi} - rejalashtirayotgan davr uchun chakana savdoda tovar guruhlari bo‘yicha tovar zahiralarining ko‘payishi yoki kamayishi.

Barcha savdo korxonalar va tashkilotlarining tovar guruhlari buyicha iste‘mol hajmi quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$\sum_{i=1}^{i=n} I_{ui} = I_{ui}^1 + I_{ui}^2 + I_{ui}^3 + \dots + I_{ui}^{n-1} + I_{ui}^n$$

Shuni hisobga olish kerakki, chakana savdo korxonalariga tovarlar bitta ulgurji korxonadan emas, balki turli manbalardan (ulgurji korxonalar, boshqa ishlab chiqarish korxonalar va ta‘minotchilardan)

etkaziladi. Bu esa chakana korxonaga tovarlar kelib tushishining boshqa manbalarining miqdori va tarkibini hamda uning tovar ta'minotidagi bo'lgan o'zgarishni alohida hisobga olishni (xizmat ko'rsatilayotgan chakana korxonaning boshqa ta'minotchilar bilan tuzgan bitimlari haqidagi ma'lumotlarni o'rganish asosida) talab qiladi. Yuqorida aytilganlarni hisobga olganda, tovar guruhlari buyicha ulgurji tovar aylanishni rejalashtirish quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$Y_{mi} = \sum_{i=1}^{i=n} I_{qi} - \sum_{i=1}^{i=n} BI_{qi}$$

bu yerda $\sum_{i=1}^{i=n} BI_{qi}$ quyidagicha hisoblanadi:

$$\sum_{i=1}^{i=n} BI_{qi} = BI_{qi}^1 + BI_{qi}^2 + BI_{qi}^3 + \dots + BI_{qi}^{n-1} + BI_{qi}^n$$

Buyerda: U_{mi} - rejalashtirilayotgan yil uchun i tovar guruhi buyicha ulgurji tovar aylanish summasi;

BI_{qi} - xizmat ko'rsatilayotgan chakana savdo korxonasiga boshqa manbalardan tovar guruhlarning kelib tushishi.

Shunday qilib, tovar guruhlari (yoki kichik guruhlar) buyicha ulgurji tovar aylanish rejasi chakana tovar aylanishning loyihalashtirilgan hajmi va tarkibi, chakana savdo korxonasidagi tovar zahiralari hamda tovarlarning kelib tushishi haqidagi ma'lumotlar asosida tuziladi.

Ulgurji tovar aylanish rejasi barcha haridorlar va tovar guruhlari buyicha alohida - alohida tuziladi. So'ngra, ularni umumlashtirish asosida umumiy ulgurji tovar aylanishi hajmi aniqlanadi:

$$U = \sum_{i=1}^{i=m} Y_{mi} = Y_{mi}^1 + Y_{mi}^2 + \dots + Y_{mi}^{m-1} + Y_{mi}^m$$

Bir qarashdan hisoblash usullari juda oddiydek tuyuladi. Biroq hisob - kitoblarni amalga oshirgungacha bozor kon'yunkturasi, alohida raqoobatchilar faoliyati va tovar harakati jarayoniga ta'sir qiluvchi turli ijtimoiy - iqtisodiy sharoitlarni o'rganish kabi ko'p mehnat va bilim talab qiladi.

Sotish shakllari buyicha ulgurji tovar aylanishni rejalashtirish.

Sotish shakllari buyicha ulgurji tovar aylanishni rejalashtirish murakkab jarayon hisoblanadi. Buning uchun ulgurji korxonalar nafaqat faoliyat ko'rsatilayotgan hududning ijtimoiy - iqtisodiy ko'rsatkichlarini, balki bozor konyukturasini ishlab chiqarish, transport, tashkiliy va boshqa omillarni har tomonlama tahlil qilib chikishlari ham lozim.

Rejalashtirish tovar harakati va tovar ta'minotini tashkil etish jarayoni bilan bevosita aloqadordir.

Tovar harakati deganda, tovarlarning ishlab chiqarish sohasidan iste'mol sohasiga o'tish jarayoni tushuniladi. Chakana savdo tarmog'ini tovarlar bilan ta'minlash deganda, tovarlarni chakana savdo tarmog'igacha yetkazib berish jarayonini tushunish lozim. Bu jarayon murakkab tijorat va tashkiliy-texnik operatsiyalar kompleksini qamrab oladi.

Tovar harakati va tovar ta'minoti jarayoniga turli omillar ta'sir ko'rsatadi. Bu omillarni birinchidan, savdo-tashkiliy (savdo tarmoqlarining soni, tarkibi va joylashuvi, tovar aylanish hajmi, savdo maydoni, ulgurji korxonalarining jaylanishi, ombor xo'jaligining holati, savdo-operativ va texnologik jarayonlarni tashkil etish darajasi, tovarlarni saqlash sharoitlari) ikkinchidan, ishlab chiqarish (ishlab chiqarishning rivojlanganlik darajasi, joylanishi,

ixtisoslashuvi va mavsumiyliги, ishlab chiqarish assortimentining murakkablik darajasi, savdo assortimentini shakllantirish me'yorlari) va transport (yo'llarining holati, transport aloqalarining mavjudligi, transport vositalarining shakllari va tezligi transport tariflari va boshq.) omillariga ajratish mumkin.

Alohida ulgurji korxonalarda ombor va tranzit tovar aylanishi o'rtasidagi nisbat, ta'kidlangan omillar ta'siri bilan bog'liq ravishda, turlicha buladi. Ular o'rtasidagi nisbat doimiy bo'lmay, vaqt o'tishi bilan o'zgarib turishi mumkin.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida chakana savdoni tovarlar bilan ta'minlashning maqbul shakllarini tanlashga ta'sir kiluvchi asosiy omillarga yalpi daromad va muomala (davr) harajatlari, xususan uning «Transport harajatlari», «Saqlash, navlarga ajratish va qadoqlash harajatlari» kabi moddalari, shuningdek, bank kreditlaridan foydalanish harajatlari kiradi. Shuning uchun, rejalashtirishda ulgurji tovar aylanishining umumiy hajmida tranzit yoki ombor aylanishi ulushining o'zgarishi ulgurji va chakana savdo korxonolari faoliyatining oxirgi natijalariga ko'rsatayotgan ta'siridan kelib chiqish lozim. Ombor va tranzit tovar aylanish hajmi har bir ulgurji korxonaning barcha xo'jalik faoliyati ko'rsatkichlarini chuqur tahlil qilgan holda belgilanishi lozim.

Shuni nazarda tutish kerakki, tranzit shaklda tovarlar yetkazib berish yuklarni ortib jo'natishning eng kam me'yorlari va tovarlar yetkazib berishning mukammal chastotasini ta'minlash mumkin. Bunda, qaysi tovarlar buyicha tranzit shaklda tovarlar yetkazishni kengaytirish mumkin va kaysi tovarlar buyicha bu usul samara bermasligini aniqlab olish zarur.

Tovar zahiralari rejalashtirish va me'yorlash hamda tovarlar kelib tushishini aniqlash uslubi chakana tovar aylanish ko'rsatkichlari rejalashtirish va normalashtirish uslubi bilan o'xshash.

Ulgurji savdo ko'rsatkichlarini rejalashtirishda ulgurji korxonalar ko'rsatadigan, bozor strategiyasi masalalari va tovarlar reklamasini tashkil etish yunalishlari bo'yicha maslahatlar berish kabi tijorat xizmatlari tizimi o'rganib chiqilishi lozim.

Tayanch iboralar: Tovar muomalasi, savdo, ulgurji savdo, birja, broker, agentlar, ulgurji tovar aylanishi, ulgurji ombor tovar aylanishi, trnzit ulgurji tovar aylanishi, tovar zaxirasi, tovarlar kelishi.

Takrorlash uchun savollar.

1. Ulgurji savdoni tushunchasini va zaruriyatlarini tushintiring?
2. Ulgurji savdoni ahamiyatini yoritng.
3. Ulgurji savdo qanday funksiyalar bajaradi?
4. Birja tushunchasini ayting.
5. Birja turlarini yoritng.
6. Birjada qanday tovarlar sotiladi?
7. Birjada qanday tamoillar amal qilishi zarur?
8. Ulgurji tovar aylanishi ko'rsatkichlarini balans bojliqligi formulasini yozing.
9. Ulgurji tovar aylanishi ko'rsatkichlari qanday tahlil qilinadi?
10. Ulgurji tovar aylanish hajmini qanday rejalashtiradi?
11. Ulgurji savdoda tovar zaxiralari qanday normalashtiriladi?
12. Ulgurji savdoda tovarlar kelishi qanday rejalashtiriladi?

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.

1. O'zbekiston Respublikasi Mulkchilik to'g'risidagi qonun. 1990 yil 31 oktyabr o'zbekiston Oliy Sovetining Vedemostlari, 1990 yil №31-33.
2. O'zbekiston Respublikasida Mulkchilik to'g'risidagi qonunga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqida o'zbekiston Respublikasining 1993 yil 7 may qonuni o'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashining axborotnomasi. 1993 yil, 5-son.
3. O'zbekiston Respublikasi korxonalar to'g'risida qonun. 1991 yil 15 fevral O'zbekiston Respublikasi qonun va farmonlari. Toshkent. "O'zbekiston", - 1992.
4. O'zbekiston Respublikasining Kooperatsiya to'g'risidagi 1991 yil 14 iyun qonuni O'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashining axborotnomasi. 1991 yil yil, 8-son.
5. O'zbekiston Respublikasining tashqi iqtisodiy faoliyat to'g'risida 1991 yil 14 iyun qonuni. O'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashining Axborotnomasi. 1991 yil, 8-son.

6. Davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish to'g'risida o'zbekiston Respublikasining 1991 yil 19 noyabr qonuni O'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashining axborotnomasi. 1992 yil, 1-son.
7. Monopolistik faoliyatni cheklash to'g'risida O'zbekiston Respublikasining 1992 yil, 2 iyul qonuni O'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashining axborotnomasi. 1992 yil, 10-son.
8. Karimov I.A. O'zbekiston iqtisodiy islohatlarni chuqurlashtirish yo'lida. Toshkent., O'zbekiston, 1995.
9. Karimov I.A. o'zbekiston – bozor munosabatlariga o'tishning o'ziga xos yo'li. Toshkent., O'zbekiston, 1995.
10. Karimov I.A. O'zbekistonning siyosiy ijtimoiy va iqtisodiy istiqbolining ta'moillari. Toshkent., O'zbekiston, 1995.
11. O'zbekiston savdo-sanoat palatasini tashkil qilish to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 7.07.2004 yilgi farmoni.
12. Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish uchun ro'yxatdan o'tkazish tartibotlari tuzimini tubdan takomillashtirish to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 20 avgust 2003 yilgi qarori.
13. 2003-2006 yillarda chakana savdo, umumiy ovqatlanish va aholiga maishiy xizmat ko'rsatish korxonalarini tarmoqlarini rivojlantirishga doir qo'shimcha chora tadbirlar to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 13 fevral 2003 yilgi qarori.
14. Xususiy korxonalar to'g'risida O'zbekiston Respublikasining qonuni 2003 yil.
15. Xo'jalik jamiyatlari va shirkatalari to'g'risida O'zbekiston Respublikasining 1992 yil 9 dekabr qonuni O'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashining axborotnomasi. 1993 yil, 1-son.
16. Mahsulot belgilari va xizmat ko'rsatish to'g'risida O'zbekiston Respublikasining 1993 yil, 7 may qonuni O'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashining axborotnomasi. 1993 yil, 6-son.

17. Eimmatli qog'ozlar va fond birjasi to'g'risida O'zbekiston Respublikasining 1993 yil, 2 sentyabr qonuni O'zbekiston Respublikasi Oliy Kengashining axborotnomasi. 1993 yil 9-son.
18. Tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar palatalari to'g'risida O'zbekiston Respublikasining 1997 yil 24 aprel qonuni O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi. 1997 yil 4-5 son.
19. O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to'g'risida O'zbekiston Respublikasi qonuni. 1991 yil 15 fevral (7 – may 1993 yil o'zgartirish va qo'shimchalar kiritilgan). O'zbekiston Respublikasi tadbirkorlik to'g'risida qonun hujjatlari. Toshkent «Iqtisodiyot va huquq dunyosi», 1999 yil.
20. O'zbekiston Respublikasi «Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risida» qonun 1991 yil 21 dekabr. 1998 yil 29 avgustda o'zgartirishlar kiritilgan.
21. O'zbekiston Respublikasi kichik korxonalar to'g'risida nizom. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasi 1992 yil 26 fevral 85 sonli qaror.
22. O'zbekiston Respublikasi xususiy tadbirkorlik to'g'risida nizom. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi 1995 yil 15 fevral 55-sonli qarori.
23. Kichik va o'rta tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish mexanizmini takomillashtirish. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasi 1998 yil 27 may 32 sonli qarori.
24. Oziq – ovqat mahsulotlarining sifati va xavfsizligi to'g'risida O'zbekiston Respublikasining 1997 yil 30 avgust qonuni O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi. 1997 yil 9 son.
25. O'zbekiston Respublikasi, 1998 yil, 30 apreldagi Fermer ho'jaliklari to'g'risidagi qonuni.
26. O'zbekiston Respublikasi 1998 yil, 30 apreldagi Dexqon ho'jaliklari to'g'risidagi qonuni.
27. Cishloq xo'jaligi kooperativi (shirkat xo'jaligi) to'g'risida O'zbekiston Respublikasining 1998 yil 30 aprel.

28. O‘zbekiston Respublikasi qishloq ho‘jalik korxonalarini sanatsiya qilish to‘g‘risidagi 1997 yil 25 dekabirdagi qonuni Xalq so‘zi 1997 yil, 15 yanvar.
29. Standartlashtirish to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi 1997 yil, 28 dekabr qonuni O‘zbekiston Respublikasi Oliy kengashining axborotnomasi. 1994 yil 2-son.
30. Mahsulotlar va xizmatlarni sertifikatlashtirish to‘g‘risidagi O‘zbekiston Respublikasining 1993 yil 28 dekabr qonuni O‘zbekiston Respublikasi Oliy Kengashining axborotnomasi. 1994 yil 2-son.
31. Bankrotlik to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasining 2003 yil 24 aprel qonuni Xalq so‘zi 2004 yil 2-iyul.
32. Iste‘molchilarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasining 1996 yil 26 yil 26 aprel qonuni O‘zbekiston Respublikasi Oliy majlisining axborotnomasi 1996 yil 5-6 son.
33. Tovar bozorlarida monopolistik raqobatni cheklash to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasining 1996 yil 27 dekabr qonuni O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi. 1997 yil 2-son.
34. O‘zbekiston Respublikasi qishloq ho‘jalik kooperativ (shirkat ho‘jaligi) to‘g‘risida qonun 1998 yil 30 aprel O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi. 1998 yil 5-6 son.
35. O‘zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik va tabirkorlar faoliyatining kafolatlari to‘g‘risida» 1999 yil 14 aprel qonuni Xalq so‘zi. 1999 yil, 29 aprel.
36. Xo‘jalik yurituvchi sub‘ektlar faoliyatini davlat tomonidan nazorat qilish to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasining 1998 yil, 24 dekabr qonuni O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi 1999 yil, 1-son.
37. Investitsiya faoliyati to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasining 1998 yil 24 dekabr qonuni O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlis axborotnomasi, 1999 yil 1-son.
38. Reklama to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi. 1999 yil, 1-son.

39. Lizing to'g'risida O'zbekiston Respublikasining 1998 yil, 14 aprel qonuni O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi. 1999 yil, 5- son.
40. Nodavlat notijorat tashlilotlari to'g'risida O'zbekiston Respublikasining 1998 yil, 14 aprel qonuni O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi. 1999 yil, 5-son.
41. Faoliyatning ayrim turlarini lizinglash to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi 2000 yil, 25 may qonuni O'zbekiston Respublikasi moliyaviy qonunlari 8- son. 2000.
42. Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida O'zbekiston Respublikasining qonuni. 2000 yil, 25 may. O'zbekiston Respublikasi moliyaaiy qonunlari. 8-son 2000.
43. Axborot erkinliga prinslari va kafolatlari to'g'risida O'zbekiston Respublikasining 2002 yil, 12 dekabr qonuni Xalq so'zi 2003 yil 13 dekabr.
44. Ulgurji va chakana savdoni liberallashtirish hamda uni rivojlantirish uchun qulay shart sharoit yaratish chora tadbirlari to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 23 fevraldagi farmoni.
45. Ulgurji savdo korxonalarini uyushmasi faoliyatini tashkil etish to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 6 martdagi qarori.
46. Abdukarimov I.T., Pardayev M.C., Isroilov B.I. Korxonaning iqtisodiy saloxiyati tahlili. Toshkent. «Iqtisodiyot va xuquq dunyosi», 2003.
47. Abdukarimov B.A. va boshqalar «Korxonalar iqtisodiyoti», Darslik, Toshkent «Fan», 2005.
48. Abdukarimov B.A. Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes – rejaning mohiyati. Ma'ruza matni, Samarqand. 1997.
49. Abulqosimov h. Korxonaning xalqaro marketing faoliyati. Toshkent: «Akademiya» 2002.
50. Akio Morita. Sdelano v Yaponii. M.: «Znaniye». 1991.
51. Bea F.K., Dixtla E., Shveytsera M. Ekonomika predpriyatiya. Uchebnik. M.; Izdatelskiy dom «INFRA - M», 1999.

52. Bozor munosabatlari sharoitida milliy iqtisodiyotning rivojlanishi. Toshkent., «O‘qituvchi», 1996
53. Burov V.P. i dr. Biznes plan firmi. M.: «EKMOS», 2000.
54. Vorst Y., Reventlou P. Ekonomika firmi. Uchebnik. (perevods datskogo). M.: «Visshaya shkola», 1994.
55. Gozibekov D.Ye Investitsiyalarni moliyalashtirish masalalari. Toshkent: «Moliya», 2003.
56. Golovkova N.S., Zabolatnaya N.V., Sherbakova I.G. Finansova-ekonomicheskoye sostoyaniye predpriyatiya: Uchebnoye posobiye. BUPK.
57. Granatkin Yu.A., Istamov D.I., Ergashev X.K. Osnovi predprinimatelstva. Sankt-Peterburg – 1993.
58. Davidyanu D.B. Pokazateli i otsenka effektivnosti ekonomiki v usloviyax rinochnix otnosheniy (Makro i mikro uroven).
59. Dadaboyev Yu.D. i dr. Ekonomika predpriyatiya. Uchebnik. Tashkent: Ferganskiy nauchniy sentr. 1998.
60. Zaharov A.N i dr. Upravleniye kachestvom produkcii. Uchebnoye Posobiye, BUPK. Belgorod. 2003.
61. Istamov D.I., Granatkin Yu.A., Muhammedov M.M., Xodjayev E.N. Ekonomicheskkiye bezopasnost predpriyatiya i zashita kommercheskoy tayni. Uchebnoye posobiye. Samarkand, 1995.
62. Istoriya menedjmenta. M.: «INFRA-M», 1997.
63. Yo‘ldoshev N.^a. Savdo korxonasi iqtisodi, o‘quv qo‘llanma. T.: TDIU, 2005 y.
64. Kadzumi Tatensi. Vechniy dux predprinimatelstva. Kiyev. «Ukrzakdonvizaservis», 1992.
65. Kak rabotayut yaponskiye predpriyatiya. M.: «Ekonomika», 1989.
66. Kiselev A.P. Teoriya i praktika sovremennogo biznesa. Kiyev «LIBRA», 1995.
67. Korxonalarning bozor modeli. Ma’ruza matni. ^autbetdenov A.T., Abdukarimov B.A. Samarkand, 2000.

68. Pardayev M.^a., Abdukarimov B.A. Mehnat iqtisodi va sotsiologiyasi. O'quv qo'llanma. Samarqand, 2002.
69. Pardayev M.^a., Isroilov B.I. Iqtisodiy tahlil. O'quv qo'llanma. I-II qism. Toshkent: «Iqtisodiyot va huquq dunyosi» nashriyot uyi, 2001.
70. Parpiyev U., Salamov I. Bozor iqtisodiyoti asoslari va ishlab chiqarishni tashkil etish. Toshkent: «Sharq», 1996.
71. Rayzberg B.A. Osnovi ekonomiki. Uchebnoye posobiye. M.: «INFRA-M», 2000.
72. Rubin Yu.B. Biznes i ekonomika. M.: «Znaniye», 1991
73. Sevlinyans G.Ye., Xadjayev E.N. Predprinimatelstvo v Respublike O'zbekistan. Tashkent. «Meros» 1993.
74. Sovremennaya ekonomika. Uchebnoye posobiye. Rostav-na-Donu: «Feniks», 1996.
75. Sulaymonov Sh.S. Iqtisodiyot nazariyasi. O'quv qo'llanma. O'sh, 1998.
76. Tadbirkorlik va biznes asoslari (O'quv qo'llanma). E. N. Xadjayev, R. G. Yunusova, Abdukarimov B.A. va boshqalar. Samarqanda Zarafshon. 1994.
77. Chshen V.A. va boshqalar. Xususiyashtirish asoslari. I tom. Toshkent: «Iqtisodiyot va huquq uyi», 1996.
78. Chjen V.A. va boshqalar. Pul va moliya bozorlari. II tom. Toshkent: «Biznes katalog», 1996.
79. Chjen V.A. va boshqalar. Bozor qonuniyati asoslari. III tom. Toshkent: «Biznes katalog», 1996.
80. Chjen V.A. va boshqalar. Bozor va ochiq iqtisodiyot IV tom.
81. Chjen V.A. va boshqalar. Bozor sharoitida mintaqaning tarmoq taraqqiyoti. V tom Toshkent: «Biznes katalog». 1997.
82. Ekonomika predpriyatiya. Uchebnik. Kollektiv avtrov Pod red. Grebneva A.I.M.: «Ekonomika», 1997.
83. Ekonomika predpriyatiya. Uchebnik. Kollektiv avtrov pod red. Prof. Gorfinkelya V.Ya., prof. Shvandara V.A.M.: «YUNITI», 2000.

84. Ekonomika predpriyatiya. Uchebnik. Minsk. Pod red. Xripacha V.A. Ekonompress,2000.
85. Ekonomika predpriyatiya. Teksti leksiy. Maxmudov E.X., Yuldasheva Sh.M., Kalandarova S.G. TDIU. Toshkent,2000.
86. Ekonomicheskaya teoriya. Uchebnik. Toshkent: «Sharq», 1999.
87. Egamberdiyev E., Xo‘jaqulov X. Kichik biznes va tadbirkorlik. Toshkent: Ma’naviyat, 2003.
88. Ekonomika torgovli. Muhammedov M.M., Abdukarimov B.A., Altinbayev R.I., Cutbetdinov A.T., Uchebnoye posobiye. Samarkand, 1998.
89. Ekonomika predpriyatiya. Raitskiy K.A., Uchebnik. M.: - NVS. «Marketing», 2000.
90. Torgovoye delo: Ekonomika i organizatsiya. Uchebnik. M.: INFRA-M., 1997.

MUNDARIJA

KIRISH

- 1-bob. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining nazariy va metodologik asoslari**

- 1.1. Bozor munosabatlariga o‘tish sharoitida iqtisodiy fanlarning o‘rni va ahamiyati
- 1.2. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining boshqa iqtisodiy fanlar bilan bog‘liqligi
- 1.3. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining ob‘ekti va predmeti
- 1.4. Ichki savdo iqtisodiyoti fanining usullari
- 2-bob. Bozor iqtisodiyoti shakllanishi sharoitida savdo**
- 2.1. **Tovar ayriboshlashning mohiyati**
- 2.1.1. Takror ishlab chiqarish jarayonida ayriboshlash
- 2.1.2. Bozor iqtisodiyoti, uning qoidalari, bozor tushunchasi, funksiyalari va elementlari
- 2.1.3. Bozorning turlari
- 2.1.4. Bozorning sub‘ektlari
- 2.2. **Savdoning mohiyati va uning bozor iqtisodiyoti sharoitida ahamiyati**
- 2.2.1. Savdoning mohiyati, funksiyalari
- 2.2.2. Savdoning ijtimoiy shakllari, tashkiliy iqtisodiy tasnifi.
- 2.2.3. Savdoning iqtisodiyotda tutgan o‘rni.
- 2.2.4. Shaxsiy iste‘molni qondirishda savdoning ahamiyati.
- 3-bob. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy – iqtisodiy asoslari**
- 3.1. Tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va ahamiyati
- 3.2. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy - iqtisodiy asoslari
- 3.3. Tadbirkorlikni qo‘llab quvvatlash yo‘nalishlari
- 3.4. Tadbirkorlik faoliyatining samaradorligi ko‘rsatkichlari
- 4-bob. Savdoning xo‘jalik mexanizmi**
- 4.1. Xo‘jalik mexanizmi tushunchasi va uning mohiyati
- 4.2. Savdoning xo‘jalik mexanizmi, uning elementlari
- 4.3. Matlubot kooperatsiyasining xususiyatlari va xo‘jalik mexanizmi
- 5-bob. Savdo korxonalarida iqtisodiy ishni tashkil qilish**
- 5.1. **Iqtisodiy ishning mohiyati**
- 5.1.1. Iqtisodiy ishning mohiyati, mazmuni va ahamiyati
- 5.1.2. Iqtisodiy tahlilni mazmuni, vazifalari va usullari
- 5.1.3. Iqtisodiy axborotlar tushunchasi, turlari va ahamiyati
- 5.1.4. Iqtisodiy axborotlar tarkibida statistikaning ahamiyati
- 5.2. **Bozor iqtisodiyoti sharoitida prognozlash va rejalashtirish**
- 5.2.1. Prognozlash va rejalashtirishni mohiyati, maqsadi, vazifalari va ahamiyati
- 5.2.2. Rejalashtirishni qoidalari (prinsiplari).
- 5.2.3. Prognozlash va rejalashtirishga qo‘yilgan umumiy talablar
- 5.2.4. Prognozlash va rejalashtirishni turlari va bosqichlari
- 5.2.5. Prognozlash va rejalashtirish usullari hamda ko‘rsatkichlari
- 6-bob. Savdo korxonalarining resurslari**
- 6.1. **Savdo korxonalarining asosiy fondlari**
- 6.1.1. Resurslar tushunchasi va tarkibi

- 6.1.2. Asosiy fondlar tushunchasi, tarkibi va baholanishi
- 6.1.3. Asosiy fondlarning ko'rsatkichlari
- 6.2. **Aylanma fondlar (mablag'lar) tushunchasi, tarkibi va ko'rsatkichlari**
 - 6.2.1. Aylanma fondlar (mablag'lar) tushunchasi, harakati va ahamiyati
 - 6.2.2. Aylanma fondlar (mablag'lar)tarkibi
 - 6.2.3. Aylanma fondlar (mablag'lar) ning ko'rsatkichlari
- 6.3. **Savdo korxonalarining moliyaviy resurslari**
 - 6.3.1. Moliyaviy resurslar mohiyati va ularni savdo korxonalari samaradorligini oshirishda ahamiyati
 - 6.3.2. Moliyaviy resurslarning manbalari
 - 6.3.3. Moliyaviy resurslarning ko'rsatkichlari
- 6.4. **Savdoda mehnat resurslari**
 - 6.4.1. Savdoda mehnatni ijtimoiy - iqtisodiy mohiyati va ahamiyati
 - 6.4.2. Savdoda mehnat resurslarini shakllanishi va ko'rsatkichlari
 - 6.4.3. Savdoda mehnat resurslarini tahlili va rejalashtirish
- 7-bob. Xalq. iste'mol tovarlariga bahoni shakllanishi**
 - 7.1. Baho va baholashtirishning mohiyati va ahamiyati
 - 7.2. Bahoning funksiyalari
 - 7.3. Bahoning turlari
 - 7.4. Bahoga ta'sir qiluvchi omillar
 - 7.5. Bahoni aniqlashni metodologik masalalari (baholashtirishmetodologiyasi)
 - 7.6. Bahoning mahsulot (ishlar, xizmatlar) ni ishlab chiqarish va sotish harajatlari bilan bog'liq bo'lgan elementlari tarkibi
 - 7.7. Bahoni davlat tomonidan tartibga solinishi
 - 7.8. Baho va inflyatsiya
- 8-bob. Talab va tovar taklifi**
 - 8.1. Iste'mol tovarlariga talab**
 - 8.1.1. Ehtiyoj tushunchasi, tarkibi, turlari va ularni o'rganishning ahamiyati
 - 8.1.2. Talabni tushunchasi, talabga ta'sir qiluvchi omillar, uni o'rganish va prognozlash usullari
 - 8.1.3. Aholining minimal iste'mol savatchasi tushunchasi, o'rganish usuli va ahamiyati
 - 8.1.4. Aholining daromadlari va harajatlarini aniqlash usullari
 - 8.2. Iste'mol tovarlari taklifi**
 - 8.2.1. Iste'mol tovarlari taklifi tushunchasi, uning mohiyati va ahamiyati
 - 8.2.2. Iste'mol tovarlari taklifining manbalari
 - 8.2.3. O'zbekistonda iste'mol tovarlari taklifini shakllanish tendensiyalari
 - 8.2.3.4. Iste'mol tovarlari taklifini rejalashtirish
- 9 bob. Chakana tovar aylanishi**
 - 9.1. Chakana tovar aylanishi tushunchasi va ijtimoiy – iqtisodiy ahamiyati**

- 9.1.1. Chakana tovar aylanishi tushunchasi va mohiyati
- 9.1.2. Chakana tovar aylanishi tavsifi
- 9.1.3. Chakana tovar aylanishi ijtimoiy – iqtisodiy ahamiyati
- 9.1.4. Chakana tovar aylanishi ko‘rsatkichlari va ularni balans bog‘liqligi
- 9.1.5. Chakana tovar aylanishining rivojlanish tendensiyalari
- 9.2. Chakana tovar aylanishini tahlili**
- 9.2.1 Chakana tovar aylanishini tahlil qilish vazifalari va usullari
- 9.2.2. Chakana tovar aylanishiga ta’sir qiluvchi omillar
- 9.2.3. Chakana tovar aylanishini umumiy hajmini tahlili
- 9.2.4. Chakana tovar aylanishi tarkibi (assortimenti)ni tahlili
- 9.3. Tovar zaxiralari va tovarlarni kelishini tahlili**
- 9.3.1. Tovar zaxiralari tushunchasi, turlari va ko‘rsatkichlari
- 9.3.2. Tovar zaxiralari ko‘rsatkichlariga ta’sir qiluvchi omillar
- 9.3.3 Tovar zahiralarining tahlili
- 9.3.4. Tovarlarni kelishi tushunchasi, manbalari va uning tahlili
- 9.4. Chakana tovar aylanishini prognozlash va rejalashtirish**
- 9.4.1. Chakana tovar aylanishini uzoq muddatga prognozlash
- 9.4.2. Chakana tovar aylanishini joriy rejalashtirish
- 9.4.3. Chakana tovar aylanishi tarkibi (assortimenti)ni prognozlash va rejalashtirish
- 9.5. Tovar zaxiralarini va tovarlar kelishini rejalashtirish**
- 9.5.1. Tovar zaxiralarni normalashtirish usullari
- 9.5.2. Tovar zaxiralarini kvartallar bo‘yicha rejalashtirish
- 9.5.3. Tovarlar kelishini rejalashtirish
- 10-bob. Ulgurji tovar aylanishi**
- 10. 1. Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji savdo uning zaruriyati va ahamiyati
- 10.2. Ulgurji tovar aylanishining mazmuni va turlari
- 10.3. Ulgurji tovar aylanishining ko‘rsatkichlari va ularni tavsifi
- 10.4. Ulgurji tovar aylanishini tahlilining maqsadi va bosqichlari
- 10.5. Ulgurji tovar aylanish ko‘rsatkichlarini rejalashtirish

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

Soderjaniye

Vvedeniye

- 1 gl. Teoreticheskiye i metodologicheskiye osnovi dissiplini «Ekonomika vnutrenney trgovli»**
 - 1.1. Rol i znacheniyе ekonomicheskix nauk v usloviyax perexoda k rinochnim otnosheniyam
 - 1.2. Svyaz «Ekonomiki vnutrenney trgovli» s drugimi ekonomicheskimi naukami
 - 1.3. Ob'ekt i predmet dissiplini «Ekonomiki vnutrenney trgovli»
 - 1.4. Metodi dissiplini «Ekonomiki vnutrenney trgovli»
- 2 gl. Torgovlya v usloviyax formirovaniya rinochnoy ekonomiki**
 - 2.1. Sushnost tovarnogo obmena**
 - 2.1.1. Ob'yom v vosproizvodstvennom protsesse
 - 2.1.2. Rinochnaya ekonomika, yeyo prinsipi, ponyatiya, funktsii i elementi rinka
 - 2.1.3. Vidi rinka
 - 2.1.4. Sub'ekti rinka
 - 2.2. Sushnost i znacheniyе trgovli v usloviyax rinochnoy ekonomiki**
 - 2.2.1. Sushnost, funktsii trgovli
 - 2.2.2. Sotsialnie formi trgovli, organizatsionno-ekonomicheskaya harakteristika
 - 2.2.3. Rol trgovli v ekonomike
 - 2.2.4. Znacheniyе trgovli v udovletvorenii lichnix potrebnostey
- 3 gl. Pravovie – ekonomicheskkiye osnovi predprinimatelskoy deyatel'nosti**
 - 3.1. Sushnost i znacheniyе predprinimatelskoy deyatel'nosti
 - 3.2. Pravovie – ekonomicheskkiye osnovi predprinimatelskoy deyatel'nosti

- 3.3. Puti podderjki predprinimatelstva
- 3.4. Pokazateli effektivnosti predprinimatelskoy deyatelnosti
- 4 gl. Xozyaystvenniy mexanizm torgovli**
- 4.1. Sushnost i ponyatiye xozyaystvennogo mexanizma
- 4.2. Xozyaystvenniy mexanizm torgovli i yego elementi
- 4.3. Osobennosti xozyaystvennogo mexanizma potrebitelskoy kooperatsii
- 5 gl. Organizatsiya ekonomicheskoy raboti v torgovle**
- 5.1. Sushnost ekonomicheskoy raboti**
- 5.1.1. Sushnost, sodержaniye i znacheniyе ekonomicheskoy raboti
- 5.1.2. Soderjaniye, znacheniyе i metodi ekonomicheskogo analiza
- 5.1.3. Ponyatiye, vidi i znacheniyе ekonomicheskoy informatsii
- 5.1.4. Znacheniyе statistiki v sisteme ekonomicheskoy informatsii
- 5.2. Prognozirovaniye i planirovaniye v usloviyax rinochnoy ekonomiki**
- 5.2.1. Sushnost, seli, zadachi i znacheniyе prognozirovaniya i planirovaniya
- 5.2.2. Prinsipi planirovaniya
- 5.2.3. Obshiyе trebovaniya k prognozirovaniyu i planirovaniyu
- 5.2.4. Vidi i etapi prognozirovaniya i planirovaniya
- 5.2.5. Metodi i pokazateli prognozirovaniya i planirovaniya
- 6 gl. Resursi torgovix predpriyatiy**
- 6.1. Osnovnie fondi torgovix predpriyatiy**
- 6.1.1. Ponyatiye i strukturi resursov
- 6.1.2. Ponyatiye, struktura i otsenki osnovnix fondov
- 6.1.3. Pokazateli osnovnix fondov
- 6.2. Ponyatiye, struktura i pokazateli oborotnix fondov (sredstv)**
- 6.2.1. Ponyatiye, dvijeniye i znacheniyе oborotnix fondov (sredstv)
- 6.2.2. Struktura oborotnix fondov (sredstv)
- 6.2.3. Pokazateli oborotnix fondov (sredstv)
- 6.3. Finansovie resursi torgovix predpriyatiy**
- 6.3.1. Sushnost finansovix resursov i ix znacheniya v povisheniye effektivnosti torgovix predpriyatiy
- 6.3.2. Istochniki finansovix resursov
- 6.3.3. Pokazateli finansovix resursov
- 6.4. Trudovie resursi v torgovle**
- 6.4.1. Sotsialno-ekonomicheskaya sushnost i znacheniyе truda v torgovle
- 6.4.2. Formirovaniye i pokazateli trudovix resursov v torgovle
- 6.4.3. Analiz i planirovaniye trudovix resursov v torgovle
- 7 gl. Formirovaniye sen na tovari narodnogo potrebleniya**
- 7.1. Sushnost i znacheniyе seni i senoobrazovaniya
- 7.2. Funksii sen
- 7.3. Vidi sen
- 7.4. Faktori vliyayushiye na seni
- 7.5. Struktura elementov sen svyazannix s proizvodstvom produkcii

- (rabot, uslug) i s rasxodami realizatsii
- 7.6. Metodologicheskiye voprosi opredeleniya sen (metodologiya senoobrazovaniya)
- 7.7. Gosudarstvennoye regulirovaniye sen
- 7.8. Sena i inflyatsiya
- 8 gl. Spros i tovarnoye predlojeniye**
- 8.1. Spros na tovari potrebleniya**
- 8.1.1. Ponyatiye, struktura, vidi potrebnostey i znachenije ix izucheniya
- 8.1.2. Ponyatiya sprosa, faktori vliyayushiye na spros, metodi izucheniya i ix znachenije
- 8.1.3. Ponyatiye, metodi izucheniya i znachenije minimalnogo potrebitelskogo byudjeta
- 8.1.4. Metodi opredeleniya doxodov i rasxodov naseleniya
- 8.2. Predlojeniye potrebitelskix tovarov**
- 8.2.1. Ponyatiye, sushnost i znachenije predlojeniya potrebitelskix tovarov
- 8.2.2. Istochniki predlojeniya potrebitelskix tovarov
- 8.2.3. Tendensiya formirovaniya predlojeniya potrebitelskix tovarov v O'zbekistane
- 8.2.4. Planirovaniye predlojeniya potrebitelskix tovarov
- 9 gl. Roznichniy tovarooborot**
- 9.1. Ponyatiye i sotsialno – ekonomicheskoye znachenije roznichnogo tovarooborota**
- 9.1.1. Ponyatiye i sushnost roznichnogo tovarooborota
- 9.1.2. Klassifikatsiya roznichnogo tovarooborota
- 9.1.3. Sotsialno – ekonomicheskoye znachenije roznichnogo tovarooborota
- 9.1.4. Pokazateli roznichnogo tovarooborota i ix balansovaya uvyazka
- 9.1.5. Tendensii razvitiya roznichnogo tovarooborota
- 9.2. Analiz roznichnogo tovarooborota**
- 9.2.1. Zadachi i metodi analiza roznichnogo tovarooborota
- 9.2.2. Faktori vliyayushiye na roznichniy tovarooborot
- 9.2.3. Analiz obshego ob'yoma roznichnogo tovarooborota
- 9.2.4. Analiz strukturi (assortimenta) roznichnogo tovarooborota
- 9.3. Analiz tovarnix zapasov i postupleniye tovarov**
- 9.3.1. Ponyatiye, vidi i pokazateli tovarnix zapasov
- 9.3.2. Faktori, vliyayushiye na pokazateli tovarnix zapasov
- 9.3.3. Analiz tovarnix zapasov
- 9.3.4. Ponyatiya postupleniya tovarov, ix istochniki i analiz
- 9.4. Prognozirovaniye i planirovaniye roznichnogo tovarooborota**
- 9.4.1. Dolgosrochnoye prognozirovaniye roznichnogo tovarooborota
- 9.4.2. Tekushee planirovaniye roznichnogo tovarooborota
- 9.4.3. Prognozirovaniye i planirovaniye, struktura (assortimenta) roznichnogo tovarooborota
- 9.5. Planirovaniye tovarnix zapasov i postupleniye zapasov**

- 9.5.1. Metodi normirovaniya tovarnix zapasov
- 9.5.2. Planirovaniye tovarnix zapasov po kvartalam
- 9.5.3. Planirovaniye postupleniya tovarov
- 10 gl. Optoviy tovarooborot.**
- 10.1. Sushnost, neobxodimost i znachenije optovoy trgovli v usloviyax rinochnoy ekonomiki
- 10.2. Ponyatiye i vidi optovogo tovarooborota
- 10.3. Pokazateli optovogo tovarooborota i ix harakteristika
- 10.4. Sel i etapi analiza optovogo tovarooborota
- 10.5. Planirovaniye pokazateley optovogo tovarooborota

Spisok ispolzovannoy literaturi

CONTENTS

INTRODUCTION

Chapter 1	Theoretical and Methodological Basement of the Discipline “Internal Trade Economics”
1.1	Role and significance of economic sciences in condition of transmission to market operations
1.2.	Interrelationship of “Internal Trade Economics” with other economic sciences
1.3.	Object and matter of the discipline “Internal Trade Economics”
1.4.	Methods of discipline “Internal Trade Economics”
Chapter 2	Trade in Condition of Formation of Market Operations
2.1	Nature of good exchange
2.1.1	Volume in reproduction process
2.1.2	Market economy, its borders, concepts, functions and market elements
2.1.3	Types of market
2.1.4	Subjects of market
2.2	Nature and significance of trade in condition of market economy
2.2.1	Nature and function of trade
2.2.2	Social forms of trade, organization-economical characteristics
2.2.3	Role of trade in economy
2.2.4	Significance of trade to satisfy personal need
Chapter 3	Legal- Economical Basis of Entrepreneurial Activity
3.1	Nature and significance of entrepreneurial activity
3.2	Legal- economical basis of entrepreneurial activity
3.3	Ways of support in entrepreneurship
3.4	Effective indices of entrepreneurial activity
Chapter 4	Economical Mechanism of Trade
4.1	Nature and concept of economical mechanism
4.2	Economical mechanism of trade and its elements
4.3	Features of economical mechanism in consumers cooperation
Chapter 5	Organization of Economical Works in Trade
5.1	Nature of economical work
5.1.1	Nature, subject matter and significance of economical work
5.1.2	Subject matter, significance and methods of economical analysis
5.1.3	Concept, types and significance of economical information

- 5.1.4 Importance of statistics in economical information system
- 5.2 Forecasting and planning in condition of market economy**
- 5.2.1 Nature, objects, tasks and significance of forecasting and planning
- 5.2.2 Planning principals
- 5.2.3 General requirements to forecasting and planning
- 5.2.4 Types and stages of forecasting and planning
- 5.2.5 Methods and indices of forecasting and planning
- Chapter 6 Resources of Trade Enterprise**
- 6.1 Fixed assets of trade enterprise**
- 6.1.1 Concept and structure of resources
- 6.1.2 Concept, structure and assessment of fixed assets
- 6.1.3 Indices of fixed assets
- 6.2 Concept, structure and indices of withdrawal assets**
- 6.2.1 Concept, movement and significance of withdrawal assets
- 6.2.2 Structure of withdrawal assets
- 6.2.3 Indices of withdrawal assets
- 6.3 Finance resources of trade enterprise**
- 6.3.1 Nature of finance resources and their significance in increasing efficiency of trade enterprise
- 6.3.2 Sources of finance resources
- 6.3.3 Indices of finance resources
- 6.4 Labor resources of trade**
- 6.4.1 Social-economical nature and significance of labor in trade
- 6.4.2 Formation of labor resources in trade and their indices
- 6.4.3 Analysis and planning of labor resources in trade
- Chapter 7 Price Formation of consumer's goods**
- 7.1 Nature and significance of prices and price formation
- 7.2 Price function
- 7.3 Price types
- 7.4 Factors influencing on prices
- 7.5 Structure of price elements related with product manufacturing (labors, services) and with realization expenditures
- 7.6 Methodological issues of price identification (price formation methodology)
- 7.7 Public price regulation
- 7.8 Price and inflation
- Chapter 8 Demand and Goods Supply**
- 8.1 Demand for consumer good**
- 8.1.1 Concept, structure, types of demands and importance of their investigation
- 8.1.2 Concept of the demand, factors influencing on demand. Methods of study and their importance

- 8.1.3 Concept of minimal consumer budget. Methods of study and their importance
 - 8.1.4 Determination methods of population's income and expenditures
 - 8.2 Consumer Goods Supply**
 - 8.2.1 Concept, nature and significance of consumer goods supply
 - 8.2.2 Supply sources of consumer goods
 - 8.2.3 Supply formation tendency of consumer goods in Uzbekistan
 - 8.2.4 Supply planning of consumer goods
 - Chapter 9 Retail Turnover**
 - 9.1 Concept and social-economical significance of retail turnover**
 - 9.1.1 Concept and nature of retail turnover
 - 9.1.2 Retail turnover classification
 - 9.1.3 Social-economical significance of retail turnover
 - 9.1.4 Retail turnover indices and their balance concurrence
 - 9.1.5 Development tendency of retail turnover
 - 9.2 Retail turnover analysis**
 - 9.2.1 Tasks and methods in retail turnover analysis
 - 9.2.2 Factors influencing on retail turnover
 - 9.2.3 Total volume analysis of retail turnover
 - 9.2.4 Structure analysis (assortment) of retail turnover
 - 9.3 Analysis of goods reserve and goods intake**
 - 9.3.1 Concept, types and indices of goods reserve
 - 9.3.2 Factors influencing on indices of goods reserve
 - 9.3.3 Goods reserve analysis
 - 9.3.4 Concept of goods intake, their sources and analysis
 - 9.4 Forecasting and planning of retail turnover**
 - 9.4.1 Long- term forecasting of retail turnover
 - 9.4.2 Actual planning of retail turnover
 - 9.4.3 Forecasting and planning, structure (assortment) of retail turnover
 - 9.5 Goods reserve planning and goods intake**
 - 9.5.1 Normative methods of goods reserve
 - 9.5.2 Quarterly planning of goods reserve
 - 9.5.3 Goods intake planning
 - Chapter 10 Whole-Sale Turnover**
 - 10.1 Nature, necessity and significance of whole-sale trade in condition of market economy
 - 10.2 Concept and types of whole-sale turnover
 - 10.3 Whole- sale turnover indices and their characteristics
 - 10.4 Object and stages of whole- sale turnover analysis
 - 10.5 Planning indices of whole- sale turnover
- REFERENCES**

