С.С.ҒУЛОМОВ

Тадбиркорлик ва кичик бизнес

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

С. С. ҒУЛОМОВ

ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕС

Иқтисодиёт йўналишидаги Олий ўқув юртлараро илмий-услубий Кенгаш томонидан ўқув қўлланма сифатида тавсия этилган

«ШАРҚ» НАШРИЁТ-МАТБАА
АКЦИЯДОРЛИК КОМПАНИЯСИ
БОШ ТАҲРИРИЯТИ
ТОШКЕНТ — 2002

9(2)-2
340

Қўлланмани тайёрлашда *Б. Д. СЕМЁНОВ, Ҳ. Қ. МАМАРАСУЛОВ, Ш. Я. МАҚСУДОВА, М. Т. РАСУЛОВА, С. ҒУЛОМОВ, Д. С. ХОЛМИРЗАЕВА* қатнашдилар.

Тақризчилар: Россия ҚҚФА мухбир аъзоси, и. ф. д., профессор *А. У. АБДУРАҲИМОВ*
БДПА профессори, и. ф. д. *Э. М. ГАЙНУТДИНОВ.*

Ушбу ўқув қўлланмасида тадбиркорликни ривожлантиришнинг ташкилий, ҳуқуқий асослари атрофлича кўриб чиқилган, тадбиркорлик фаолияти доирасини тадбиркорлик муҳитида юзага келган вазиятни ҳисобга олган ҳолда танлаш муаммоси батафсил ёритиб берилган. Кичик бизнес соҳасида хўжалик субъектларини ташкилий жиҳатдан тўғри расмийлаштириш, ноаниқлик, хавф-хатар ва таваккалчилик шароитида тадбиркорликнинг стратегияси ва тактикасини танлаш йўллари кўрсатиб ўтилган. Бизнес режа ишлаб чиқиш тартиби, лойиҳавий таҳлил концепцияси ва услублари, шунингдек, инвестицион лойиҳаларни ўрганишда экспертиза қилиш йўл-йўриқлари батафсил баён этилган.

Тадбиркорликнинг молиявий томонларига, кичик бизнесда менежмент ва маркетинг масалаларига катта ўрин берилган. Келтирилган масалалар Ўзбекистон Республикасининг ҳудудий ўзига хос хусусиятлари ҳамда хўжалик фаолиятининг айрим соҳалари, мулкчилик ва хўжалик юритиш шаклларини ҳисобга олган ҳолда кўриб чиқилган.

Ушбу ўқув қўлланма Олий ва ўрта махсус ўқув юртлари талабалари, вазирлик ва муассасалар мутахассислари, аспирантлар, кенг доирадаги тадбиркорлик муаммолари билан қизиқувчилар учун мўлжалланган.

Entrepreneurship and small business. *S.S.Gulomov*,.

The present teaching quid sets the organizational and legal basis of development of entrepreneurship, thoroughly describes the choosing of sphere of activity with consideration of establishing situation at entrepreneur environment. The book shows the ways of correct organizational facilitation of small business entities, choosing business strategy and tactics in conditions of uncertainty and risk. The order of business plan development is given in much detail. A large portion is given to financial aspects of small-business entrepreneurship, management and marketing. The presented issues are being considered with a viewpoint of specific features of industries and certain spheres of economic activity, forms of ownership and business.

In this activities participated *B. Semenov, Hk. Mamarasulov, M.Rasulova, Sh. Maksudova, D.Kholmirzaeva, S.Gulomov.*

References: corresponding member of Academy of Agricultural Sciences of Russian,
doctor of economics, professor *A.U.Abdurakhimov*
doctor of economics, professor *E.M.Gainutdinov.*

© «Шарқ» нашриёт-матбаа акциядорлик компанияси Бош таҳририяти, 2002.

КИРИШ

Республикамиз Президенти Ислом Абдуғаниевич Каримов асарларида ва Республика Олий Мажлиси сессияларида қабул қилинган ҳужжатларда Ўзбекистонда кичик бизнес соҳасидаги тадбиркорлик ва ишбилармонликни молиявий жиҳатдан қўллаб-қувватлаш, уларга ҳар томонлама мадад бериш, уларнинг самарали ишлаши ва ривожланиши учун қулай шарт-шароитлар яратиш ва улар ёрдамида мамлакат истеъмол бозорини юқори сифатли товарлар билан тўлдириш масалалари муҳим ўрин олган. Ўзбекистон Республикасида тадбиркорлик тўғрисидаги қонунга асосан тадбиркорликнинг фаолият соҳалари, ҳуқуқлари, мажбуриятлари, маъсулиятлари ва манфаатларини ҳимоя қилиш давлат томонидан кафолатланади.

1995 йил 21 декабрда Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси сессиясида қабул қилинган «Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш тўғрисида»ги қонунда тадбиркор ва ишбилармонлар учун янада кўпроқ имтиёзлар ва кафолатлар берилди. Бу ўз навбатида кичик ва ўрта бизнес билан шуғулланувчи тадбиркорлар ва ишбилармонларнинг ишчанлигини янада фаоллаштиришга, мамлакат ялпи миллий маҳсулоти ҳажмини оширишга, инфляция жараёнларини секинлаштиришга, иқтисодиётни барқарорлаштириш ва ривожлантиришга имконият яратади.

Бозор иқтисодиёти шароитида республикада кичик ва ўрта бизнес соҳаси билан шуғулланувчи ишбилармонларга талаб янада ошмоқда. Бу республикадаги Олий ва ўрта махсус ўқув юртларининг олдига ҳам бир қатор вазифалар қўяди. Улардан бири кичик ва ўрта бизнес учун малакали мутахассислар тайёрлаш, қайта тайёрлаш, ходимлар малакасини ошириш, уларни замонавий ижтимоий-иқтисодий ва ҳуқуқий билимлар билан қуроллантиришдир. Бу йўналишда зарур бўлган моддий техника базаси республикада бозор муносабатларига ўтиш билан бир қаторда яратилиб, ривожлантириб борилмоқда. Аммо, замонавий

иқтисодий фанлар, айниқса тадбиркорлик ва бизнес, маркетинг, менежмент каби фанлар бўйича ўзбек тилидаги адабиётларнинг камчиллиги бу соҳадаги ишларни янада кучайтиришга монеълик қиляпти. Шу боисдан, ушбу ўқув қўлланмаси ўз олдига тадбиркорлик ва бизнес бўйича имкон борича кўпроқ маълумотларни қамраб олишни мақсад қилиб қўйган.

Мазкур ўқув қўлланмаси тўрт бўлимдан иборат бўлиб, у ўз навбатида зарур кўргазмали чизмалар, график ва жадваллар билан тўлдирилган.

I бўлимда кичик бизнес ва тадбиркорликнинг таърифи, моҳияти, тараққий топишининг сабаб ва омиллари, кичик бизнес турлари, субъектлари, шакллари, тадбиркорликнинг тараққиёт йўли, тадбиркорларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари, мулкий жавобгарлиги, ташкилий-ҳуқуқий шакллари, бозор иқтисодидаги ўрни, шунингдек тижорат сири ва унинг моҳияти, таваккалчилик ва бошқалар тўғрисида маълумотлар берилган.

II бўлим — Менежмент ва кичик бизнеснинг ташкилий ҳуқуқий ва бошқарув муассасаларига оид мавзуларни ўз ичига олган.

Бунда баъзи бир мавзулар тадбиркорлик йўналишини танлаш ва уни амалга ошириш, бизнес режа ишлаб чиқиш, тижорат корхоналарининг ташкилий таркибини тўғри белгилашга, ходимларни мақсадга мувофиқ танлаш, ўқитиш, малакасини ошириш, жой-жойига қўйиш ва тадбиркорлар ахлоқ-одоби масалаларига бағишланган. Мазкур бўлимда ахборотларни тўплаш ва уларни сақлаш, фаолият юритиш асослари ва иш юзасидан суҳбатлар олиб бориш, корхоналар, маҳсулот етказиб берувчилар, мижозлар ҳамда давлат идоралари орасидаги хизмат муносабатларига муҳим ўрин ажратилган.

III бўлимда кичик бизнесни молиялаш ва кредит билан таъминлаш хусусиятлари; капитални инвестиция қилиш ва инвестиция лойиҳаларининг босқичлари; кичик бизнес юритишда франчайзинг тизими, моҳияти, қоидалари; кичик бизнес корхоналарининг банкрот (инқироз)га учраши ва унинг сабаблари; хўжалик юритувчи субъектларни тугатиш ва қайта ташкил этиш шарт-шароитлари ва бошқа масалалар ёритилган.

IV бўлимда кичик бизнесда маркетинг, унинг мақсад ва вазифалари, маркетингни режалаштириш, бошқариш ва назорат қилиш, товар бозорларининг тарки-

би ва бошқарувининг ташкилий шакллари; бозор сегментацияси, харидорлар ва уларнинг ҳуқуқлари; нарх ва нарх-наво сиёсати; унинг табиати ва аҳамияти; талаб ва таклифни тартибга солишнинг бозор усуллари; воситачилик ва унинг турлари; сотувни рағбатлантириш ва бошқа масалалар кўриб чиқилган.

Мазкур фанни талабаларга ўқитиш жараёнида Ватанимиз, ҳамдўстлик ва хорижий давлатларнинг тадбиркорлик фаолияти юзасидан орттирган илғор тажрибалари, қўшимча адабиётлар, рўзнома, ойнома мақолаларидан, ойнаи-жаҳон кўрсатув ва радио эшиттиришларидан фойдаланиш тавсия этилади. Шунингдек, ўқув ва амалий машғулотларни олиб боришда бозор иқтисоди бўйича малакали мутахассислар, бизнесменлар, тадбиркор ва ишбилармонларни таклиф этиш тингловчиларнинг янада чуқурроқ билим олишларига имкон яратади.

Кичик бизнес фаолиятида тадбиркорлик фани муайян иқтисодий фанлар билан: корхоналарда ишлаб чиқаришни режалаштириш ва уюштириш, менежмент, бошқарув фаолияти асослари, бухгалтерлик ҳисоби, молия ва кредит, статистика, режалаштиришнинг иқтисодий-математик усуллари каби кўплаб фанлар билан чамбарчас боғлиқ. Ушбу фаннинг вазифаси иқтисодий билимларнинг амалдаги ютуқларидан тадбиркорлик фаолиятида мақсадга мувофиқ фойдаланиш, унинг натижасида кичик корхоналарнинг самарадорлигини ошириш, жаҳон бозорига рақобатга бардош берадиган юқори сифатли маҳсулот турларини ишлаб чиқаришни таъминлаш ва халқ фаровонлигини оширишдир.

Мазкур фаннинг ўрганиш объектини тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи шахслар, корхоналар, муассасалар ва ташкилотлар ташкил қилади.

Ушбу дарслик тадбиркорлик тараққиётининг ташкилий ҳуқуқий асосларини белгилаб беради, тадбиркорлик муҳитида юзага келадиган вазиятни ҳисобга олиб фаолият соҳасини танлаш ва уни ҳал қилиш муаммоси йўлларини баён қилади. Кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектларни ташкилий жиҳатдан тўғри расмийлаштиришнинг йўллари, тадбиркорлик ва таваккалчиликнинг муҳим йўналишлари ва унинг асосий вазифалари, ҳамда уларни танлаш йўллари ёритилади. Бизнес режани мақсадга мувофиқ ишлаб чиқиш тартиби, лойиҳа таҳлилини англаш усуллари ҳамда ин-

вестицион лойиҳаларни ўрганишдаги экспертиза йўл-йўриқлари аниқ ифода қилинади.

Китобда кичик бизнесда тадбиркорликнинг молиявий жиҳатлари, менежмент ва маркетинг, ходимларни мақсадга мувофиқ танлаш, ўқитиш, малакасини ошириш, уларни жой-жойига қўйиш масалаларига салмоқли ўрин ажратилган. Кўрсатилган масалалар республиканинг ҳамда тармоқлар хўжалик фаолиятининг баъзи бир соҳаларини, мулк шакли ва хўжалик юритишнинг минтақавий хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда кўриб чиқилган.

Ушбу ўқув қўлланма ўзбек тилида илк бор чоп этилаётгани боис, камчиликлардан холи эмас. Китобхонларимизнинг барча фикр-мулоҳазаларини ҳамда таклифларини муаллифлар миннатдорчилик билан қабул қилиб, кейинги нашрларда уларни, албатта, инобатга оладилар.

Барча таклиф ва фикр-мулоҳазаларингиз битилган хатларингизни (ТошДАУ, 700183, Тошкент — 183, Университет кўчаси 4-уй) кутамиз.

I б ў л и м

Тадбиркорлик ва кичик бизнеснинг юзага келиши ва ривожланиши

1. ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕСНИНГ МОҲИЯТИ

1.1. Тадбиркорлик ва кичик бизнес тўғрисида тушунча

Бозор иқтисодиёти субъектларининг хўжалик фаолиятида «тадбиркорлик» ва «бизнес» тушунчалари ўзаро яқин бўлиб, амалиётда улар бир-бирини алмаштиришлари мумкин. Рус адабий тили луғатида «бизнесмен» гўёки тадбиркор, ишчан деб билинса, «бизнес» эса — фаолият, фойда келтирувчи машғулот деб тушунилади. «Тадбиркор» ва «бизнесмен» каби тушунчалар билан ишлаб чиқариш, даллолчилик, савдо, молиявий ва инновация фаолиятлари билан шуғулланувчи ва маълум миқдорда даромад олиш ниятидаги инсон ифодаланади.

Ватанимиз ва хорижий давлат олимлари бозор иқтисоди жараёнини тадқиқ қилар экан, тадбиркорлик ва бизнесни иқтисодий фаолиятнинг бир тури деб қараб, бу тушунчалар хусусий шахслар, корхона, ташкилотлар томонидан даромад олиш мақсадида ўзининг ва шартномадаги шерикларининг манфаатларини кўзлаб, ишлаб чиқариш, товар сотиб олиш ва сотиш ёки бошқа товарлар, хизматларга ёки пулга айирбошлаш каби эркин хўжалик юритиш фаолиятини билдиради, деб ҳисоблайдилар.

«Тадбиркор» ва «бизнесмен» каби тушунчалар уларнинг иқтисодий фаолият соҳалари кўрилаётганда маънодош деб ҳисобланмайди. «Бизнес» тушунчаси «тадбиркор»дан анча кам маънога эга деб қаралади. Ғарб давлатларининг бозор иқтисодиёти ҳақидаги адабиётларида, бизнес — жамиятнинг талаб ва хоҳишларини қондиришга қаратилган ишлаб чиқариш тизими, деб тушунтирилади.

Бизнес бозор иқтисодиётининг барча иштирокчилари орасидаги муносабатларни қамраб олади ва фақат ишбилармонларнинг эмас, балки истеъмолчиларнинг, ёлланган ишчиларнинг, давлат тизими хизматчиларининг ҳам хатти-ҳаракатларини ўз ичига олади. Бу ҳолатда, бизнес сўзининг синонимлари бўлиб, маълум маънода тижорат, савдо-сотиқ каби тушунчалар ҳисобланади. Умумий кўринишда бизнес — бу кишининг бозор муносабатлари тизимидаги ишчанлик фаоллигидир.

Тадбиркорлик фаолияти бизнеснинг бир шакли сифатида намоён бўлади ва унинг турли соҳаларида амалга оширилади. «Тадбиркорлик тўғрисида»ги қонунга асосан тадбиркорлик — фуқароларнинг фойда ёки шахсий даромад олишга йўналтирилган мустақил, ташаббускор фаолияти бўлиб, у фуқаронинг ўз номидан, ўзининг таваккалчилиги билан ҳамда ўзининг ёки юридик шахснинг (корхонанинг) мулкий жавобгарлиги асосида амалга оширилади. Шундай қилиб, тадбиркор тўла ёки қисман моддий маблағига ёки молиявий ресурсларга эга бўлган ғайратли инсон бўлиб, у ушбу ресурсларни ўз ишини (бизнесини) ташкил қилиш учун ишга солади. Унинг томонидан бунёд этилган фирма (ташкилот, ширкат, корхона) давлатимиздаги тараққий этаётган кичик бизнеснинг бир қисмига айланади.

Бозор муносабатлари тизимида кичик бизнес қуйидаги алоҳида хусусиятлари: ишлаб чиқариш ҳажми, ишловчиларнинг сони ва қайси саноат тармоғига тегишлилиги билан тавсифланадиган тадбиркорлик шакли сифатида намоён бўлади. Кичик бизнесга ўзининг мустақил мулки ва хўжалик мустақиллигига эга бўлган ва ўзининг фаолияти соҳасида юқори (доминант) ҳисобланмаган фирмалар киради.

Хорижий тадқиқотчиларнинг кўпчилиги, кичик бизнеснинг ўзида 500 киши банд бўлган ва савдо-сотиқ ҳажми 20 млн. доллардан ошмаган фирмаларни киритадилар. Аммо, бу кўрсаткичлар, маълум даражада шартлидир. Махсус кўрсаткичлар сифатида, яна қўшимча қиймат солиғи ва корхонадаги асосий воситалар қиймати қўлланади.

Ўзининг «кичик бизнес» деган номига қарамасдан ушбу ишлаб чиқариш ва тижорат фаолияти тури барча тараққий топаётган давлат иқтисодида муҳим аҳамиятга эга. Унинг қуйидаги афзалликлари:

- маҳаллий ресурсларда ишлаб турган ёки маҳаллий

бозорни таъминлаб турувчи кичик корхоналар ҳеч бўлмаганда транспорт харажатларининг иқтисод қилиниши эвазига кам харажатлидирлар. Уларнинг иқтисодий устунлиги маҳаллий шароитларини яхши билганлари сабабли, ишлаб чиқаришни унча кўп бўлмаган капитал ва меҳнат харажатлари билан амалга оширишидадир;

- кичик корхоналардаги меҳнат, одатда, моддий тавсифга эга, ва у, амалиётда концелярия меҳнатига нисбатан фойдалидир;
- ишловчиларнинг камсонлиги, уларнинг ҳар бири қобилиятининг енгилроқ юзага чиқишига ёрдам беради;
- мослашувчанлик, яъни ишлаб чиқилаётган маҳсулот ассортименти ва турини ўзгартириши кичик корхоналарда унчалик катта қийинчиликлар туғдирмайди. Шунинг учун бозор иқтисодига асосланган давлатларда кичик бизнес ўз мавқеини тинимсиз кучайтириб ва мустаҳкамлаб бормоқда.

1.2. Кичик бизнесда тадбиркорлик тараққиётининг сабаб ва омиллари

Кичик ишлаб чиқаришда хусусий бизнес бошчилик қилиши зарур. Шу билан бирга хусусий ишни ташкил қилиш ва уни гуллатиб, тараққиёт топтириш анчагина мураккаб жараён. Шунга қарамасдан, фақат кейинги йиллар мобайнида, дунё бўйича миллионлаб янги корхоналар бунёд этилди. Улар ҳар қандай шароитда: иқтисодий тушкунликда ҳам, инфляция даврида ҳам, кредитлар фоизи ўта юқори бўлганда ҳам, зарур инфраструктура бўлмаган, келажаги номаълум бўлган ҳолларида ҳам, хавф-хатар қанчалик юқори бўлишига қарамай бунёд этилаверади. Ҳар қандай янги ширкатнинг очилишига инсоннинг ўз ҳаёт тарзини кескин ўзгартириши ва ишбилармон бўлишга иштиёқи сабаб бўлади. Бу каби қарор аниқ вазиятдан келиб чиқиб қабул қилинади.

Тадбиркорлик тараққиётини таъминловчи асосий омиллар қуйидагилардан иборат:

1. Халқ хўжалиги тармоқларининг бозор муносабатларига ўтиши ва истеъмол бозорининг яратилиши. Бу манфаат ва талаб доирасини кенгайтиради ҳамда фақат оммавий талабдаги товар ва хизматларга бўлган эҳтиёжни яратиб қолмай, балки индивидуал талаб

бўлган нарсаларга эҳтиёжни ҳам туғдиради. Бундай талаб ва эҳтиёжларни тез ва сифатли қилиб фақат кичик корхоналаргина қондира олади;

2. Тадбиркорларнинг мулки, ҳуқуқи ва иқтисодий манфаатларининг ҳимояланишига ҳуқуқий ва давлат таркибидаги идоралар кафолатининг мавжудлиги;

3. Ишбилармонликнинг давлат томонидан солиқ, молиявий кредит ва амортизация сиёсати орқали муносиб қўллаб-қувватланиши;

4. Давлат ва муниципал (маҳаллий ўз-ўзини бошқариш) корхоналарини давлат тасарруфидан чиқариш, хусусийлаштириш ва кичик фирмаларни бунёд этиш;

5. Камдаромад, паст рентабелли ва зарар кўриб ишловчи корхоналарнинг банкротлик (инқироз)га учрашининг аниқлиги ва улар асосида хусусий кичик корхоналар ташкил қилиш;

6. Давлатнинг ижтимоий-сиёсий жиҳатдан барқарор ҳолати (бу хорижий капитални жалб қилишда кўмаклашади);

7. Жамиятнинг тадбиркорлик тўғрисидаги ижобий мурувватли фикри;

8. Ишбилармонликнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклини тўғри танлаш;

9. Бозор иқтисодиёти инфраструктурасининг (турли инновацион марказлар, банклар, биржалар, суғурта компаниялари, реклама агентликлари ва бошқалар) тезкорлик билан тараққий топиши.

Ишбилармонларни қўзғатувчи куч даромад олиш иштиёқи бўлиб бу даромад уларга ишбилармонлик фирмаларини тараққий топтириш ва ўз ишини кенгайтириш, ҳамда унда ишловчиларни моддий рағбатлантириш учун керак бўлади. Аммо хорижий тажрибаларга кўра бу асосий сабаб ҳисобланмайди, балки тадбиркорнинг даромад олмасдан, бошлаган ишини давом эттира олмаслиги ва корхонанинг ўзидан-ўзи тараққий топмаслиги аввалдан кўзда тутиладиган шарт.

Ўз ишини ташкил қилишда устувор сабаб бўлиб, инсон ўзининг жамиятдаги иқтисодий, моддий ва ижтимоий ҳолати (мавқеи)ни яхшилаш, ўзининг ва оиласининг ҳаёти фаровонлигини ошириш учун интилиши ҳисобланади. Тадбиркорлик фаолиятига туртки бўладиган бошқа сабаблар қаторига шахснинг ўзини кўрсатишга, халқнинг молиявий ресурсларидан бир қисмини, қўшимча меҳнат ва бошқа ресурсларни хўжалик

жараёнига жалб қилишга имкон борлиги, фуқароларнинг қонуний равишда ўз даромадларини оширишга, қўшимча даромад келтирувчи фаолият тури билан астойдил шуғулланишга имкон борлиги каби омилларни қўшиш мумкин.

1.3. Кичик бизнесдаги тадбиркорлик турлари, субъектлари ва шакллари

Кичик бизнесда қуйидаги тадбиркорлик шакллари мавжуд:

- *фаолият йўналиши бўйича:* ишлаб чиқариш, тижорат, молиявий ва инновацион тадбиркорлик фаолияти;
- *тадбиркорликнинг қандай вазифани бажаришга йўналтирилганига қараб:* ишлаб чиқаришни бошқариш, молиялаштириш, воситачилик ва маслаҳатчиликка қаратилган тадбиркорлик;
- *фаолият турларининг сони бўйича:* битта соҳадаги ва кўп тармоқли тадбиркорлик;
- *фаолият мураккаблиги бўйича:* махсус билим талаб қилмайдиган, махсус билим талаб қиладиган, юқори технологияга ва нодир билимга асосланган тадбиркорлик;
- *фаолиятнинг тармоқ йўналишлари бўйича:* саноат, агросаноат, қишлоқ хўжалиги, қурилиш ва бошқа халқ хўжалиги тармоқларидаги тадбиркорлик.

Тадбиркорликнинг субъектлари жисмоний ва юридик шахслар бўлиши мумкин.

Юридик шахслар деб ўзига тегишли алоҳида мулкка эга бўлган, ўз номидан мулкий ва номулкий ҳуқуқларни ва мажбуриятларни ололадиган, судда, арбитражда ва ҳакамлик судида даъвогар ва жавобгар бўла оладиган ташкилотларга айтилади.

Юридик шахснинг қуйидаги белгилари бўлади: ўз низомининг борлиги; юридик шахс бўлиб давлат рўйхатидан ўтганлиги тўғрисидаги тегишли ҳокимлик қарорининг мавжудлиги; ўзига тегишли мол-мулкининг борлиги; банкда алоҳида ҳисоб рақамининг бўлиши; ўз белгиси туширилган думалоқ муҳри ва бурчак штампининг, зарур ҳолларда, тегишли иш қоғозлари ва фирма белгиларининг борлиги.

Тадбиркорлик фаолиятининг қуйидаги шакллари мавжуд:

— хусусий тадбиркорлик жисмоний ёки юридик шахслар (корхона) томонидан амалда ўзининг шахсий (хусусий) мулки асосида ташкил қилинади;

— жамоа тадбиркорлиги — фуқаролар гуруҳининг жамланма мулки асосида ташкил қилинади;

— аралаш тадбиркорлик — битта (ёки бир неча) юридик шахс (корхона) ва бир неча жисмоний шахслар мулкини бирлаштириш асосида ташкил қилинади;

— қўшма тадбиркорлик — икки ёки ундан ортиқ юридик шахслар (шу жумладан чет эл корхоналари) мулкини бирлаштириш йўли билан ташкил қилинади;

— шартномавий тадбиркорлик — мулк эгаси бўлмаган корхона раҳбари (ёки бошқа масъул лавозимдаги ходим — менежер) томонидан шартнома асосида амалга оширилади. Бунда мулк эгаси ёки унинг ишончли вакили (идораси) томонидан ишлаб чиқаришни уюштириш ва бошқариш бўйича белгиланган ҳуқуқ мажбуриятлар ва жавобгарлик ишга олинган томонга, яъни корхона раҳбари ёки бошқа масъул лавозимдаги ходимга юкланади;

— корхона раҳбари (ёки менежер) худди ишбилармон фуқарога мос тартибда рўйхатга олинади ва у каби масъулиятга эга бўлади.

Кичик бизнесда ишбилармонлик қуйидагича амалга оширилиши мумкин:

— юридик шахсни ташкил қилмасдан;

— юридик шахсни ташкил қилиб;

— ёлланган меҳнатдан фойдаланмасдан;

— ёлланган меҳнатдан фойдаланиб.

Ўзларининг мулк шакллари асосида кичик бизнесда қуйидаги корхоналар иштирок этиши мумкин, буларга: хусусий, жамоа, қўшма, аралаш ва бошқа корхоналар киради.

1.4. Кичик бизнес ва тадбиркорликни тараққиёт топишида Ватанимиз ва хорижий давлатларнинг тажрибалари

Тадбиркорлик ҳамдўстлик мамлакатлари ҳудудида ўзининг XIX асрда бошланган тараққиёт тарихига эга. Бу даврда дастлабки тадбиркорлик шаклидаги савдо уйлари ва саноат объектлари пайдо бўлди. Агар инқилобдан аввалги давр хўжалик амалиётига назар сол-

сак, унда XX аср бошларида кенг кўламда ривож топган тадбиркорликнинг бир шакли бўлган ширкатлар ҳаракати алоҳида қизиқиш уйғотади. У асримиз бошида турли фаолият соҳаларини қамраб олиб, ниҳоятда кенг кўламда тараққий топди.

Масалан, 1925 йилда собиқ СССР саноатида 1888410 та турли майда, шахсий ҳунармандчилик корхоналари фаолият кўрсатган. Бу корхоналар ҳисобига 19 фоизи саноат ишлаб чиқаришига тўғри келган бўлиб, ундан 32 фоизи — саноат истеъмол молларидир. Умумий товар айланмасининг 25 фоизи ва чакана савдонинг 50 фоиздан ортиғи хусусий савдога тўғри келган. Унда хусусий секторнинг 60 фоизга яқин молиявий ресурслари жамланган эди.

Иқтисодиётнинг бу қадар кўп укладлилиги рақобатни тараққий топишига олиб келди ва истеъмол нархларига ижобий таъсир кўрсатди. Янги иқтисодий сиёсат етишмовчиликни бартараф этди ва иқтисодни соғломлаштиришга катта таъсир қилди.

Ундан кейинги йилларда тадбиркорлик тараққиёти тўхтаб қолди. Ҳамдўстлик мамлакатларида у 80-йиллар охирларида қайта жонлана бошлади. 1986 йилда собиқ иттифоқ Олий кенгашининг «Иккиламчи хом ашё ва саноат чиқиндиларига ишлов бериш бўйича ширкатлар ташкил қилиш» тўғрисида қарор чиқди. Сўнгра СССР Олий Кенгаши қарори билан 1987 йилда «Индивидуал меҳнат фаолияти тўғрисида», 1988 йилда «Ширкатлар тўғрисида», 1990 йилда «Корхоналар тўғрисида» ва «Тадбиркорлик фаолияти тўғрисида» қонунлар қабул қилинди. Собиқ иттифоқ тугатилгандан сўнг, мустақилликни қўлга киритган кўпгина мамлакатлар бу соҳадаги ўз қонунларини қабул қилдилар. Жумладан, Ўзбекистон ва Беларусь республикаларида тадбиркорлик фаолиятини ҳимоя қилувчи қонунлар сафига «Корхоналар тўғрисида», «Тадбиркорлик фаолияти ҳақида», «Қимматбаҳо қоғозлар ва фонд биржалари ҳақида», «Мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш» ҳақидаги қонунларни қўшиш мумкин.

Бозор иқтисодига асосланган ривожланган мамлакатларда 60-йиллар охири 70-йиллар боши кичик бизнеснинг гуллаган даврига тўғри келди ва у ҳозирда ҳам ўз ўрнини мустаҳкамлаб келмоқда. Фирмаларнинг умумий сонида майда ва ўрта корхоналар салмоғи ГФР

да 95 %, Японияда 99,7 % га тўғри келади, ушбу соҳада ёлланган ишчиларнинг 45—47 фоизи банд, чунки тараққий топган давлатларда тадбиркорлик хўжалик юритишнинг алоҳида, илғор ва антибюрократик усули ҳисобланади. Унинг асосида доимий равишда янги имкониятларни излаш, қўйилган масалани ечиш учун ҳар хил ресурслар манбаларини излаб топиш, жалб қилиш ва ишлатиш ётади. Ғарб давлатларида ишбилармонлик ҳаракатчанлик (динамизм) «ташаббускорлик», «жасурлик» каби тушунчалар билан уйғунлаштирилади. У жамиятда шундай имкониятларни келтириб чиқарадики, улар кўплаб ажойиб, фойдали фикрларни ҳақиқатга айлантиради.

2. ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕСНИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ТАШКИЛИЙ АСОСЛАРИ

2.1. Тадбиркорликнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари

«Тадбиркорлик тўғрисида»ги қонунда кичик бизнес ва тадбиркорлик тузилмалари учун, уларнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклларидан қатъий назар, умумий бўлган ҳуқуқ ва мажбуриятларни ажратиб кўрсатиш мумкин. Бу қонунга асосан ҳар қандай ишбилармонлик субъекти қуйидаги ҳуқуқларга эга:

- мамлакат қонунлари, Олий кенгаш қарорлари ва давлат бошқарув органлари ҳужжатлари билан маъ этилмаган ҳар қандай хўжалик фаолияти билан шуғулланиш;
- қонунга қарши бўлмаган ҳар қандай корхона ёки ташкилот бунёд этиш;
- тадбиркорлик фаолиятини олиб бориш учун шартнома асосида бегона фуқароларни, корхона, ташкилотларнинг, шу жумладан, хорижий юридик ва жисмоний шахсларнинг мулкини, пул воситаларини ва баъзи бир мулкка бўлган ҳуқуқларини жалб этиш;
- қонуний йўл билан қўлга киритилган мулк билан бегона хўжалик субъектларининг фаолиятида иштирок этиш;
- республикадаги жорий қонунлар ва тузилган шартномалар асосида ўзининг хўжалик дастурини мустақил шакллантириш, ўз маҳсулоти учун истеъмолчи ва таъминотчини мустақил танлаш, кўрсатадиган хиз-

матига таъриф ва маҳсулотига нархларни мустақил белгилаш;

- ишловчиларни амалдаги қонун ва меҳнат шартномаси асосида ишга қабул қилиш ва ишдан бўшатиш;
- ёлланган шахслар учун меҳнатига ҳақ тўлаш ва бошқа даромад турлари шаклларини, таркибини ва миқдорини белгилаш;
- ўзининг пул воситаларини сақлаш ва барча турдаги ҳисоб китоб, кредит операцияларини бажариш учун банкларда ҳисоб рақамларини очиш;
- ишбилармонлик фаолиятидан келган даромаднинг солиқлар ва бошқа мажбурий тўловлар тўланганидан қолган қисмини ўз хоҳиши бўйича ишлатиш;
- чекланмаган миқдорда ҳар қандай шахсий даромад олиш;
- давлат таъминоти ва ижтимоий суғурта тизимидан фойдаланиш;
- судда, арбитражда ва ҳакамлик судида даъвогар ва жавобгар бўлиш;
- хорижий валюта сотиб олиш ва жорий қонунлар асосида ташқи иқтисодий фаолиятни мустақил амалга ошириш.

Ишбилармонларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари, уларнинг жамият ва республика олдидаги ҳамда ёлланган ишловчилар ва хўжаликдаги шериклари олдидаги ҳуқуқ ва мажбуриятларига узвий боғлиқдир.

Тадбиркорларнинг мажбуриятлари қуйидагилар:

- амалдаги қонун ва тузилган шартномадан келиб чиқадиган барча мажбуриятларни бажариш;
- ишга ёлланиб олинаётган фуқаролар билан шартномалар тузиш (агар зарурат туғилса) қонун асосида жамоа шартномасини тузиш. Ёлланган ишловчиларнинг ўз манфаатларини ҳимоя қилиш учун касаба уюшмаларига бирлашишлари тўсқинлик қилиши мумкин эмас;
- меҳнат шартномаларида ишловчиларга белгиланган малака даражасини, республика ҳукумати томонидан белгиланган минимал иш ҳақидан кам бўлмаган иш ҳақи миқдорини ва бошқа ижтимоий-иқтисодий кафолатларни инобатга олиш;
- давлат ижтимоий-суғурта фондига ёлланиб ишлаётган шахслар учун суғурта ажратмаларини республика қонунларида кўрсатилган усул ва белгиланган миқдорларда тўлаб бориш;

- амалдаги фойда ва йўриқномалар асосида атроф муҳит (экология) хавфсизлигини, ишлаб чиқариш санитария ва гигиенаси ва маданиятини юксалтириш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш;
- ўзининг молиявий аҳволидан қатъий назар, шартнома асосида ишга жалб этилган барча ишчи-хизматчилар билан ҳисоб-китоб қилиш;
- истеъмолчиларнинг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларига амал қилиш;
- мамлакат қонунларига биноан лицензияланиши (рухсат олиниши) кўрсатилган фаолият турларига белгиланган тартибда махсус рухсатнома (лицензия) олиш.

2.2. Тадбиркорлик кафолатлари ва унинг қўллаб-қувватланиши давлат идораларининг тадбиркорлар ҳуқуқини бузганликлари учун жавобгарлиги

Қонун ҳужжатларида баён этилишича давлат томонидан тадбиркорларга қуйидагилар кафолатланади:
- фуқароларнинг ва юридик шахсларнинг тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиш, корхона бунёд этиш ва бунинг учун зарурий мулк сотиб олиш ҳуқуқлари;
- амалдаги қонунчилик ва шартномалар асосида барча тадбиркорларнинг ҳуқуқ ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш;
- тадбиркорлик фаолиятининг илмий-техникавий ва ҳуқуқий жиҳатдан қўллаб-қувватланиши;
- тадбиркорлик хавф-хатари ва таваккалчилигини суғурта қилиш;
- тадбиркорлар билан шартнома тузилгандан сўнг улар фаолиятига шартномада кўрсатилган ҳолатлардан ташқари, мулк эгасининг ва ҳар қандай учинчи шахснинг аралашиши маън этилади.

Тадбиркорлик фаолияти самарадорлигини ошириш ва уни кенг тарғиб қилиш ва ёйиш ниятида давлат ахборот маслаҳати, илмий-тадқиқот марказлари, инновацион фондлар ва бошқа ташкилотлар тузиб, иқтисодиётнинг ушбу соҳасининг ривожланишига ёрдам беради.

Кичик бизнес билан шуғулланаётган тадбиркорлар

ва кичик корхоналар йирик товар ишлаб чиқарувчилар билан давлатнинг махсус мададисиз рақобатчи бўлолмайдилар.

Тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш қуйидаги асосий масалаларни ечиш йўли билан амалга оширилиши керак:

- кичик бизнес субъектларини бозорга тўсқинликсиз киришига шароит яратиш;
- иқтисодда хусусий секторнинг ўсишига шароит яратиш;
- тадбиркорликни давлатнинг муҳим ижтимоий, сиёсий ва иқтисодий муаммоларини ечишга жалб қилиш.

Мамлакатда кичик ва ўрта бизнесни тараққий топтириш учун қонуний асос бўлиб «Тадбиркорлик», «Банк ва банк фаолияти», «Яккаҳокимликка барҳам бериш ва рақобатни ривожлантириш», «Ҳиссадорлик жамиятлари», «Қимматбаҳо қоғозлар ва фонд биржаси», «Товар биржалари», «Чет эл инвестициялари», «Гаров» тўғрисидаги қонунлар ҳамда Ер, Хўжалик (процессуал), Божхона, Маъмурий ва Солиқ кодекслари хизмат қилади.

Ҳамдўстлик мамлакатлари ҳукуматлари томонидан тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш тўғрисидаги Давлат дастурлари маъқулланган. Бу соҳада давлат бошқарув идораларининг ва ишбилармонларнинг ўзаро муносабатларини мувофиқлаштириш учун зарур чора-тадбирларни, молиявий-кредит, инвестицион, ахборот, кадрлар ва бошқа масалаларда ҳамкорлик қилиш кўзда тутилган. Бунда энг муҳим масала товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳасида кичик ва ўрта тадбиркорликни тараққий топтириш экани белгилаб қўйилган.

Давлат бошқарув муассасаларида тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш мақсадида махсус таркибий бўлинмалар бунёд этилган.

Ҳар хил мулк шаклига эга бўлган корхона ва ташкилотлар томонидан тадбиркорлар жамоа ташкилотлари тизими шакллантирилади. Улар ичида энг йириги ва юқори обрўга эга бўлганлари: илмий-саноат ассоциацияси, тадбиркорлар ва ижарачилар иттифоқлари, товар ишлаб чиқарувчи ва тадбиркорлар палатаси ва бошқалардир. Мустақил давлатларда шахсий фармонлар асосида сўнгги йилларда МДҲ давлатларида

хусусий фирмалар таъсисчилигида турли инвестицион фондлар ташкил этилди.

МДҲ давлатларида тадбиркорликни тараққий топтиришда муҳим қадам бўлиб тадбиркорликни молиявий жиҳатдан қўллаб-қувватлаш фондларининг яратилиши бўлди. Улар қуйидагиларни амалга оширади:

— тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ дастурларни ишлаб чиқариш ва уни амалга оширишни маблағ билан таъминлаш;

— тадбиркорликни ҳудудий тараққий топтириш дастурини молиявий қўллаб-қувватлаш, хусусий тадбиркорликни бевосита инвестиция қилиш ва тадбиркорларни молиявий жиҳатдан қўллаб-қувватлашнинг бошқа турларини амалга ошириш;

— хорижий мамлакатлардаги шу каби фондлар ва бошқа ташкилотлар билан ўзаро манфаатли алоқалар ўрнатиш ва тараққий топтириш. Ўзбекистонда бундай фаолиятни Бизнес фонд бажармоқда.

Республика бизнес фонди иш кўламини кенгайтириш мақсадида барча вилоятлар, туман ва шаҳарларда унинг ҳудудий бўлимлари бунёд этилди. Улар тадбиркорликни фақат йирик шаҳарларда эмас балки бутун Республика бўйича ривожлантириш имконини беради.

Кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш шаклларидан бири тадбиркорларни қўллаб-қувватлаш марказларини ташкил этишдир. Бундан мақсад тадбиркорларга ўз маблағидан имтиёзли кредитлар бериш, банклар орқали кредит билан таъминлашда кафолат бўлиш, ходимларни тайёрлаш, маслаҳат хизматини кўрсатиш ва уларга моддий техника воситалари ва бинолар олишда кўмаклашишдир.

Давлат муассасалари ёки бошқа ташкилотлар, шунингдек улардаги амалдор шахсларнинг қонунларда кўзда тутилган ва бу идоралар ваколат доирасидан ташқари ҳолатларда тадбиркорлар фаолиятига аралашишига рухсат этилмайди. Давлат идоралари томонидан қонунни бузиш эвазига тадбиркорларга етказилган зарар айбдор идоралар ёки амалдор шахслар ҳисобига қопланади. Кўрилган зарарни қоплаш билан боғлиқ бўлган можаролар суд муассасаси ёки хўжалик суди орқали уларнинг ваколат доирасида ҳал этилади.

2.3. Мулкий жавобгарлик ва тадбиркорлик фаолиятининг тўхтатилиши

Тадбиркорликнинг жавобгарлик чегараси амалдаги қонунчилик, таъсис ҳужжатлари ёки мулк эгаси билан тузилган шартнома билан белгиланади.

Ўз фаолиятини шартнома асосида олиб борувчи тадбиркорнинг мулкий жавобгарлиги шартнома билан белгиланиши зарур. У гаровдаги пул маблағини муомалага киритиш ёки бу мақсадда ўз шахсий мулкини ўртага қўйиш билан амалга оширилади.

Тадбиркор ўз фаолиятини юридик шахс ташкил қилмасдан амалга ошираётган бўлса, у ҳолда у ўзига шахсан тегишли бўлган мулк билан жавоб беради. Кредиторлар (ҳақдорлар) шикояти билан тўланадиган мулклар рўйхати фуқаролик процессуал кодекси билан белгиланади.

Мулкий жавобгарлик қуйидаги ҳолатларда келиб чиқади:

— амалдаги қонунчилик бузилганда;

— тузилган шартномалари бажарилмаганда;

— хусусий мулк эгаси ёки бошқа субъектларнинг ҳуқуқи поймол бўлганда;

— атроф муҳит ифлосланганда;

— истеъмолчига маҳсулот сифати масаласида ёки уни ишлатиш усули тўғрисида била туриб нотўғри ёки тўла бўлмаган ахборот берилганда;

— рақобатчилар тўғрисида ёлғон маълумот етказилган ёки тарқатилганда;

— ўз маҳсулотини бегона ишлаб чиқарувчилар товарининг ташқи қиёфаси ва безаклари билан ишлаб чиқарганда;

— тижорат сирини рақобатчига ноқонуний ошкор қилганда ёки уни ёйганда;

— хўжалик айланмасида шеригининг номида бўлган товар ёки фирма белгиси ёки ишлаб чиқариш маркасини унинг розилигисиз ишлаттанда;

— товарларни уларни бозорга кам миқдорда чиқариб улар бўйича сунъий камчилик бунёд этиб, сўнгра оширилган нархларда сотиб қўшимча даромад олганда;

— аввалдан бажарилмаслигини билиб шартномалар тузган ва бошқа ножўя ҳаракатлар қилганда.

Юқорида қайд этилган ҳолатлар юз берганда даъ-

вогарнинг талаби билан, суд, тадбиркорни қилган жинояти учун жавоб беришга, ножўя ҳаракатларни тўхтатиш ва ҳақиқатни тиклаш, келтирилган зарарни тўлашга мажбур қилади.

Тадбиркорлик фаолиятини тўхтатиш мулк эгасининг ёки суд қарори билан ҳал қилинади.

Ишбилармонлик фаолияти суд орқали қуйидаги ҳолатларда тўхтатилади:

- бир неча маротаба огоҳлантирилишига ва бошқа турдаги жазо чоралари қўлланишига қарамай қонун қўпол равишда бузилса;
- тадбиркор банкрот деб топилса;
- тадбиркор қонунда маън қилинган фаолият билан шуғулланса;
- махсус рухсатнома (лицензия) талаб қиладиган тадбиркорлик фаолияти бундай рухсатномасиз амалга оширилса;
- атроф муҳитни муҳофаза қилиш меъёрлари бузилганда ва қонун ҳужжатларида кўзда тутилган бошқа ҳолларда;
- тадбиркорлик фаолияти шартнома асосида амалга оширилаётган бўлса, у ҳолда шартнома муҳлати тугаганда ёки шартномада уни бекор қилиш кўзда тутилган ҳолатлар юз берган ва шартнома муддатидан олдин бекор қилинганда ёки томонлар розилиги билан унинг амал қилиш муддати тўхтатилганда.

Ўз фаолиятини шахсий мулк асосида олиб бораётган тадбиркор оламдан ўтса (қазо қилса) унда унинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари унинг меросхўрларига ўтади. Юридик шахс ташкил этилиши билан олиб борилаётган тадбиркорлик фаолияти амалдаги қонун ҳужжатлари, шу жумладан корхоналар тўғрисидаги қонун асосида тўхтатилади.

2.4. Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини давлат томонидан йўлга солиш ва назорат қилиш чора тадбирлари

Кичик бизнеснинг аҳволи ва тараққиётини давлат томонидан назорат қилишда қуйидаги усуллар қўлланади: фискал, монетар ва бевосита аралашув.

Фискал сиёсатда — тадбиркорлик субъектлари фаолияти солиқ ва давлат тўловлари орқали бошқарилади. Ҳамдўстлик давлатларида солиқлар тизими бой-

ликни мусодара қилиш хусусиятига эга бўлиб, бу тадбиркорлик фаолияти тараққиётига қарши самара беради. Бюджетга ҳамда бюджетдан ташқари фондларга тўланадиган солиқ ва тўловлар баъзида хўжалик субъектлар даромадини 75—80%ни ташкил этмоқда. Бу эса, тадбиркорлик фаолияти уни олиб борувчига кам манфаат келтиришини кўрсатади. Шунинг учун, иқтисодиётни бошқаришда фискал сиёсат салмоғи юқори бўлмаслиги керак.

Монетар сиёсат — бу давлат томонидан давлат миллий банки орқали муомалага тушадиган пул массасини назорат қилиш — бошқариш демакдир. Монетар сиёсат турлари схематик тарзда қуйидаги кўринишга эга:

Сиёсат	Ҳаракат	Самара
Юқори харид қобилиятига эга бўлган пуллар	Пул таклифини камайтиради. Устама фоизларни оширади	Дефляцион
Харид қобилияти паст бўлган пуллар	Пул таклифини оширади. Устама фоизларни пасайтиради	Инфляция

Монетар сиёсатни юритиш мамлакатдаги инфляция жараёнини секинлаштиради, бу эса пул-кредит муомалаларини барқарорлаштиришга ва шу асосда тадбиркорликнинг тараққий топишига имкон яратади.

Давлатнинг иқтисодиётга, шу жумладан кичик бизнес тараққиётига бевосита таъсир кўрсатиши давлат томонидан шу соҳага тааллуқли қонунлар яратилиши билан амалга оширилади. Ўзбекистон Республикасида қабул қилинган «Тадбиркорлик тўғрисида», «Мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш», «Корхоналар тўғриси»да, «Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш» тўғрисидаги қонунлар шу йўлда амалга оширилаётган ижобий ишлар натижасидир. Жумладан, «Тадбиркорлик тўғрисида»ги қонунда бу фаолият билан, айрим категориядаги шахслардан ташқари барча, жисмоний ва юридик шахслар шуғулланиши мумкин, дейилган. Давлат идоралари ва бошқарув муассасаларида ишловчилар, шунингдек, прокуратура ва суд маҳкамалари ходимларининг тадбиркорлик билан шуғулланиши маъ н

этилган. Шунингдек, қонунда корхона раҳбари (ёки иш бошқарувчилари — менежерлар) томонидан амалга оширилиадиган тадбиркорлик, у мулкни бошқариш соҳасида мулк эгаси билан бир хил ҳуқуқ ва мажбуриятларга эга бўлган ва тадбиркорлар учун белгиланган жавобгарликни ўз бўйнига олган ҳолдагина амалга оширилиши мумкинлиги белгилаб қўйилган.

3. ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ТАШКИЛИЙ ҲУҚУҚИЙ ШАКЛЛАРИ

3.1. Хусусий тадбиркорлик

Кичик бизнесда тадбиркорликни ташкил қилишнинг энг оддий шакли бу якка хусусий тадбиркорликдир.

Хусусий тадбиркорлик — хўжалик юритишнинг шундай ташкилий-ҳуқуқий шакли-ки, унда мулк эгаси битта шахс ёки оила бўлади ва фаолиятдан келган даромадни (турли тўлов ва солиқлар тўланганидан кейин) ҳаммасига эгалик қилади, қолаверса бизнесдаги хавф-хатар ва таваккалчилик учун якка ўзи жавоб беради.

Тадбиркорликнинг ушбу шакли чакана савдода, умумий овқатланиш соҳасида, маслаҳат соҳасидаги бизнесда, маиший хизматда, фермерчиликда, тиббиётчилик амалиётида ва ҳунармандчиликда кўпроқ учрайди. У икки хил кўринишда ташкил қилиниши мумкин: а) индивидуал — яъни корхона ташкил қилмасдан ва б) хусусий корхона — яъни юридик шахс ташкил қилган ҳолда.

Хусусий тадбиркорликнинг афзалликлари:

- ишни ташкил қилишдаги оддийлик, тўла мустақиллик, ҳаракатдаги эркинлик ва тезкорлик. Тадбиркор бирор қарор қабул қилишида юқори ташкилотларга мурожаат қилишининг ёки шериклар розилигини олишининг зарурати йўқ;
- ишга қизиқтирувчи сабабларнинг кўплиги, чунки барча фойда фақат мулкнинг ёлғиз эгасига келиб тушади ва у кўпроқ ишлашга рағбатланади, иш устидан керакли назорат ўрнатиш, эҳтиётлик билан қарор қабул қилиш ва иш кўламини янада кенгайтиришга интилади;

- конфиденциаллик (ишдаги махфийлик) сақланади. Баъзи бир бизнес турларида махсус услуб, йўллар, технологиялар тадбиркорлик фаолиятининг асосий бойлигини (капиталини) ташкил қилади. Хусусий тадбиркорлик махфийликни сақлашга имкон яратади;
- хусусий тадбиркорликда унинг ташкилий-ҳуқуқий шаклини ўзгартириш нисбатан енгил кўчади (масалан, масъулияти чекланган жамиятлар тузиш).

Хусусий тадбиркорликнинг камчиликлари:

— заиф молиявий пойдеворга эгалиги. Бу катта миқдордаги капиталларни жалб қилишдаги қийинчиликларга сабаб бўлади;

— хўжалик фаолиятида хавф-хатар ва таваккалчилик юқори даражада бўлганлиги сабабли фаолият давомийлигининг ноаниқлиги;

— барча хўжалик фаолияти учун чекланмаган жавобгарликнинг ҳукм суриши;

— якка хўжалик мулкининг мулкни бошқа шахсга (масалан, бошқа оила аъзоларига) беришда ноқулайлиги, ихчам эмаслиги;

— мулк эгасининг ўлими, меҳнатига нолойиқ бўлиб қолиши ёки ишдан четланиши ҳоллари юз берганда якка хўжалик мулки таркибини сақлаб қолиш муштуллиги.

Юқорида келтирган камчиликларни бартараф этиш ниятида ишбилармонлар мол-мулки, касб ёки капиталларини қўшиб бирлашадилар.

3.2. Ўртоқлик, коммандит, тўла ва чала ширкатлар

Кичик бизнесда ишбилармонлик фаолиятини амалга ошириш учун ҳар хил шаклдаги шахслар бирлашуви ичида энг оддийси ўртоқлик, яъни ширкатчиликдир.

Ўртоқлик — бу икки ёки ундан ортиқ шахснинг мулкини умумий манфаатни кўзловчи мақсадлардаги тадбиркорлик ҳаракатини уюштириш бирлашувидир. У шартнома асосида ташкил қилинади, унинг қатнашчилари аввало ўзининг ва бошқа аъзоларнинг манфаатини кўзлаб ҳаракат қиладилар.

Ўртоқликнинг асосан учта тури мавжуд: чала (оддий), тўла ва коммандит ширкатчилиги.

Чала (оддий) ширкатчилик — бу икки ва ундан кўп шахсларнинг шартномавий бирлашиши бўлиб, унда мулк ва тадбиркорлик ҳаракатлари умумий ширкатчилик манфаатига эришиш мақсадида бирлашади. Ушбу бирлашиш шаклида ташкилот умуман бўлмайди, чунки ширкатчилик шериклари ҳар бири алоҳида ҳаракат қилади.

Учинчи шахслар учун ушбу бирлашма умуман йўқ ёки махфий ҳисобланади. Аммо, чала (оддий) ширкатчиликда иштирок этувчи шахслар, ўз ҳуқуқ ва мажбуриятларини умумий манфаат учун ишлатадилар. Мулк масаласида, учинчи шахс олдидаги мажбуриятлари тўла сақлаб қолинади. Бу каби ширкатчилик аъзолари келишилган улушни қўшишлари зарур ва кўрилган зарар ва қарзларни тўлашда баробар қатнашишлари лозим бўлади. Улар тадбиркорлик ишини олиб боришда тенг ҳуқуқга эга бўлиб, ширкатчиликка кириттан улушидан қатъи назар, ишни текис олиб бориши, олинган фойдани тақсимлашда иштирок этиши, керакли вақтда ширкатчиликдан чиқиши ва мулкнинг бир қисмига эгалик қилиши мумкин.

Бирдамликдаги жавобгарлик, қатнашчилар ўртоқликнинг умумий мажбурияти учун жавобгарликлари асосида амалга оширилади. Бу жавобгарлик чекланмаган жавобгарлик бўлиб, бунда ширкатчилик қатнашчилари унинг мажбурияти бўйича фақат ўзининг ҳиссаси билан эмас, балки ширкатчилик мақсадида ишлатилиши ва ишлатмаслигидан қатъий назар, агар ширкатчилик кўрган зарар унинг мулки қийматидан ортиқ бўлса, ўзининг барча мулки, шу жумладан шахсий мулки билан жавоб беради.

Тўла ширкатчилик — бу шартнома асосида икки ва ундан ортиқ шахсларнинг умумий мақсадга эришиш учун ўз мулклари ва тадбиркорлик кучларини бирлаштиришига асосланган келишувидир.

Тўла ширкатчиликда ҳам худди чала (оддий) ширкатчиликка ўхшаб, унинг эгалари манфаатининг бирлиги сезилади. Агар чала (оддий) ширкатчиликда умумий манфаат махфий намоён бўлса, тўла ширкатчиликда учинчи шахслар билан бўладиган барча муносабатларда умумий ширкатчилик манфаати аниқ кўриниб туради.

Оддий (чала) ширкатчиликдагига ўхшаб тўла ширкатчиликда ҳам ташкилот бўлмайди. Битимлар барча

ўртоқлар манфаатини кўзлаб ва уларнинг биттаси ёки бир нечаси номидан тузилади. Аммо, ташқи иқтисодий муносабатларда, тўла ширкатчилик, унинг шериклари номи билан иш юритувчи ягона фирма сифатида ҳаракат қилади.

Қонун бўйича ширкатчилик аъзолари сони чекланмаган бўлсалар ҳам, кўпчилик ширкатчиликлар, асосан икки ёки учта аъзога эга бўладилар. Ширкатчилик ёлланган ишловчилар меҳнатидан ҳам фойдаланади.

Ширкатчилар мулки, одатда, унинг аъзолари ҳиссасидан ва олинган фойдадан ташкил топади ва у шерикларга умумий мулк бўлиб хизмат қилади.

Барча ширкатчилар фаолияти учун аъзолар ўртасидаги келишув асос бўлади. Ширкатчилик тўғрисидаги келишув қуйидаги мажбурий иловаларни ўз ичига олади: ширкатчиликнинг номи, ҳар бир шерикнинг фамилияси, исми ва отасининг исми, тадбиркорлик фаолияти тури ва ўрнашган жойи, ҳар бир шерикнинг қўшган маблағи миқдори, даромад ва содир бўлиши мумкин бўлган зарарнинг тақсимланиш тизими, ҳар бир шерикнинг компенсация олиш усули, бир шерикнинг ширкатчилик капиталидан оладиган чекланган пул маблағи.

Тадбиркорлик фаолиятидан келадиган даромад шерикларга тегишли ҳисобланади. Ширкатчилик аъзолари фойдани ҳар қандай ўзаро манфаатли усул билан бўлишишга келишишлари мумкин. Ҳар бир ширкатчилик шериги бир хил миқдорда капитал қўшиши мажбурий эмас. Баъзи бир ҳолларда бир шерик бутунлай ҳеч нарса қўшмаслиги мумкин, чунки унинг бирор соҳадаги тажрибаси ва касби, билими унинг капитали бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Коммандит ширкатчилиги — бу икки ёки ундан ортиқ шахснинг мулкни ва тадбиркорлик ҳаракатларини умумий мақсадга эришиш ниятида бирлаштиришига асосланган шартномавий келишуви бўлиб, бунда шериклар ичида камида биттаси кредиторлар олдида тўла (чекланмаган) жавобгарликка, яна биттаси чекланган жавобгарликка эга бўлмоғи керак. Тўла жавобгар шахслар ҳақиқий аъзолар, чекланган жавобгарлар омонатчи — аъзо ёки коммандитлар деб аталадилар. Коммандит кредиторлар олдида ўзининг шахсий мулки билан эмас, балки, умумий мулкка қўшган ҳиссаси билан жавобгар бўлади.

Тўла ширкатчиликдаги ҳар бир шерик ширкатчилик фаолиятида шахсан қатнашиши керак бўлса, коммандитлар ширкатчиликка ўз мулкини киритишдан бошқа мажбуриятга эга эмаслар. Улар учинчи шахслар билан бўладиган битимларда иштирок қилмайдилар ва уларнинг номи учинчи шахслар учун номаълум бўлиб қолади.

Ширкатчилик битимларида коммандит учинчи шахслар билан тарафлик муносабатларида иштирок этмаганлиги сабабли ширкатчилик мажбурияти бўйича жавобгар ҳисобланмайди, аммо унда ширкатчиликнинг умумий мулкига қўшган ўз ҳиссасини йўқотиш хавфи бўлади.

Коммандит ширкатчилиги «аралаш ҳиссадорлик-коммандитлиги» шаклига ўтиши мумкин ва бунинг учун аъзолар ўз ҳиссаларини қўшишни акция сотиб олиш йўли билан амалга оширишлари зарур. Ширкатчиликнинг бундай аралаш шакли унинг Ҳиссадорлик жамиятига ўтиш шакли бўлиб хизмат қилади.

Хўжалик ширкатчилигининг тадбиркорликнинг бошқа ташкилий ҳуқуқий шакллари олдидаги афзалликлари қуйидагилар:

- ишбилармонликнинг якка хўжалик шаклига қараганда ширкатчилик ўзининг пул маблағлари билан бироз қувватлироқ;
- мажбуриятлар бўйича юқори жавобгарликка эгалик хўжалик ширкатчилигини мижозларга ишончли шерик қилиб қўяди;
- бошқарувининг чекланган сондаги шахслар (ҳақиқий аъзолар) атрофида жамланиши бирор қарорнинг қабул қилинишида зарурий мустақиллик, эркинлик ва тезкорликни таъминлайди;
- бегона инвесторларнинг капиталини жалб қилиш имконияти тадбиркорлик фаолиятини кенгайтириш ва такомиллаштириш ҳамда маҳсулот, иш ва кўрсатиладиган хизматнинг рақобатдошлигини ошириш учун шароит яратади;
- мураккаб бўлмаган таркиби ва бошқарув тизими амалдаги ишлаб чиқариш харажатларини камайтиради. Ширкатчилик одатда қобилиятли ва тажрибали ҳамда бир бирини тўлдирувчи одамлардан ташкил топади. Менежерлик вазифаси улар ўртасида тақсимланиши мумкин. Масалан битта шерик молия ва маҳсулот таъминоти бўйича эксперт, бошқаси — мар-

кетингда, учинчиси — рекламада хизмат қилувчи бўлиши мумкин;

- ижобий иқлим (муҳит) мавжудлиги. Бундай ширкатларда инсонлар ишни ўз хоҳиши билан қабул қиладилар, психологик жиҳатдан бир-бирини яхши тушунадилар, шунинг натижасида уларнинг орасида ижобий иқлим доимий равишда сақланиб туради;
- ширкатчилик аъзоларининг ишига юқори даражадаги қизиқиши. Ширкатчилик учун фойдали бўлган барча нарса унинг ҳар бир аъзоси учун ҳам фойдалидир.

Хўжалик ширкатчилигининг камчиликлари:

- *барқарор эмаслик.* Ширкатчилик ишбилармонликни энг ўзгарувчан шакли ҳисобланади. Шериклардан бирининг ундан чиқиши ёки ўлими ширкатчиликнинг бутунлай тарқалиб кетишига сабаб бўлади. Бу каби ноаниқлик узоқ муддатли битимлар тузилишини қийинлаштиради;
- *аъзоларнинг чекланмаган жавобгарлиги.* Агар битимда кўрсатилмаган бўлса, унда, ҳар бир аъзо ширкатчилик қарзлари олдида, ўзининг инвестициядаги ҳиссасидан қатъи назар, тўла жавобгарликка эга бўлади, яъни бирор аъзонинг хатоси бошқа аъзоларнинг ҳам хароб бўлишига олиб келади.

3.3. Кичик корхоналар. Шерикчилик ва жамоа кичик корхоналари

Дунё амалиётида ҳозирги давргача катта ва кичик корхоналарни ажратиб берувчи ягона мезон ўрнатилмаган, ҳозирги вақтда уларда бир-биридан ажратувчи алоҳида белгиларини аниқлаш корхоналарнинг муҳим соҳалар бўйича умумлашма белгилари каталогини (рўйхатини) бунёд этиш орқали амалга оширилмоқда. Бу белгилар туркумига: мулк шакли, ишлаб чиқаришни ташкил қилиш, бошқариш, молиявий таъминот, маҳсулот сотиш, ишчи ходимлар таркиби, сони ва бошқалар киради. Аммо корхоналар кўламини аниқлашда кўп ўлчовли усулни қўллаш кўплаб қийинчиликларни вужудга келтиради, чунки у ҳар хил йўналишдаги кўрсаткичларнинг биргаликдаги, умумий ўлчовини аниқлашни талаб қилади. Маълум бир кўрсаткичини ишлатиш эса, масалан, ишловчилар сони, маҳсулот ҳажми, корхонанинг ўлчамини аниқ топишга имкон

яратади, аммо шундай бўлса-да, корхона тўғрисида жуда оз маълумот беради.

Ўзларининг фаолияти мақсади бўйича кичик корхоналар катталаридан фарқ қилмайдилар. Аммо, амалиёт шуни кўрсатадики, унча катта бўлмаган корхоналар жамиятда муҳим ижтимоий-иқтисодий роль ўйнасалар ҳам, улар бозор шароитида чидамли эмаслар. Шунинг учун, кичик корхоналар, давлатнинг қўллаб-қувватлашига муҳтождир. Ушбу ҳолни ҳисобга олиб, барча давлатлар кичик корхоналарни катталаридан ажратиш учун маълум кўрсаткичларидан фойдаланадилар ва уларни қонуний ҳужжатлар воситасида банкрот бўлишдан ҳимоя қиладилар.

Ўзбекистон Республикаси қонунларига кўра кичик корхоналар уларда ишловчилар сонига қараб ажратилади. Унга биноан, кичик корхоналар туркумига, одатда, қуйидаги янги бунёд этилаёттан ва амалдаги корхоналар кирадилар:

— саноатда ва қурилишда — 50 нафаргача;

— фан ва илмий хизматда — 10 нафаргача;

— қишлоқ хўжалиги ва бошқа ишлаб чиқариш соҳаларида — 25 нафаргача;

— ноишлаб чиқариш соҳасида — 10 нафаргача;

— чакана савдода — 5 нафаргача ишчиси бўлган корхоналар. Шунингдек, қонун, индивидуал меҳнат фаолияти билан шуғулланувчи ва ширкат (ўртоқлик)га бирлашиб ишловчи жисмоний шахсларни ҳам кичик бизнес субъектлари қаторига кириттан.

Кичик корхоналар қуйидагилар томонидан бунёд этилиши мумкин:

— фуқаролар, уларнинг оила аъзолари ва бошқа биргаликда меҳнат фаолиятини олиб борувчи шахслар;

— давлат, ижара жамоалари, қўшма корхоналар, кооперативлар, ҳиссадорлик жамиятлари, хўжалик жамоалари, ширкатчилар ва бошқа юридик шахс ҳисобланувчи корхона ва ташкилотлар;

— давлат мулкини бошқариш ҳуқуқига эга давлат идоралари;

— белгиланган идоралар, корхоналар, ташкилотлар ва шахслар ҳамкорликда;

— амалдаги ишлаб турган корхона, бирлашма таркибидан, ишловчи жамоа ташаббуси билан, битта ёки бир неча таркибий бўлинма ёки таркибий бирликлар-

ни корхона мулки эгасининг розилиги ва корхонанинг илгари қабул қилган шартномавий мажбуриятларининг бажарилишини таъминлаш шарти билан ажратиб олиш натижасида.

Бунда кичик корхонанинг таъсисчиси ушбу корхона ҳисобланади.

Кичик корхона бунёд этилиши учун қуйидагилар зарур:

1. Кичик корхонани асослайдиган мулк шаклини аниқлаш;

2. Таъсисчини танлаш, агар кичик корхона маълум мулк эгасининг мулки асосида бунёд этиладиган бўлса, унинг розилигини олиш;

3. Таъсис ҳужжатларини тайёрлаш;

4. Кичик корхона жамоасининг унда янги корхона бунёд этиш ва таъсис ҳужжатларини тасдиқлаш юзасидан мажлисини ўтказиш;

5. Кичик корхонани маҳаллий давлат идораларининг рўйхатидан ўтказиш.

Кичик корхоналар орасида қўшма корхоналар алоҳида ўрин топади. Қўшма корхоналар — бу икки ёки ундан ортиқ юридик шахс, яъни, корхоналар мулкини қўшиш йўли билан ташкил қилинган корхоналардир. Аммо, амалиётда хўжалик субъектларининг хорижий шериклар билан биргаликда ташкил қилаётган корхоналаригина қўшма корхона деб айтилмоқда. Бу корхоналар мамлакатимизга илғор хорижий технология, бошқарув тажрибаси ва қўшимча молиявий ресурсларни (инвестицияни) олиб киради ва экспортни кўпайтириш имконини беради.

Қўшма корхоналар чекланган жавобгарликка эга бўлган жамият (масъулияти чекланган жамият — МЧЖ), Ҳиссадорлик жамияти ҳамда қонун томонидан чекланмаган бошқа шаклларда, сони чекланмаган, аммо иккитадан кам бўлмаган шериклар ўртасида тузилган шартнома асосида бунёд этилади, қўшма корхона таъсисчилари ҳар иккала томондан ҳам юридик ёки жисмоний шахс бўлиши мумкин.

Қўшма корхона хўжалик юритиш субъекти ҳисобланади ва фаолияти даромад олишга йўналтирилган бўлиб қайси мамлакат ҳудудида ташкил этилган бўлса, ўша мамлакат қонунлари асосида фаолият кўрсатади ва солиқ тўлайди. Солиқ бўйича қўшимча имтиёзлар улар учун мавжуд, агар устав капиталида хорижий

инвесторнинг улуши 30% дан ортиқ бўлса ва қонун билан ўрнатилган низом капиталининг шаклланиш шартига амал қилинса.

Кичик бизнесда жамоа корхоналари бунёд этиш кенг тарқалмоқда. Жамоа корхонаси — бу шундай хўжалик шаклики, унда барча мулк ва олинадиган фойда унинг меҳнат жамоасига тегишли бўлади. У қуйидагича ташкил бўлиши мумкин:

- меҳнат жамоаси томонидан давлат мулкини сотиб олиш йўли билан;
- унча катта бўлмаган давлат корхоналарини жамоа корхоналарига айлантириш йўли билан;
- жисмоний ва юридик шахслар мулкини ихтиёрий тарзда бирлаштириш йўли билан;
- давлат корхоналари мулкини (қайтариб бермаслик шарти билан) меҳнат жамоаларига бериш йўли билан.

Кичик бизнесда юқорида қайд этилган жамоа корхоналарини ташкил қилиш йўналишларидан асосийси — мулкни сотиб олишдир. У қуйидаги усуллар билан амалга оширилиши мумкин: ўз меҳнаткашларига акция сотиш йўли билан, шахсий омонатларни бирлаштириш йўли билан, ижарага олиш йўли билан, банкдан ёки бошқа корхонадан кредит олиш йўли билан.

Жамоа корхоналарининг афзалликлари:

- жамоа меҳнатидаги ўсиб борувчи янгиликка интилиш ва мусобақалашиш, ўзаро ёрдам ва бирдамлик. Бу корхона тўла мустақил бўлиб, у бегоналарнинг аралашувисиз ўзи ишлаб чиқарган ва сотадиган маҳсулотига, бажарадиган ишига ва кўрсатадиган хизматига бўлган талаб асосида ўз фаолиятини режалаштиради, келажак тараққиётини ҳамда корхонанинг ишлаб чиқаришини, ижтимоий ривожланишини ўзида, меҳнат қилувчиларнинг шахсий даромадини қандай оширишни ўзи мустақил белгилайди. Жамоа корхонаси ҳар бир ишловчисининг шахсий ҳиссаси (улуши) унинг бажарадиган меҳнатига қараб белгиланади.

Жамоа корхоналарининг камчилиги: гуруҳий эгоизм хавфи; йиғилган жамғарма миқдорига путур етказиб, истеъмолни оширишга интилиш.

3.4. Ҳиссадорлик жамияти. Очиқ ва ёпиқ турдаги ҳиссадорлик жамияти

Ҳиссадорлик (акционерлик) жамияти — бу жисмоний шахслар капиталларнинг бирлашуви бўлиб, у акциялар чиқариш йўли билан бунёд этилади. Акциялар фонд биржаларида муомалада бўлади — бир шахсдан иккинчисига эркин ўтади ва акциядор учун унинг ҳиссаси ҳақидаги ҳужжат ҳисобланади.

Жамиятнинг омонатчи — акционерлар олдидаги мажбурияти, акция учун тўланган пул миқдори, яъни жамоат капиталига киритилган ҳиссаси билан чекланади. Жамият мажбурияти бўйича фақат жамиятнинг ўзи ўз мулки билан жавоб беради. У очиқ ёки ёпиқ бўлиши мумкин.

Ҳиссадорлик жамияти — бу бизнеснинг, кўпроқ, демократик шаклидир, чунки бевосита ёки обуна бўлиш йўли билан акция сотиб олиш ва корхонада мулк эгаси бўлишга исталган инсон эришиши мумкин.

Ҳиссадорлик жамияти, масъулияти чекланган ва қўшимча жавобгарликка эга бўлган жамиятлар деб, хўжалик фаолиятини амалга ошириш ниятида юридик шахслар ва (ёки) фуқароларнинг мулкларини бирлаштириш натижасида ташкил қилинган юридик шахслар тан олинади.

Ҳиссадорлик жамияти шундай хўжалик жамиятики, унинг низом фонди жамиятнинг номинал қийматини маълум акциялар сонига тақсимланган бўлади ва мазкур фонд ушбу акцияларни сотиши орқали шаклланади. Ҳиссадорлик жамиятлари:

- агар унинг акциялари очиқ ёки обуна бўлиш йўли билан сотилса, қимматбаҳо қоғозлар бозорида қонундан ташқари ҳеч ким томонидан чекланмай эркин савдо-сотиқ қилинса — *очиқ Ҳиссадорлик жамияти* деб аталади;
- агар унинг акцияларининг қимматбаҳо қоғозлар бозорида муомалада бўлиши жамият низомига биноан маълум этилган ёки чекланган бўлса ва у, фақат, номланган (эгаси ёзилган) акциялар чиқарса — *ёпиқ Ҳиссадорлик жамияти* деб аталади.

Ҳар иккала ҳиссадорлик жамияти низом капиталининг энг кичик миқдори, давлат қонуни ҳужжатларидан ташқари, ҳеч нарса билан чекланмайди.

Очиқ Ҳиссадорлик жамиятини бошқа турдаги жа-

миятларга айлантириш мумкин эмас. Ёпиқ Ҳиссадорлик жамияти эса ўз акцияларига очиқ обуна ўтказиш ёки уларни фонд бозорига сотиш учун чиқариш йўли билан очиқ Ҳиссадорлик жамиятига айлантирилиши мумкин. Бошқа турдаги жамоа корхоналари ва ширкат хўжалиги ўз акцияларини чиқариш йўли билан иккала турдаги Ҳиссадорлик жамиятларига ҳам айлантирилиши мумкин.

У акцияларга очиқ обуна ўтказиш ёки ёпиқ Ҳиссадорлик жамиятини ёки бошқа хўжалик ва ширкатчилик жамиятини Очиқ Ҳиссадорлик жамияти бошқа жамият шаклларига айлантирилиши ўзгартирилиши ҳисобига, очиқ акциядорлик жамияти бошқа шаклларга айлантирилиши мумкин эмас. Акцияларга очиқ обуна ўтказиш орқали очиқ турдаги Ҳиссадорлик жамиятини бунёд этиш учун қуйидагилар зарур:

— жамият ташкил қилиш ва биргаликда фаолият кўрсатиш ҳамда, битта ёки бир неча шахсга жамиятни бунёд этиш учун ваколат бериш тўғрисида шартнома тузиш;

— акцияларга обуна ўтказиш, таъсис конференциясини ўтказиш, жамият ва унинг акцияларини давлат рўйхатидан ўтказиш.

Жамиятни бунёд этишдаги харажатлар, жамиятни бунёд этилишида пайдо бўлган жавобгарлик жамият тузиш тўғрисидаги шартномага қўл қўйган шахсларга юклатилади.

Давлат мулкини хусусийлаштириш орқали қуйидаги усуллар билан Ҳиссадорлик жамияти бунёд этилиши мумкин:

- оддий йўл билан — бунда фуқаролар ёпиқ ёки очиқ Ҳиссадорлик жамиятларининг объектларини аукцион орқали ёки конкурс йўли билан сотиб олиш билан яратадилар;
- давлат корхонаси меҳнат жамоаси томонидан ёпиқ Ҳиссадорлик жамиятини бунёд этиш ва ушбу юридик шахс томонидан корхонани сотиб олиш йўли билан;
- давлат ёки ижара корхоналарини очиқ Ҳиссадорлик жамиятларига айлантириш йўли билан.

Ҳиссадорлик жамиятларини вужудга келтириш жараёнлари «Мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш», «Ҳиссадорлик жамиятлари», «Кор-

хоналар», «Қимматбаҳо қоғозлар бозори ва фонд биржалари» ва бошқа қонун ва қонун актларига асосан бошқарилади.

Барча жамоа корхоналари учун (масъулияти чекланган, қўшимча масъулиятли ва Ҳиссадорлик жамиятлари) қуйидаги умумий жиҳатлар мавжуд:

— низом капиталининг тегишли бўлакларга ёки акцияларга мажбурий бўлиниши;

— жамиятнинг ўз мажбуриятлари бўйича фақат ўзининг мулки бўйича чекланган жавобгарлиги;

— шериклар (акциядорлар) орасидаги ўзаро муносабатлар, даромад ва мулкни тақсимлаш, корхонани бошқариш бўйича муносабатлар уларнинг кириттан улушлари миқдорига қараб тақсимланади;

— жамият аъзолари (акциядорлар) унинг капиталига ўз улушларини киритишлари зарур, аммо ўз меҳнатлари билан унинг фаолиятида иштирок этишлари мажбурий эмас.

3.5. Фирмалар ва корпорациялар

Фирма — товар ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш мақсадида иқтисодий ресурсларни ишлатувчи ташкилотдир. Мулк эгасининг тавсифига кўра қуйидаги турдаги фирмалар мавжуд: давлат, хусусий тадбиркорлик ва капиталистик фирмалар, ҳар бир очиқ ҳолда улар хўжалик фаолиятининг асосий мақсади — қолдиқ даромад — мулк эгасининг, барча тўловлар амалга оширгандан кейинги даромадини кўпайтириш, киритилган капиталдан олинадиган фойдани ошириш ва меҳнатдан келадиган даромадни юксалтиришдан иборатдир.

Кичик бизнесда фирмалар одатда юқори технологик ишлаб чиқаришни бунёд этиш билан банд. Улар ўзларига хос хўжалик юритиш услубларидан фойдаланадилар. Уларнинг хўжалик фаолиятини бошқариш стратегияси тўртта асосий қисмдан ташкил топган:

Биринчидан — тараққиёт топаётган ва юқори технологияга эга бўлган фирмалар рақобатга қизиқмайдилар, шунинг учун улар тор ихтисослашган маҳсулотлар ишлаб чиқариб бозорнинг юқори даромадли қисмини эгаллашга интиладилар.

Иккинчидан — фирмалар исталган усул ва воситалар билан ўз харажатларини камайтиришга интиладилар. Масалан, электроника билан шуғулланувчи фир-

малар бутловчи маҳсулотларни йирик ишлаб чиқарувчилардан сотиб олиб, ўз сарф-харажатларини иложи борича камайтиришга ҳаракат қиладилар.

Учинчидан — кичик фирмаларнинг кўпчилиги ишлаб чиқаришни битта маҳсулот ёки технология атрофида уюштирадилар. Уларнинг вазифаси ушбу маҳсулот ёки технологияни истеъмолчиларнинг ўзига хос эҳтиёжларига мослаштиришдан иборат бўлади. Кичик фирмаларнинг йирикларидан асосий фарқи ҳам ана шундай бўлиб, катта фирмалар ўзларини сотиш қувватларини катта гуруҳ истеъмолчилар эҳтиёжларини қондириш ниятида асосан стандарт маҳсулотлар етказиб беришга, яъни харидорлар талабига таъсир қилишга ҳаракат қиладилар.

Тўртинчидан — деярли барча фирмалар иложи борича бегона капитални камроқ жалб қилишга, ўзларининг мустақиллигини сақлаб қолишга ҳаракат қиладилар. Мутахассислар фикрича, кичик фирмалар фаолияти ва тараққиёти мақсадларига маҳсулот ва технология тараққиёти билан бирга уларнинг мустақиллик ва шахсий ижтимоий-маданий иқлимга интилиши хосдир.

КОРПОРАЦИЯ — бу умумий касбий ёки табақавий манфаатлари асосида бирлашган шахслар жамияти, уюшмаси ёки гуруҳидир. Хорижий мамлакатлар амалиётида улар қаторига, одатда, Ҳиссадорлик жамиятлари ҳам қўшилади. Тижорат ва нотижорат корпорациялар бўлиши мумкин. Нотижорат корпорацияларга ҳокимият, шаҳар, муниципал, сиёсий ташкилотлар, ҳамда хайрия, диний, маориф ва шунга ўхшаш муассасалар киради. Тижорат корпорациялар Ҳиссадорлик жамиятлари каби очиқ ва ёпиқ турларга бўлинадилар. Очиқ корпорацияда қўшимча капитални жалб этиш учун акциялар эркин сотилади. Барча йирик корпорациялар очиқ бўладилар.

Барча бозор иқтисоди Тараққиёт топган давлатларда корпорациялар ҳамма ишлаб чиқариш соҳаларида нуфузли ўрин эгаллайдилар. Одатда корпорациялар катта бизнес билан боғланган, аммо улар орасида кичик фирмалар ҳам бўлиши мумкин.

Корпорацияларнинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат.

- бозор конъюктурасини ўрганиш ва ҳаракат стратегиясини аниқлаш;
- илмий-техникавий Тараққиёт дастурларини амалга

ошириш орқали эришилган фан-техника тараққиёти натижаларини ишлаб чиқаришга тадбиқ қилиш;
- ресурсларни ва корпорациянинг хўжаликлараро корхоналарида ишлаб чиқарилган нарсаларни марказлаштирилган ҳолда тақсимлаш ва ўзининг хусусий тижорат бўлинмалари орқали тарқатиш;
- хўжалик механизмини такомиллаштириш ва бошқалар.

3.6. Холдинг компанияси

Холдинг — бу мулк эгалари томонидан бир қанча мустақил Ҳиссадорлик жамиятлари фаолиятини назорат қилиш мақсадида бунёд этилган жамиятдир. Холдингга бирлашган корхоналар, одатда, шуъба корхоналар деб аталади. Холдинг ёки бош холдинг компанияси ўзининг шуъба корхоналари акцияларининг назорат пакетларини ўзида жамлаш йўли билан молия капиталини тўплайди. Акциялардан олинадиган дивидендлар унинг асосий даромади ҳисобланади. Холдинг компанияси ўз навбатида ўз акцияларини чиқариб Ҳиссадорлик жамияти шаклида ҳам намоён бўлиши мумкин. Холдинг қатнашчисининг омонати пул маблағлари, қимматбаҳо қоғозлар, асосий воситалар ёки бошқа моддий бойликлар шаклида бўлади. Омонатлар қиймати барча холдинг қатнашчилари иштирокида баҳоланади.

Шуъба корхона кўпинча корхонанинг ривожланиб бориши давомида бош корхона томонидан ташкил қилинади ва тўла мустақилликка эга бўлган юридик шахс сифатида фаолият кўрсатади. Аммо, бош (она) корхона (компания) шуъба корхона акцияларининг асосий қисми (назорат пакети) эгаси сифатида унинг фаолиятига таъсир ўтказиши мумкин.

Холдинг компаниялари мустақил фаолият кўрсатувчи алоҳида корхоналар акциялари назорат пакетларини битта шахс томонидан сотиб олиниши орқали ҳам ташкил қилиниши мумкин.

Холдинглар давлатга қарашли ёки хусусий бўлиши мумкин. Давлат холдингида акциялар назорат пакети давлатга тегишли бўлади. Холдинг компаниялари икки хил бўлиши мумкин:

— молиявий холдинг. У асосан назорат бошқарув вазифасини бажаради;

— аралаш холдинг — турли хил хўжалик фаолияти ва савдо-сотиқ билан шуғулланади.

Мамлакат қонунчилигига асосан холдинг компаниялари қуйидагича ташкил этилиши мумкин:

- йирик корхоналарни қайта ташкил қилишда уларнинг таркибий бўлинмаларини мустақил юридик шахс (шуъба корхоналар) сифатида бунёд этиш йўли билан;
- юридик жиҳатдан мустақил корхоналарнинг акция пакетларини бирлаштириш йўли билан;
- янги Ҳиссадорлик жамиятлари таъсис этиш йўли билан.

Холдинг компанияларини шакллантириш жараёни мулкни корхонанинг интеграцион таркибини сақлаб қолган ҳолда давлат тасарруфидан чиқаришнинг бир воситаси сифатида қўлланиши мумкин. Давлат холдингида акциялар назорат пакети давлат мулкига, шуъба корхоналар акциялари эса бош холдинг компаниясининг мулкига айланади. Давлат ўз акциялари пакети доирасида акциядор корхоналар фаолиятини назорат қилади. Холдинг акцияларининг қолган қисми меҳнат жамоалари аъзоларига, холдинг таъминотчи ва истеъмолчиларига, банкларга, хорижий инвесторларга, эркин савдо ёки обуна қилиш йўли билан фуқароларга сотилиши мумкин.

Қуйидаги фаолият соҳаларида холдинг компаниялари бунёд этилишига рухсат этилмайди:

— ишлаб чиқариш воситалари ва истеъмол товарлари савдосида;

— қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлаш ва қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришининг моддий техникавий таъминотида;

— умумий овқатланиш ва аҳолига маиший хизмат кўрсатишда;

— транспортда (темир йўл, қувурли транспорт ва фақат халқаро юк ташиш билан шуғулланувчи корхоналаридан ташқари).

Холдинг компанияларини ташкил этишда бундан бошқа чекланишлар ҳам мавжуд.

Бунёд этилаётган холдинг компаниялари аввалдан ишлаб келаётган концерн, корпорация, ассоциация ёки

бошқа бирлашма ва корхоналари ҳамда давлат бошқарув органларининг ҳуқуқий ворислари бўла олмайдилар. Холдинг ташкил қилишнинг муҳим шарти — бу корхоналар бирлашувининг ихтиёрий бўлиши зарурлигидир. Холдинг ичида маъмурий-буйруқбозлик муносабатлари бўлмаслиги лозим.

3.7. Оффшор компанияси

Оффшор компанияси — бу имтиёзли солиқ тўлаш (ёки буткул тўламаслик) ҳудудида бунёд этилган корхона бўлиб, у рўйхатга олинган жойда барқарор турмайдиган шахсларга тегишлидир. Кўпгина давлатларда хорижий инвестицияларни кўпроқ жалб этиш мақсадида киритилган омонатлар ҳақидаги ахборотнинг қонунчилик ёки анъанавий кафолатлар йўли билан конфиденциаллигини (ошкор этилмаслигини) таъмин этувчи ва қатор имтиёзлар бериш тизими бунёд этилган бўлиб, бу тизим хорижий тадбиркорларга уларнинг тадбиркорлик фаолиятини мазкур давлат ҳудудида олиб бориш шарти билан жорий қилинади. «Оффшор зонаси» деб ном олган бундай ҳудудларга Ғарбий Европада — Гибралтар, Ирландия, Генуа, Джерси, Мальта, Олдерна ороллари, ҳамда, баъзи бир қўшимча шартлар билан Люксембург ва Лихтенштейн давлатлари; яқин шарқда — Кипр, Баҳрайн, Бирлашган Араб Амирликлари ва Ливан; узоқ шарқда — Гонконг, Сингапур, Лабудан ороли (Малайзия); Марказий Америка ва Кариб денгизида — Багам ороллари, Британ, Виргин ороллари, Тюрке ва Кокос ороллари, Кайманов-лар ороллари, Нидерланд, Антиль ороллари, Белиз, Невие, Коста-Рика, Гренада, Панама, Антигуа, Арубе; Африкада — Либерия, Маврикий ва бошқалар. Турли маълумотларга кўра, дунёда 30—50 атрофида оффшор ҳудуди солиқ гаваньлари (бандаргоҳлари) маълум.

Одатда, оффшор корхонаси масъулияти чекланган жамият ёки компания шаклида бунёд этилади. Аммо, оффшор фаолияти учун бошқа ташкилий-ҳуқуқий шакллар ҳам йўқ эмас, масалан, ширкатчилик, хорижий компаниянинг шахобчаси шаклида ҳам бўлиши мумкин. Баъзи бир давлатлар ва тайёр компанияни тезкорлик билан сотиб олиш йўли билан «оффшор» ташкил қилиш мумкин. Бунда низом капиталининг энг

кам ўлчами бевосита ва билвосита қонун билан белгиланиши (Кипр, Ирландия, Гибралтар) ёки умуман чегараланмаган бўлиши мумкин (Гонгконг, Мадейа).

Оффшор компаниясининг солиқ тўлаш тартибига таъсир кўрсатувчи асосий шарт бу унинг резидент ва резидент эмаслик мақомидир. Бунда назарда тутилаётган нарса корхона бошқарув идораларининг, унинг рўйхатдан ўтган ҳудудига нисбатан, ўрмонда жойлашган жойидир. Норезидент компанияларнинг резидентлардан фарқи шундаки, улар ўзлари жойлашган ҳудуддан ташқаридан туриб бошқарилади. Норезидент компаниялар амалда маҳаллий солиқ тўлаш тизимидан бутунлай чиқарилади. Бу каби компанияларнинг ўзлари рўйхатдан ўтган жойда ўзига тегишли офиси бўлиши шарт эмас, баъзи бир давлатларда эса, бухгалтерлик ҳужжатларини олиб боришдан ва ҳиссадорлар реестрини юритишдан ҳам озод қилинган. Бу ҳолда, корреспонденцияларни қайта ишлаш ва йиллик молиявий ҳисоботларни тайёрлаш мажбуриятлари махсус фирмалар зиммасига юклатилади. Компанияни унинг эгаси ер шарининг ҳар қандай нуқтасидан туриб бевосита бошқариши мумкин. Солиқ ва бошқа тўловлардан имтиёзлар компаниянинг мулки ва унда ишловчи хорижий ишчиларга нисбатан жорий қилинади, баъзи бир ҳолларда эса иш ҳақларидан олинадиган солиқлардан ҳам озод қилиниши мумкин. Компаниянинг молиявий фаолиятида валюта бўйича чекланишларнинг бўлмагани сабабли олинган даромад исталган турдаги валютада эркин олиб чиқиб кетилиши мумкин. Шу сабабли, оффшор компаниялари, гўёки, капитални қочириш учун бунёд этилади, деган нотўғри фикрлар кенг тарқалган. Бу фикрда қандайдир даражада ҳақиқат бор, чунки бу каби корхоналарнинг бир қисми ҳақиқатан ҳам капитал йиғиш учун мўлжалланган сифатида фаолият кўрсатади. Аммо, оффшор компанияларнинг кўпчилиги ҳақиқий хўжалик фаолиятини амалга ошириш ва савдо операцияларини молия билан таъминлаш, хизмат кўрсатиш, инвестицияларни бошқариш каби фаолиятлар билан шуғулланадилар. Улар ичида кўплари бизнинг республикамизга молиявий қўйилмалар, товарлар ва технологиялар кўринишида капитал жалб қилишда ёрдам беришлари мумкин.

3.8. Шуъба корхоналар, шаҳобча (ваколатхона)лар, хорижий корхоналар

Шуъба корхоналар — бу корхоналар юридик шахс томонидан бунёд этилган бўлиб, ҳар қандай мулк шаклига эга бўлиши мумкин. Уларнинг бунёд этилиши учун қуйидаги мажбурий шартларга риоя қилиниши керак:

— бунёд этилаётган шуъба корхонага мулкни ёки унинг бир қисмини бериш;

— шуъба корхонага бериладиган мулкка, мулк эгасининг ёки унинг ваколатига эга бўлган идоранинг розилигининг бўлиши;

— таъсис корхонаси шуъба корхонага бериладиган мулкка эгалик қилмаслиги.

Шуъба корхонани бунёд этиш ва уни рўйхатдан ўтказиш асосий корхоналар ташкил қилиниши тартибида ўтказилади. Шуъба корхоналар таъсисчи корхоналар каби ҳуқуқ ва имтиёзлардан фойдаланадилар ва жавобгарликка эга бўладилар. Таъсисчи ва шуъба корхоналар ўртасидаги муносабатлар таъсис ҳужжатлари асосида тартибга солинади.

Ҳар қандай шаклдаги мулкка эга бўлган корхоналар ўз шаҳобчаларини (ваколатхоналарни) бунёд этишга ҳақлидирлар. Улар юридик шахс бўла олмайдилар ва улар ҳақидаги раҳбар тасдиқлаган низом асосида фаолият кўрсатадилар.

Шаҳобча ёки ваколатхона банкда ҳисоб ёки жорий ҳисоб рақамларини очиши мумкин. Уларга корхона номидан хўжалик шартномаларини тузиш ҳуқуқи берилади. Шартнома бўйича жавобгарлик корхона зиммасига юкланади.

Шунга ўхшаш бўлинмалар низомда кўзда тутилган битта ёки бир неча фаолият турларини амалга ошириш ниятида маҳаллий шароитларни аниқ ҳисобга олган ҳолда бунёд этилади. Шаҳобча ва ваколатхоналар янги иш бошлаган тадбиркорларнинг ўз ишларини мустақил олиб бориб, аста секинлик билан кичик бизнесга кириб боришлари учун шароит яратиб бериш вазифасини бажаради, чунки шаҳобчалар ва уларнинг бош корхоналари ўртасидаги муносабатлар одатда хўжалик ичидаги хўжалик ҳисоби асосида қурилади.

Хорижий фирмалар бегона мамлакатда амал қилувчи корхоналар бўлиб, улар хўжалик фаолияти билан

хорижий ёки қўшма корхоналар ташкил этмасдан шуғулланишлари мумкин. Республикада хорижий фирмалар, ташкилотлар ваколатхоналари ва уларнинг бўлимларининг фаолият кўрсатишига рухсат этилган. Уларнинг очилишида, давлат рўйхатидан ўтказиш учун 2 минг Америка доллари миқдорида тўлов тўланади.

Хорижий фирмаларининг доимий ваколатхоналари норезидент ҳисобланадилар. Агар, уларнинг фаолияти даромад олишга йўналтирилган бўлса, унда, улар ўзлари жойлашган мамлакат корхоналари каби, аммо махсус тартибда солиқ тўлайдилар.

Хорижий фирмалар ваколатхоналари фойда олиш фаолияти билан шуғулланмасликлари ҳам мумкин. Улар фаолияти хорижий фирмалар ёрдамида чет давлатларда туриб молия билан таъминланадилар. Бу каби ваколатхоналар фақат ваколатчилик вазифаларини бажарадилар, жумладан, хорижий фирмалар вакиллари ватанимиздаги шериклари, давлат идоралари олдида хорижий фирмалар номидан вакиллик қиладилар, шартномалар тузадилар, чет давлатлар фирмаларининг маҳсулоти ва кўрсатадиган хизматини реклама қиладилар. Аммо бу каби ваколатхоналар ўзларининг фаолиятидан ҳеч қандай даромад олмайдилар. Аммо, ишнинг бундай шакллари кўпгина хорижий фирмалар учун мазкур мамлакат бозорини ўрганишнинг дастлабки босқичида катта фойда беради. У катта инвестициялар талаб қилмайди, мазкур мамлакатдаги иқтисодий аҳволни ўрганишга имкон яратади, инвестиция қилиш нақадар мақсадга мувофиқлигини аниқлашга ёрдам беради.

Чет давлатда тўла молия билан таъминланувчи ваколатхоналар мамлакатимиз корхоналари каби меҳнатта ҳақ тўлаш фондидан, Ўзбекистонда ёлланган ишчилар каби иш ҳақидан, ҳамда, кўчмас мулк учун солиқ тўлайдилар. Ўз фаолиятидан даромад олмайдиган ваколатхоналар бундан фарқли равишда, бир қатор солиқлардан озод қилинган.

Хорижий корхона — бу юридик шахс — резидент ҳисобланади, унинг низом капиталида фақат хорижий капитал ишлатилади. У хорижий инвестор томонидан бевосита таъсис этилиши ёки республикадаги мулк эгаларидан конвертацияланувчи валютага сотиб олинган мулк асосида бунёд этилиши мумкин. Хорижий корхоналар, шунингдек мазкур ҳудудда амал қилувчи ва-

люта асосида ҳам ташкил қилиниши мумкин. Бунинг учун бу валюта шу давлатда хорижий инвестициялардан ёки рухсат этилган тижоратчилик фаолиятидан олинган даромад кўринишида бўлиши, ёки конвертациялаштирилган валютага республика банкларида алмаштирилган бўлиши керак.

Хорижий корхона фаолияти даромад олишга йўналтирилган бўлиши керак. Улардан мамлакат корхоналарига белгиланган тартибда солиқ олинади. Солиқ имтиёзлар амалдаги қонунчилик доирасида жорий қилинади.

Хорижий корхоналар шу соҳада ваколати бўлган банкларда ҳисоб рақами очиш ҳуқуқига эга. Ҳисоб хорижий ва миллий валютада очилиши мумкин. Миллий валюта хусусийлаштириш мақсадида, хом ашё, товарлар сотиб олиш учун ишлатилиши мумкин. Аммо, бу маблағ хорижий корхонанинг республика ҳудудидаги хўжалик фаолияти ҳисобига топилган бўлиши керак. Хорижий инвестицияларга асосланган корхоналарнинг маблағлари, шунингдек, банкларга, суғурта компанияларига, корхоналарга, уларнинг улуши низом капиталини 50% дан ошмаслиги шарти билан қўйилиши мумкин.

3.9. Консалтинг бирлашмалари

Консалтинг — бу ишлаб чиқаришга иш юзасидан хизмат кўрсатиш соҳасида ихтисослашган фирмаларнинг ўз мижозларига маслаҳат хизмати кўрсатиш ва техникавий лойиҳаларни экспертиза қилиш билан боғлиқ иқтисодий фаолиятдир. Кичик бизнесда консалтинг бирлашмалари тараққий топган маслаҳат хизмати бозорини бунёд этиш йўли билан тадбиркорлик фаолиятининг тараққиётига ёрдам кўрсатади. Чунки, бу каби хизматларни алоҳида фирмалар талаб даражасида амалга ошира олмайдилар. Бундай бирлашмаларнинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- ягона ахборот — сўровнома фондини яратиш ва ягона реклама стратегиясини (йўналишни) амалга ошириш йўли билан уларнинг аъзолари фаолиятини умум мақсадлар йўлида жамлаш;
- маслаҳатчилик ташкилотларини тараққий топишига ва хорижий инвестицияларни жалб этишга кўмаклашиш;

- тадбиркорлик ташаббусларини амалга ошириш учун шериклар танлаш.

Консалтинг бирлашмаларининг кичик бизнес соҳасида кенг тарқалган маслаҳат хизмати турлари қуйидагилардан иборат:

— барча мулк шаклларидаги корхоналарни рўйхатга олиш учун таъсис ҳужжатларни тайёрлаш бўйича маслаҳатлар бериш;

— маркетинг бўйича изланишлар ўтказиш;

— хусусийлаштириш, акционерлаштириш дастурларини ишлаб чиқиш;

— ташқи иқтисодий фаолият бўйича маслаҳат бериш;

— реклама стартегиясини ишлаб чиқиш, реклама материалларини тайёрлаш ва уларни тарқатиш;

— ҳуқуқ, молия, ташкилий, бошқариш масалалари бўйича маслаҳатлар бериш;

— ақлий (интеллектуал) мулкни ҳимоя қилиш масаласи бўйича маслаҳатлар бериш;

— хизматчиларни тайёрлаш ва малакасини ошириш;

— тадбиркорлик ва кичик бизнесни тараққий топтиришга хизмат қилувчи тадбирларни ўтказиш;

— фирма иш услубини ишлаб чиқиш;

— хавфсизлик техникаси, ишлаб чиқариш санитарияси, маданияти, атроф муҳитни ҳимоя қилиш масалалари бўйича маслаҳатлар бериш;

— инвестицияларни жалб қилиш, имтиёзли кредит олиш, зарурий ресурсларни ва капиталларни сотиб олиш бўйича ва бошқа маслаҳатлар бериш.

Зарурат туғилса консалтинг бирлашмалари кичик бизнес корхона раҳбарлари ва мутахассисларининг малака ошириш ишларини ташкил этиши ҳам мумкин.

Консалтинг бирлашмалари кўпчилик ҳолларда савдо-саноат палатаси, республиканинг Миллий ва тижорат банклари билан яқиндан алоқа ўрнатади. Бу эса, уларнинг ахборот хизмати бозорини шакллантириш йўлида амалга ошираётган ишлари даражасини орттиради ва кичик бизнес тараққиёти учун сезиларли улуш қўшади.

4. ТАДБИРКОР — БОЗОР ИҚТИСОДИНИНГ МАРКАЗИЙ АРБОБИДИР

4.1. Тадбиркорлик — ҳаракатчан ва жўшқин фаолият

Тадбиркорликнинг муҳим хусусиятлари — унинг ҳаракатчанлиги ва жўшқинлигидир. Тадбиркор ўзининг фикри бўйича муваффақиятга олиб келувчи янги ҳаракат усулларини, маҳсулот турини ва технологияни, истеъмолчилар доирасини, маҳсулоти ва кўрсатадиган хизматининг сифатини яхшилаш йўлларини тинимсиз қидиради. Тадбиркор шундай инсонки, у пул маблағлари, материаллар ва ишчи кучини жамлаштириб, янги маҳсулот, янги бизнес, янги ишлаб чиқариш жараёнини ташкил этади ёки ишни ташкил этишнинг такомиллашганроқ усулини яратади.

Марказлаштирилган иқтисоддан бозор иқтисодига ўтиш, венчур капитали, маълумотлар воситалари бозорлари тараққиёти ташаббускор фаолият учун кенг имкониятлар ва эркинликни таъминлайди. Тадбиркорлар йирик бюрократик ташкилотларнинг замон билан ҳамнафас қадам қўйишга қобилиятсизлигини бошқалардан аниқроқ кўра олади. Шахсий жавобгарлик, ихтирочилик ва муомала санъати негизида ташкил бўлган корхоналар бугунги, тинимсиз ўзгариб турувчи, имкониятлардан фойдаланишга кўпроқ қобилиятлидирлар. Тадбиркор ҳаракатчанлик, жўшқинлилик, мослашувчанлик ва янгиликка интилувчанликка асосланган замонавий хўжалик юритиш усулини амалга ошириб, ўзининг мавжудлигини эслатиб туради. У ахборот тўплайди ва одамларга раҳбарлик қилади, қарорлар қабул қилади, ишни ташкил қилади, янги турдаги маҳсулот ва хизмат турини ишлаб чиқаради ёки эскисини такомиллаштириш йўлларини излайди. У иқтисод, сиёсат, техника ва технология, ҳуқуқ, психология ва ахлоқ қоидалари кесишган жойида ҳаракат қилади ва уларнинг барчаси тўғрисидаги билимларга эга бўлмоғи керак. Ундан ташқари ишбилармон муваффақиятга эришиши учун ўтиш тажрибасига танқид кўзи билан қараши керак. Тадбиркор етарли даражада ресурсларга эгаман деб, жуда кам гапиради. Улар йўқ нарсани бор қилишга, иқтисод қилиш ва яратишга ўрганадилар.

4.2. Иқтисодий ҳаракатлар усулини излаш ва танлаш эркинлиги

Муаммони ечишнинг ҳар хил йўлларини излаш, уларни танлаш ва ўзгартириш фақат улар бўйича муқобил спектрнинг мавжудлигига боғлиқ. Бу эса тадбиркорлик ва бозор ўртасидаги узвий боғлиқликни белгилаб беради.

Фақат бозор муносабатлари шароитидагина иқтисодий кенгликдаги мақсадга мувофиқ ҳаракат усулини танлаш эркинлиги пайдо бўлади.

Иқтисодиётнинг маъмурий-буйруқбозлик тизими корхоналарни узоқ ва номаълум даврга мўлжалланган режа ва топшириқларни бажариш учун ташқи муҳитга мослашишига мажбур қилар эди. Бозор шароити эса корхоналарнинг биринчи даражадаги диққат-эътиборини тезлик билан тадбиркорлик муҳитига мослашувга қаратишни талаб қилади.

Тадбиркор фақат бозорда қандайдир маҳсулот ёки иш кучининг етишмаслигига эмас, балки уларни ҳаддан ташқари кўплигига ҳам тезкорлик билан диққат-эътиборини қаратади. Тадбиркорлик ўзининг барқарор ҳаракатчанлиги, эркинлиги, ташаббускорлиги билан, кўпроқ даражада, доимий техникавий ва технологик ўзгаришлар билан тавсифланувчи инновацион фаолиятга ўхшайди.

Тадбиркор бу ташаббускор киши бўлиб, ишлаб чиқаришга кенг спектрдаги йўналишлар бўйича янгиликлар киритади, яъни новаторлик ғояларини ўзлаштириш, ҳозиргача маълум бўлмаган маҳсулотларни яратиш, янги, истиқболли ресурсларга эгалик қилиш, капитални қўйиш учун янги соҳаларни танлаш, илғор тармоқларни ривожлантириш кабиларни амалга оширади. Тадбиркор учун ижодий фаолият хаёлнинг чексиз парвози эмас, у ҳамма вақт аниқ муҳитда қилинадиган қарорлар билан боғлиқ бўлади, сарф-харажатларни натижа билан таққослаш ва хўжалик юритишнинг энг камхаражат йўлларини топиш тадбиркор учун хос бўлган хусусиятдир.

4.3. Тадбиркорлик турли ижтимоий кучлар ўртасидаги муросачиликни ифодалаш шакли

Ҳамдўстлик давлатларидаги тараққий топган жамият қуришга қаратилган кескин ўзгаришлар, бугунги кунда, ҳаётнинг барча соҳаларини эгаллаб олди. Бу мураккаб ва қарама-қаршиликларга бой жараёндир. У доимо негизи бизнинг давлатимизда ижтимоий, иқтисодий ва бошқа жамоатчилик муносабатлари тарихига чуқур кириб кетган оғриқли муаммоларга дуч келади. Аммо, бу муаммоларнинг ҳеч қайсиси, ядросини эркин тадбиркорлик ташкил қилувчи, муқобил иқтисодий асосини яратиш муаммоси каби долзарб эмас. Унинг атрофида, ҳозирда, ижтимоий ҳис-туйғулар жунбушга келмоқда, ҳар хил нуқтаи назарлар билан бирбирига қарши турувчи сиёсий кучлар бу масалада ўйин кўрсатмоқдалар.

Тадбиркорликка нисбатан минглаб ватандошларимизнинг маиший онг даражасидаги салбий муносабатларига бир неча ўн йиллар ҳукмронлик қилган ғоявий, сиёсий, маънавий қоидаларнинг бизнесни ярамас, уятли машғулот даражасига тушириб қўйиши бўлди. Тадбиркорликка бу каби муносабат, шунингдек, бизнеснинг қоронғи томонлари: олибсотарлик, истеъмолчиларни алдаш, очиқдан-очиқ ноҳақ битимларни амалга ошириш, зўравонлик (рекет) ва ҳакозолар оқибатидир.

Шунга қарамай, тадбиркорлик фаолиятининг ҳозирги Тараққиёт даврида тадбиркорликка нисбатан жамоат фикрининг ўзгараётганини кузатиш мумкин. Жамият энди олибсотарлик ва яширин тадбиркорликни маданий шаклга эга бўлиб бораётган бизнесдан фарқлаш қобилиятига эга. Биринчи хил тадбиркорликни рад этиш билан жамият маданий, ошкор тадбиркорликнинг ижобий хусусиятларини тўғри баҳоламоқда.

Ошкор тадбиркорлик истиқболли ҳодиса сифатида тавсифланар экан, унинг жамиятдаги ижтимоий аҳамиятини алоҳида таъкидлаб ўтиш зарур. Тадбиркорлик барча жамият тизимларида юксалиб борувчи қониқмаслик ҳиссининг ифодаланиши сифатида қаралади. У барча ижтимоий қатламлар орасида муросачиликни таъминлайди, чунки у ижтимоий маҳсулотни кўпайтириш ва уни турли ижтимоий қатламлар ўртасида тўғри тақсимлаш имконини беради. Шунингдек, тадбиркор-

лик қуйидаги ижобий натижаларга эришишга сабаб бўлади:

— ижтимоий маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтириш ва уни турли аҳоли қатламлари ўртасида ҳаққоний меъёрлар устунлигида тақсимлаш;

— ишсизлик даражасини камайтириш, меҳнатга қобилиятсизлар ёки бегараз сабабларга кўра унумсиз ишловчи аъзоларга маблағ ажратиб, уларнинг етарлича кун кечириш даражасини таъминлаш;

— паст даромадли шахслар сотиб олиш қобилиятининг турғунлигини таъминлаш;

— инсоннинг асосий ҳуқуқларининг, айниқса шахснинг эркин тараққий топиши ва уни иқтисодий тараққиёти учун тенг имконияти билан таъминланиш ҳуқуқларининг жорий қилинишини таъминлаш;

— иқтисодий ва ижтимоий тоифадаги гуруҳий манфаатларга риоя қилиш ва уларни тараққий топтириш, якка шахс ва жамият, иш берувчи ва ишловчилар, ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчилар манфаатларининг ўзаро мослашувини таъминлаш.

4.4. Тадбиркорликнинг ижтимоий-психологик аҳамияти

Тадбиркорлик хулқ-атворга, фаол йўл-йўриқлар, қоидалар ва бошқа хатти-ҳаракатни тартибга солиш қурилмалари билан узвий боғлиқдир. Унда эркин танланган ҳаётий позиция (ҳолат), шахс олдида мустақил ахлоқий танловнинг мавжудлигини назарда тутувчи эркин танлаб олинган ҳаётий позиция (вазият) гавдаланади.

Тадбиркорлик юқоридан белгиланувчи (директив) қатъий рухсат — таъқиқлар билан боғлиқ эмас. Бу ўз шахсини кўрсатишга ҳаракат қилиш билан боғлиқ ижодий фаолиятдир. У иш манфаати учун ўзини-ўзи тарбиялаш ва чеклашга, бурч ҳисси ва шахсий ахлоқий жавобгарликка асосланган бўлади.

Ушбу ихтисослик муҳитида мавжуд бўлган тадбиркорликнинг ахлоқ меъёрлари «номус», «обрў-эътибор», «имидж» (тадбиркорлик субъектининг образи, қиёфаси) тушунчалари билан боғлиқ.

Тадбиркор одамнинг яхши номи ўзига яраша капиталдир, у узоқ йиллар давомида қилинган машаққатли меҳнат туфайли тўпланади ва ўйлаб қилинмаган ҳаракат эвазига бир зумда йўқотилади. Бу эса ишчан

доираларга хос бўлган (соғлом) консерватизм (эскиликни ёқлаш) бўлиб, унинг асосий белгилари: эҳтиёткорлик, ақл билан иш тутиш ва пухта-аниқлик каби хусусиятларда кўринади.

Тадбиркорлик фаолияти ахлоқий бурч, танлаш ва унинг учун шахсий жавобгарлик каби тадбиркорнинг ҳаёт тарзи ва ҳаётнинг мазмунига айланган тушунчалар билан узвий боғланган.

Бурч — эркин танланган мажбуриятдир; у ташқи туртки ва ички худбинлик ҳиссиётларига интилишга қарши ўлароқ ахлоқий қонунларга бўйсиниш демакдир. Шунга кўра, тадбиркорнинг бурчи — фақат «вексель бўйича яъни ҳақдорлар олдида тўғрилик», ўзининг шартномавий мажбуриятларига содиқ қолиш бўлмасдан, балки инсоннинг ўз олдида эркин шахс сифатида ҳис қилиши ҳамдир.

Юқорида айтилган барча фикрлар иш фаолиятида бўлажак ахлоқий келишмовчиликларни бартараф этолмайди. Тадбиркорлик фаолиятининг ахлоқий тавсифга эга бўлган асосий зиддиятлари — юқори даромад олиш васвасасида нотўғри йўллар ва воситалар: ахлоқга оид ишлардан тортиб, токи жиноятгача бўлган йўлларни танлаши билан боғлиқдир. Бу ерда гап, масалан, максимал даромад олиш йўлида мижозлар ва барча жамият манфаатини ниманинг эвазига қурбон қилишлари мумкинлиги ҳақида кетяпти. Аммо, цивилизациялашган (маданийлашган) тадбиркорликда қоида эмас, балки камдан-кам учрайдиган ҳолдир. Тадбиркорликнинг узоқ муддатли капитали — бу унинг пуллари эмас, балки жамият олдида ўзига нисбатан қозонилган ишончдир. Шунинг учун, тадбиркорлар ахлоқий танлов шароити юзага келганда, аксарият ҳолларда жамиятга нисбатан ҳақ, ҳалол йўлларни афзал кўрадилар.

5. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ҲИМОЯ ҚИЛИНИШИ

5.1. Тижорат сири қонун-қоидалари, баҳоланиш меъзонлари ва маъноси

Бозор иқтисодиётида ахборот товар ҳисобланади. Уни олиш, сақлаш, бировга етказиш ва ишлатиш товар-пул муносабатлари қонунларига бўйсуниши ке-

рак. Ҳар бир мулк эгаси ўз манфаати ва тижорат сирини сақлаш ва ҳимоя қилиш ҳуқуқига эга.

Хўжалик юритувчи субъектларнинг тижорат сири бу — давлат сири бўлмаган маълумотлар бўлиб, у ишлаб чиқариш, технология, ахборот, бошқарув, молиявий, ташқи иқтисодий, илмий техникавий ва бошқа фаолиятлар билан боғлиқ ва рухсатсиз ошкор қилиниши ва ишлатилиши корхонанинг ёки тадбиркорларнинг манфаатига зарар келтириши мумкин бўлган маълумотлардир.

Тижорат сирига эга бўлиш ҳуқуқи тадбиркор ва (ёки) корхонанинг иқтисодий ҳаётига давлат аралашувининг чекланиши, бошқа бозор муносабатлари субъектлари билан бўладиган ўзаро алоқаларида улар манфаатининг давлат томонидан ҳимоя қилиниши демакдир.

Тижорат сирининг давлат ва ҳарбий сирлардан фарқи шундаки, у аниқ хўжалик юритувчи субъектнинг мулкидир. Унинг асосий вазифаси ишбилармон ёки корхона учун рақобат курашида иқтисодий устуворликни таъмин этишдир.

Тижорат сири бўлиб ҳисобланган маълумотларнинг таркиби ва ҳажми ҳамда уларни ҳимоя қилиш тартиби хўжалик юритувчи субъект раҳбари томонидан белгиланади.

Тадбиркорлар ёки корхонанинг тижорат сири ҳисобланган фаолият турлари ҳукумат томонидан аниқланади.

У ёки бу ахборотни тижорат сири даражасига кўтаришда иккита ҳолни ҳисобга олиш зарур:

Биринчидан — амалиётда, тижорат сирини сақлаш ниқоби остида, хўжалик юритувчи субъектлар турли суистеъмол қилиш, хўжасизлик оқибатларини ва бошқа қонунбузарликлар тўғрисидаги ҳужжатлар ва маълумотларни ошкор қилмасликлари ҳам мумкин. Бундай ҳолни бартараф этиш учун тадбиркорлик субъектлари ва уларни назорат қилувчи идоралар ўртасидаги муносабатларни мувофиқлаштириш бўйича умумдавлат даражасида махсус бошқарув — назорат тизимини бунёд этиш зарур.

Иккинчидан — бозор муносабатларига ўтилган сари корхоналар учун ахборотларни сир сақлаш иқтисодий нуқтаи-назардан мақсадга мувофиқ бўлмайди. У, кўпроқ, маълум нархдаги истеъмолчи талабига эга

бўлган бозорбоп товар сифатида намоён бўлади. Тасодиф эмаски, баъзи бир саноати тараққий топган давлатларда ялпи миллий даромаднинг ярмига яқини турли хил ахборотларни ишлаб чиқариш, тарқатиш ва қайта ишлаш билан боғлиқ. Хўжалик юритувчи субъектларнинг тижорат сири ҳисобланувчи ва сақланиши керак бўлган маълумотлари қуйидаги баҳолаш мезонларига тўғри келиши керак:

— улардан очиқдан-очиқ фойдаланиш корхонага зиён келтириш билан боғлиқ;

— улар қонун асосида ҳаммага маълум ёки ҳамма фойдаланиши мумкин бўлган маълумот бўлиб ҳисобланмайди;

— корхоналар иқтисодий ва бошқа самарани кўзда тутган ҳолда уларнинг конфиденциаллигини сақлаш чора-тадбирларини амалга ошириши мумкин;

— ушбу маълумотлар ҳимояланишга муҳтож, чунки улар давлат сири ҳисобланмайдилар, муаллифлик ёки патент ҳуқуқи билан ҳимояланмаганлар;

— ушбу маълумотларнинг ошкор қилиниши давлатга зарар етказмайди. Кичик бизнесда тижорат ахборотига қуйидагилар киради: фирмаларнинг савдо-сотиқ муносабатлари; маблағлар ўлчами ва айланиши; сотиш бозорининг аҳволи; маҳсулот берувчи ва олувчилар орасидаги банк операциялари; патентлар мазмуни; капитал таркиби; инвестиция режалари ва шартномалари; товар нархлари ва кутилган даромад ўлчами; ишлаб чиқариш ҳажми.

Тижорат ахборотининг умумий ҳажми иккита блокка ажратилади. Улардан бири илмий-техникавий ва технологияга оид ахборотларни, яъни, машина ва дастгоҳлар конструкцияси, ишлатиладиган материаллар; ишлаб чиқариш усул ва услублари; дизайн; ЭҲМни дастурий таъминлаш ҳақидаги маълумотларни ўз ичига олади.

Тижорат ахборотларининг иккинчиси ўз ичига қуйидагиларни олади: корхонанинг молияси (молиявий ҳисобот, мижозлар билан бўладиган ҳисоб-китобининг аҳволи, қарздорлик, кредитлар, тўлов қобилияти, даромад, маҳсулот таннархи ва бошқалар); ишлаб чиқаришни ривожлантиришнинг стратегик ва тактик режалари, шу жумладан, янги технология, ихтиро ва ноухау ишлатиш билан боғлиқ режалар; маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажми режаси (маркетинг режаси, савдо

операцияларининг тавсифи ва ҳажми, нарх-наво даражаси, омбор захиралари); ўз маҳсулотининг рақобатбардошлигини (таҳлил қилиш), экспорт ва импорт самарасини, бозорга маҳсулот чиқаришининг тахминий муддати; реклама фаолияти режаси; савдо ва бошқа мижозлар, даллоллар, рақобатчилар рўйхатлари, улар билан бўладиган муносабатлар ҳақидаги маълумотлар, уларнинг молиявий аҳволи, шартнома шартлари; бошқарувни ташкил қилиш усули; корхона ходимлари ҳурмат-эътибори тавсифини баҳолаш, меҳнатини ташкил қилиш тизими ва бошқалар.

Ҳар бир ҳолатда у ёки бу ахборотни тижорат сири қаторига киритишнинг қанчалик мақсадга мувофиқлигини баҳолаш учун корхонанинг малакали мутахассисларидан махсус ҳайъат тузиш талаб этилади. Баъзи бир ҳолларда, бошқа ташкилотлардан шартнома асосида экспертларни таклиф этишга тўғри келиши мумкин. Бунда ҳайъатнинг ҳар бир таклифи бўйича аниқ таҳлил ўтказилади ва техник-иқтисодий жиҳатдан асосланади.

Тижорат сирини ўз ичига олган барча ҳужжатлар бўйича ахборотларнинг сирлилик даражасига қараб тақсимловчи белгилар тизими ишлаб чиқилади. Масалан, тарқалиши корхонани банкротликка олиб келувчи алоҳида муҳим маълумотлардан то очиқ маълумотгача бўлган ахборотларни (қуйидагича) ранжировка қилиш занжирли (тақсимлаш) тизими йўлга қўйилиши мумкин (алоҳида муҳим (АМ) ёки алоҳида конфиденциал (АК), жиддий конфиденциал (ЖК), ошкор қилиш мумкин эмас (О), очиқ ахборот (ОА) ва бошқалар.

Шундан сўнг, ишловчиларга бу каби ҳужжатлар билан ишлаш қоидаларини ишлаб чиқиш йўлга қўйилади.

5.2. Тижорат сирини муҳофаза қилиш ва рақобатчилар тўғрисидаги маълумотни қонуний равишда олиш усуллари

Ҳар қандай корхонада тижорат сирини ҳимоя қилиш тизимини яратишда қуйидаги ишларни тўғри ташкил этиш керак бўлади:

— материаллар тайёр маҳсулотлар ва, айниқса, тажриба нусхаларининг баъзи бир турларини ҳисобга олиш ва ҳимоялаш;

— тижорат сирига эга бўлган ҳужжатларни юритиш (ҳисобга олиш, сақлаш, ишлатиш ва йўқ қилиш қоидалари);

— нусха кўчирувчи ва ҳужжатларни кўпайтирувчи воситаларни назорат қилиш;

— алоқа воситалари ва ҳисоблаш машиналаридаги тижорат сирини ҳимоя қилиш;

— конфиденциал ахборотларни узатишда алоқанинг очиқ каналларидан фойдаланиш тартиби;

— асосий иморат ва иншоотларни, корхонанинг ҳудудини, айниқса уни ҳимоя қилиш;

— бегона шахсларнинг ушбу корхонага келиб кетишини назорат қилиш.

Саноат жосуслигининг тараққиёти билан бир вақтда ишбилармонларнинг тижорат сирини ҳимоя қилишнинг воситалари ҳам тўхтовсиз такомиллашмоқда. Масалан, саноати тараққий топган давлатларда хизмат хоналарига киришни ҳимоя қилишнинг махсус техник воситаларини ишлаб чиқариш кўпаймоқда. Шу билан бирга, илғор янгиликлар, жумладан кодлаштирилган карточкалар тизими, биометрик тизим ишлатилмоқда. Улардан биометрик тизим овоз, имзо, бармоқ излари, кўзнинг қон томир йўллари ва бошқаларга қараб таъсирланади.

Конфиденциал ахборотларни ҳимоя қилиш учун фирма ноқонуний хатти-ҳаракатларнинг олдини олиш механизмини яратиши, яъни, сигнал бериш (сигнализация) тизими, сирли ҳужжатларни сақлаш жойларини блокировка қилиш (алоҳида қилиб ажратиш) воситалари (махсус хона, металл сейф) билан таъминлаш, компьютерларни пароль ва шифрлар билан ҳимоя қилиш керак (пароль ахборотга яқинлашишни чеклайди, шифр эса — нусха кўчирганда ҳам, ундан фойдаланиш имконидан маҳрум қилади).

Конфиденциал ахборотни давлат органлари орқали оқиб чиқишини бартараф этиш учун тадбиркор қуйидагиларни билиши лозим:

- фирмаларнинг тижорат сири тушунчаси давлат идоралари (солиқ, молия, ўт ўчирувчилар, санитария инспекцияси, милиция, сантехник хизмати ва бошқалар) ҳуқуқлари билан қандай муносабатда бўлиши;
- адвокат, эксперт ва маслаҳатчилар қачон ва қандай таклиф қилиниши ва уларнинг қандай шаклларда

конфиденциал ахборот беришда иштирок этиш имкониятлари борлиги;

- хизмат лавозимидаги шахслар, ҳуқуқни ҳимоя қилувчи идоралар ва давлат хизматчиларининг устидан, уларнинг ҳуқуқга қарши бўлган ҳаракатлари ва бунинг эвазига фирмага келтирилган зарарни қоплашнинг тартиб-қоидалари ва бошқалар.

Шуни таъкидлаш керак-ки, корхонанинг тижорат сирини билиш рақобатчи ва бошқа қизиқувчи шахс томонидан ҳамма вақт ҳам фақат ҳуқуқга қарши усуллар билан амалга оширилавермайди. Дунёда зарурий ва конфиденциал ахборотларни очиқ ҳуқуқий усуллар билан олишнинг яхши йўлга қўйилган механизми ҳам мавжуд. Бу очиқ нашрга ва эфирга тушиб турган ахборотни таҳлил қилишдир. Улар ичида кенг тарқалган ва содда усулларга қуйидагилар киради:

— тадбиркорнинг очиқ матбуотдаги мақолалари, корхона хизматчиларининг турли хил конференцияларда, семинарлардаги нутқлари, ҳар хил ярмарка ва кўргазмалардаги экспонатлари, товар ва фонд биржаларидаги савдолари натижалари ҳақидаги маълумотлар, бўш иш ўринлари тўғрисидаги эълонлар ва бўш лавозимларга конкурслар эълон қилиш тўғрисидаги маълумотлари ва бошқалар.

Ривожланган мамлакатларда бу усулларга катта эътибор қаратилади. Корхона раҳбарлари ишлаб чиқариш малакасига тегишли ахборотларни тўплаш ва уни таҳлил этиш учун махсус хизмат идораларини ёки махсус одамларни жалб этадилар ёки шундай хизматлар ташкил қиладилар. Бу хизмат фаолияти учун катта маблағлар сарфланади, аммо улар ўзларининг корхона учун қимматбаҳо бўлган ихтироларига қилинадиган сарф-харажатларни камайтириш эвазига тезда ўзини-ўзи оқлайди. Мисол учун, Япония давлати шу каби усуллар билан ахборот тўплаб 20 йил давомида энг юқори сифатга эга бўлган ишлаб чиқаришини бунёд этдилар.

Хорижда, масалан, АҚШда баъзи бир давлат идоралари ўз мижозларига, баъзи бир, уларни қизиқтирган, корхона ва ташкилотлар тўғрисида турли тижорат ахборотларини етказиш бўйича воситачилик хизмат кўрсатади. Корхона учун тижорат сири ҳисобланган маълумотлар қизиқувчи шахсларга, корхоналарга шартнома (лицензия) асосида, шу жумладан, ташқи иқтисодий битимлар тузилганда тақдим қилинади.

5.3. Ихтиро ва рационализаторлик таклифлари муаллифлик ҳуқуқини ҳимоялаш

Давлатимизнинг қонун ҳужжатларига биноан ҳуқуқий ҳимоя ихтироларга, агар у янги ихтирочилик даражасига эга ва саноатда ишлатилиши мумкин бўлса берилади. Ихтиро, янги деб, агар у ариза берилган кунгача, унинг ва шунга ўхшаш қарорнинг моҳияти мамлакат ёки хорижда очилмаган бўлса тан олинади.

Янгилик дунё миқёсида янги ва абсолют бўлиши керак, яъни ихтиролар ҳозирда маълум бўлган техникавий даражанинг бир қисми бўлмаслиги керак. Бу барча турдаги очиқ ва яширин маълумотлар асосида солиштириш йўли билан аниқланади. Ихтиронинг ихтиролик даражаси унинг мавҳум эмаслиги билан белгиланади. Мутахассис учун у, мантиқан, амалдаги техника ва билим даражасидан келиб чиқмайди, балки, мавжуд маълумотларнинг энг юқори даражасига нисбатан янги ва ижобий самара берадиган бўлиши керак.

Саноатда, қишлоқ хўжалигида, соғлиқни сақлаш ва бошқа соҳалар ҳамда фаолият турларида тайёрланиши ва ишлатилиши мумкин бўлган ихтиролар ишлаб чиқаришда қўлланиши мумкин, деб тан олинади.

Саноатда «қўллаш» деб тан олинадиган ечим агар у бирор соҳа тармоғига тегишли бўлиб, берилган ечимга асосан у бутунлай бошқа мақсадларда ушбу ёки бошқа соҳа тармоқларида, бутунлай бошқа ижобий самарага эришиш орқали амалга ошган бўлса, у ихтиро деб тан олинади.

Ихтиро объекти қуйидагилардан иборат:

- «қурилма»;
- «усул»;
- «модда»;
- «микроорганизм штамми»;
- ўсимлик ва ҳайвонларнинг янги ҳужайралари;
- аввалдан маълум қурилма, усул, модда ёки штаммни бутунлай бошқа мақсадларда қўллаш (ишлатиш).

Қуйидагилар ихтиро деб тан олинмайди:

- илмий назариялар;
- хўжаликни ташкил қилиш усуллари ва уни бошқариш;
- шартли белгилар, жадваллар, қоидалар;
- ақлий операцияларни бажариш усуллари;

- алгоритмлар, информацион дастурлар (ЭҲМлар учун);
- иморат, иншоот ва ҳудудлар лойиҳалари ва планировка схемалари;
- эстетик талабларни қондиришга қаратилган ва маҳсулотларнинг фақат ташқи кўринишига тегишли таклифлар;
- жамият манфаатлари, инсонпарварлик ва ахлоқ принципларига оид ечимлар.

Ошкор қилиниши мамлакат хавфсизлигига зарар етказувчи маълумотларни ўз ичига олган ихтиролар Республика Вазирлар Маҳкамаси томонидан ўрнатилган тартибда махфийлаштирилиши зарур.

Ихтиронинг муаллифи деб ўзининг ижодий меҳнати эвазига уни яратган фуқаро тан олинади. Агар ихтиро бир неча фуқароларнинг биргаликдаги меҳнати эвазига яратилган бўлса, унда улар барчаси ҳам муаллифлар деб ҳисобланадилар. Шерикчилик билан яратилган ихтирога берилган ҳуқуқдан фойдаланиш тартиби ҳам муаллифларнинг келишуви билан аниқланади.

Ихтиро муаллифи муаллифлик ҳуқуқига эга ва бу ҳуқуқ унинг бутунлай шахсий ҳуқуқи ҳисобланади. Ихтирога муаллифлик муҳлатсиз ҳимоя қилинади ва патент билан тасдиқланади. Ихтирога берилган патент Давлат патент идорасига ариза тушган кундан бошлаб 20 йил давомида яроқли ҳисобланади. Патент ва ихтирони ишлатишга бўлган ҳуқуқ шартнома билан бошқа фуқарога ёки юридик шахсга берилиши мумкин. Шартнома патент идорасида рўйхатга олинади. Барча шакл-даги мулкга асосланган корхоналар исталган юқори идора ёки шахснинг махсус рухсатисиз ўзининг фаолият доирасида яратилган ихтиро ва рационализаторлик таклифларидан, уни қаерда ва ким томонидан яратилганлигидан қатъи назар фойдаланиши мумкин.

Маҳсулот яратиш ёки ўзгартириш билан боғлиқ бўлган ва ишлаб чиқариш технологияси ёки материал таркиби ўзгартирилишини кўзда тутувчи ҳамда корхона (тармоқ) учун янги ва фойдали бўлган техникавий ечимлар ҳамда корхона (тармоқ) учун янги, ҳамда меҳнат, хом ашё, ёнилғи-энергетик ва бошқа моддий ёки молиявий ресурсларнинг иқтисод қилинишини таъминловчи ташкилий қарорлар рационализаторлик таклифи деб тан олинади.

Рационализаторлик таклифлари деб қуйидагилар қабул қилинмайди:

- шартли белгилар, қоидалар, меъёрий-техник материаллар;
- берилган мустаҳкамлик ва устуворликни пасайтирувчи ва бошқа маҳсулот сифатига салбий таъсир қилувчи ва меҳнат шароитини ёмонлаштирувчи техникавий ечимлар;
- маҳсулотнинг фақат ташқи кўринишига тегишли ечимлар;
- инженер-техник ходимлар, илмий-тадқиқот, лойиҳалаштириш, конструкторлик, технологик ташкилотларининг илмий хизматчилари ва корхоналарнинг шунга ўхшаш бўлинмалари ўзларининг хизмат вазифаларини бажариш жараёнида ёки шартномавий ишлар бажарилишида бунёд этилган ечимлар.

Рационализаторлик таклифлари муаллифлик шаҳодатномаси билан тасдиқланади. Таклифнинг рационализаторлик эканини тасдиқлаш учун муаллиф корхона номига ўзининг у ерда ишлаш ва ишламаслигидан қатъи назар ёзма ариза топширади. Аризага таклифни ёритиб берувчи тушунтириш хати, зарурат туғилганда эса чизмалар, схемалар ёки эскизлар илова қилинади. Топширилган ҳужжатларда берилган маълумотлар таклифнинг амалиётга жорий қилиниши учун етарли бўлиши керак.

Рационализаторлик таклифи муаллифлари амалдаги қонунчиликка асосан мукофот олиш ҳуқуқига эга. Бу мукофот таклиф тақдим қилинган корхона томонидан берилади.

5.4. Саноат нусхаси ва товар белгиси

Саноат нусхаси — бу маҳсулотнинг ташқи кўринишига тааллуқли бўлган бадиий ва бадиий-конструкторлик ечимидир. Саноат нусхалари ҳажмли (буюртма шаклда; яъни модел), текис юза (расм) ва аралаш (комбинациялашган) кўринишда бўлиши мумкин.

Агар саноат нусхаси янги, оригинал ва қўллашга яроқли бўлса, унга нисбатан ҳуқуқий ҳимоялаш жорий қилинади. Бу сифатлар қуйидаги ҳолларда тан олинади:

- аҳамиятли белгилар мажмуаси мазкур мамлакат ва

чет элларда қарор приоритет санаси (яъни ариза қабул қилинган сана)гача бўлган муддатда маълум бўлмаса;

- аҳамиятли белгилар ва (ёки) уларнинг комбинацияси ўзига хослиги билан ажралиб турса;
- хўжалик фаолиятига жорий қилинганда уни саноат усулида ва тегишли маҳсулотда такрор ишлаб чиқариш мумкин бўлса.

Саноат нусхаси муаллифи муаллифлик ҳуқуқига эга бўлади ва бу ҳуқуқ тартиб олиб бўлмайдиган шахсий ҳуқуқ ҳисобланади ва давлат томонидан муддатсиз ҳимоя қилинади ва патент билан тасдиқланади. Патент 10 йилга берилади ва яна 5 йилга узайтирилиш ҳуқуқи кафолатланади. Муддат даъвогар аризасининг Патент бошқармасига келиб тушган кунидан (приоритет санасидан) бошлаб ҳисобланади.

Саноат нусхасига Патент: саноат нусхаси муаллифига; унинг қонуний ворисига; ёки, тегишли шартнома ва аризада бу нарса қайд этилган бўлса, у ҳолда юридик шахс (корхона)га берилиши мумкин. Дастлабки аризада бу кўрсатилмаган бўлса, у ҳолда саноат нусхаси Давлат Реестрига киритилгунгача бўлган муддатда қўшимча ариза билан амалга оширилиши мумкин.

Саноат нусхасини қўллаш бўйича мутлақ ҳуқуқ унинг муаллифига берилади. Бу ҳуқуқга биноан муаллиф уни ўзи хоҳлаган кўринишда ишлатиши мумкин. Аммо, бунда бошқа патент эгаларининг ҳуқуқи поймол бўлмаслиги керак. Муаллиф, шунингдек, саноат нусхасини ишлатишни тақиқлашга ҳам ҳақли.

Лицензия шартномасига кўра патент эгаси (лицензиат) саноат нусхасини ишлатиш ҳуқуқини бошқа шахсга (лицензиарга) бериши мумкин. Бунда лицензиар лицензиатта шартномага асосан ҳақ тўлаши ёки бошқа шаклда у билан ҳисоблашиши керак бўлади.

Саноат нусхасини ишлатиш учун тўланадиган мукофот, патентнинг амал қилиш муддати давомида муаллиф ёки унинг ворисига патент қўлланаётган корхона томонидан тегишли шартнома асосида тўланади.

Патентлаш билан боғлиқ тўловлар миқдори Республика Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади.

Товар белгиси (хизмат кўрсатиш белгиси) — бу шундай белгиларки, улар бир хилдаги товар ва хиз-

матлар ишлаб чиқарувчи юридик ва жисмоний шахслар маҳсулотларини ўзаро ажратиш учун хизмат қилади.

Товар белгиси сифатида сўз, тасвир, ҳажмий шакл ва бошқа белгилар ёки уларнинг комбинациялари рўйхатга олиниши мумкин. Товар белгиси исталган ранг ёки ранглар уйғунлиги билан ифодаланиши ва ҳимояланиши мумкин.

Товар белгиси қуйидаги вазифаларни бажаради:

— товар ва ишлаб чиқарувчини индивидуаллаштириш;

— бошқа ишлаб чиқарувчиларга ўхшаш товар белгисини қўллашни тақиқловчи реклама ва ҳуқуқий ҳимоя вазифалари.

Қуйидаги, фақат белгилашларни ўз ичига олувчи товар белгиларини рўйхатга олишга йўл қўйилмайди:

— фарқловчи белгилари бўлмаган (яъни бошқа белгилардан бутунлай фарқ қилувчи алоҳида белгилари бўлмаган) товар белгилари;

— давлат герби, байроғи ва нишонлари, давлатнинг расмий номлари, халқаро, ҳукуматлараро ташкилотларнинг байроқлари, нишон (эмблема)лари, уларнинг қисқартирилган ёки тўла номлари, расмий назорат, кафолат, намуна тамғалари ва бошқа фарқ белгилари;

— маълум турдаги товарларнинг ҳаммага маълум ва урфга айланган белгилари қаторига кирадиган белгилар;

— товарларнинг тури, сифати, миқдори, хусусиятлари, мўлжалланиши, қиймати, аҳамияти, ҳамда уларни ишлаб чиқариш ёки сотиш хусусиятларини кўрсатувчи ва урф-одатга айланган рамзий белги ва атамалар.

Юқорида кўрсатилган белгилар ҳимоя қилинмоқчи бўлган товар белгисининг ҳимоя қилинаётган элементлари ҳисобланмаса, тегишли муассаса ёки уларнинг эгалари розилиги билан товар белгилари таркибига қўшилиши мумкин.

Товар белгиларини ёки уларни белгилаш элементларини рўйхатдан ўтказиш қуйидаги ҳолларда маън этилади:

- товар ёки ишлаб чиқарувчи тўғрисида ёлғон ёки истеъмолчини чалғитувчи белгилар;
- маъносига кўра жамият манфаатига, инсонпарвар-

лик ва ахлоқ қоидаларига қарама-қарши турувчи белгилар;

- республикада машҳур бўлган фан, адабиёт ва санъат асарлари ёки уларнинг қисмларини ўзида мужассамловчи белгилар муаллиф ёки унинг вакилининг расмий розилиги олинмаган бўлса.

Товар белгисини рўйхатдан ўтказиш хорижий давлатларда халқаро даражада ҳам амалга оширилиши мумкин. Аризалар республика қатнашадиган халқаро шартномалар асосида олиб борилади. Товар белгиси жамоа белгиси сифатида ҳам рўйхатдан ўтказилиши мумкин.

Жамоа белгиси иттифоқ, концерн ёки бошқа хўжалик бирлашмасининг ишлаб чиқарилаётган ёки сотилаётган бир хил сифат ва тавсифга эга бўлган товарларини белгилаш учун қўлланади. Ушбу белги ва ундаги фойдаланиш ҳуқуқи бегона шахсларга берилиши мумкин эмас.

Товар ва жамоа белгилари реестрига ва эгалик гувоҳномаларига умумий маълумотларга қўшимча равишда улардан фойдаланиш ҳуқуқи бўлган юридик, жисмоний шахслар ҳақидаги маълумотлар ҳам киритилади. Ушбу маълумотлар, ҳамда жамоа белгиси жорий қилинадиган товарларнинг умумий тавсифлари тўғрисидаги қисқача маълумотлар Республика Патент идораси томонидан махсус расмий бюллетенда босиб чиқарилади.

5.5. Ноу-хау

Бозор муносабатлари тараққий топган сари нафақат патент ҳимоясига эга бўлган, балки улар ичида фавқулодда ҳуқуқга эга бўлган патент. Ноу-хау билан ҳимоя қилинган янгиликлар катта аҳамият касб этиб бормоқда. Ноу-хау (инглизча know-how — «қандайлигини биламан») — бу алоҳида билим, тажриба, техник, технологик тижорат, бошқарув, молиявий ва бошқа тавсифдаги малака бўлиб у тижорат қийматига эга ва ишлаб чиқаришда, мутахассислик амалиётида ишлатилиши мумкин, аммо патент ҳимояси билан таъминланмаган, уларни бировга бериш учун махсус лицензия шартномаси ва бошқа турдаги битимлар тузилганда алоҳида кўрсатиб ўтилади.

Бу технологик жараёнларнинг тартиби, услублари

ва ўлчамлари, микроэлементлар, ўғитлар, реактивлар конструкция қурилмалари хусусиятлари ҳақидаги маълумотлар унсурлари (элементлари) бўлиб, уларни яхши билиб олмасдан туриб, янги навларни, ҳайвонлар наслларини, техник воситаларни, технологияларни уларнинг нухсалари, патент ва босиб чиқарилган маълумотларга қараб ишлаб чиқиш мумкин эмас.

Ноу-хаунинг белгиларидан бири унинг конфиденциаллигидир, яъни ушбу билимларни тўла ҳажмда фақат унинг эгаси билади, холос.

Ушбу ахборотнинг баъзи бир элементлари ҳар хил манбаларда бўлиши мумкин. Барча маълумотларни йиғиш, умумлаштириш, қўллаш машаққатли ва узоқ вақт ҳамда маблағ талаб қиладики, уни бевосита эгасидан олиш сезиларли иқтисодий ёки бошқа самара беради.

Шунинг учун ноу-хауни сотиб олувчи ўзининг рақобатчилари олдида маълум устунликга эга бўлади ва бунинг учун у ноу-хау эгасига битимда кўзда тутилган мукофотни тўлайди.

Тижорат амалиётида ноу-хау худди ихтирога бериладиган патент, саноат нусхалари, товар белгиларига берилган шаҳодатнома, рационализаторлик таклифига бериладиган муаллифлик ҳуқуқи каби корхонанинг ёки хусусий шахснинг мулки ҳисобланади. Уни бошқа шахсларга бериш лицензия шартномаси асосида патентдан алоҳида қаров ва монтажни талаб қиладиган буюмлардан фойдаланиш ҳуқуқи билан биргаликда бериш йўли билан амалга оширилади.

Лицензия шартномасида бир неча патентларнинг улар билан боғлиқ бўлган ноу-хау билан биргаликда (комплекс ҳолида) бериш кўзда тутилиши, лицензияланган маҳсулотни эркин экспорт қилиш, уни қисман ва тўла тақиқлаш тўғрисида келишилиши мумкин.

Ноу-хауни рухсат олмасдан ишлатилишдаги жавобгарлик уни олган шахснинг нопоклиги исбот этилган шароитда ёки лицензиатлар томонидан махфийлик шартини билмасдан бузган ҳолларда юзага келади.

5.6. Маҳсулотни сертификация қилиш

Сертификация — бу мос келиш сертификати ёки тамғаси ёрдамида маҳсулот, иш ёки хизмати маълум меъёрларга ёки техник шартга мос келишини аниқлаш мақсадида қилинадиган ҳаракатдир.

Сифат сертификати бозор иқтисодига асосланган илғор давлатларда етказиб бериладиган маҳсулотнинг сифатини тасдиқловчи ва унга илова қилинадиган ҳужжатдир. «У «Харидор-сотувчи» соҳасида ўрнатилган муносабатларнинг зарур тўлдирувчиси вазифасини бажаради ва дунё бозорида маҳсулотнинг рақобатбардошлигини оширишда белгиловчи омил бўлиб хизмат қилади.

Сертификацияга ўтиш — маҳсулот берувчи ва истеъмол қилувчи шахслар ўртасидаги муносабатларни такомиллашувига гувоҳлик беради, маҳсулотнинг истеъмолга тўла тайёрлигига кафолат берилишини таъминлайди. Сертификатлашни ўтказиш маҳсулотни истеъмолчи томонидан қайта текшириб кўрилишини бартараф этади, бу эса истеъмолчига маълум иқтисодий самара беради. Ишлаб чиқарувчининг маҳсулотни сертификация қилиши унинг мамлакати ва ташқи бозорда истеъмолчи талабларини юқори сифат даражасида қондириш йўлига ўтишини билдиради.

Сертификация маҳсулот, иш ва хизматларнинг қуйидаги ҳужжатларга асосан белгиланган талабларга мувофиқ бўлишига қараб ўтказилиши мумкин:

- давлат стандартларига асосан;
- халқаро ва хорижий стандартларга биноан;
- истеъмолчи танланган бошқа меъёрий-техник ҳужжатлар бўйича.

Сертификатнинг шакли, ишлатилиши ва бериш тартиби давлат ёки халқаро сертификациялаш тизими қоида ва талаблари асосида аниқланади. Сертификатнинг амал қилиш муддати ишлаб чиқаришни аттестация қилинган муддатига қараб сертификатлаш бўйича миллий ташкилот орқали ўрнатилади, лекин у уч йилдан ортмаслиги керак. Маҳсулот конструкциясига ёки технологияга киритилган ўзгартиришлар, маҳсулот сифатига салбий таъсир кўрсатадиган бўлса, унда, ишлаб чиқарувчи корхона сертификациялаш бўйича давлат идорасини бу ҳақида огоҳлантириши керак. У эса янги текширувлар ўтказиш зарурати ёки ушбу маҳсулотни ишлаб чиқариш ҳолатини текшириш бўйича қарор қабул қилади. Сертификатланган маҳсулот ишлаб чиқарувчига уни ўзига мос келадиган тамға билан белгилаш ҳуқуқини беради. Агар сертификатлаш халқаро тизим доирасида амалга оширилган бўлса, унда

ушбу тизим учун мос келадиган белги ишлатилади. Сертификация қилиниши мажбурий бўлган маҳсулот сертификатсиз сотилган бўлса давлат стандартлаш қўмитаси унинг сотилишини маън этишга, ҳамда, сотилган маҳсулот қиймати ўлчамида жарима солиш ҳуқуқига эга.

5.7. Саноат мулкини ҳимоялаш ҳужжатларини бериш учун тўлов ва бадаллар

Ихтиро ёки саноат нусхасига патент олиш учун аризани расмийлаштириш билан боғлиқ юридик маънодаги ҳаракатлар, ҳамда товар белгиси учун гувоҳнома, экспертиза ўтказиш, патент олиш ва уни сақлаш учун асосий патент тўлови олинадиган ишлар рўйхати, тўловлар ўлчами, тўлаш муддати Республика Вазирлар Маҳкамаси томонидан ўрнатилади. Тўловлар ва бадаллар мамлакатнинг патент маҳкамасига тўланади.

Бадаллар илмий-техника маҳсулотини экспорт қилиш учун лицензион шартномани рўйхатдан ўтказиш, товар белгисини, патентни бошқаларга бериш тўғрисидаги шартномага, патент учун ишонч билдирилган номзодларни аттестация қилиш ва уларга гувоҳнома бериш, патентни ишониб топширилган шахс тўғрисидаги маълумотларга ўзгартиришлар, қўшимчалар киритиш учун олинади.

Аризачи ёки учинчи шахс томонидан тўланган бадал тўловлари қайтарилмайди, аммо, тўлов тўғри амалга оширилган-у, лекин ариза берилган ечим янги эмас деб топилса, ёки, тўлов ҳаракатлари мутлақо нотўғри бўлган ҳоллар бундан мустаснодир. Бу ҳолларда аризачига (учинчи шахсга) тўловни қайтариб беришларини талаб қилиш ёки бошқа тўловлар ўрнига ҳисоблаш ҳуқуқи берилади. Бу тўғридаги илтимоснома Давлат Патент идорасига аризачи тўловни қайтарилмаслиги ёки шартнинг бажарилмаслиги тўғрисидаги маълумот олгандан сўнг белгиланган муддатда амалга оширилади. Патент тўловлари ва йиғимларни тўлаш тартиби давлат патент идораси томонидан ўрнатилади.

6. ТАВАККАЛЧИЛИК ТАДБИРКОРЛИКНИНГ МУҚАРРАР ЙЎНАЛИШИДИР

6.1. Тадбиркорлик муҳити ва хўжалик таваккалчилиги

Кичик бизнесда ҳар қандай хўжалик субъекти учун бозор муносабатларига ўтиш ноаниқлик ва таваккалчиликнинг ошиб бориши билан боғлиқ. Корхона ва алоҳида тадбиркорлар ички ва ташқи бозорларда мустақил шартнома тузиш ҳуқуқини қўлга киритганларидан кейин, биринчи марта, муттасил ўзгариб турадиган бозор конъюнктураси шароитида хўжалик фаолиятининг муқобил йўналишларини танлаш муаммосига дуч келдилар.

Тадбиркорлик муҳитининг корхонанинг бозор иқтисоди шароитида ички ва ташқи омиллари ишчанлик фаоллиги ва молиявий барқарорлигини таъминловчилиги жуда ўзгарувчандир. Шунинг учун уларни доимий равишда кузатиш ва назорат қилиш керак бўлади. Бу эса хўжалик таваккалчилигини бошқариш имконини беради ва ишбилармонлик фаолиятининг самарадорлигини оширади.

Тадбиркорлик муҳитига сиёсий вазият, иқтисодий аҳвол, қонунчилик асоси, халқнинг ижтимоий-маданий савияси тармоқларнинг илмий техника тараққиёти даражаси, табиий-иқтисодий шароит ва бозорнинг ўзига мос таркиби, яъни конъюнктураси таъсир кўрсатади. Агар кўрсатилган ишбилармонлик муҳитининг ҳар бир элементини таҳлил қилсак, у ҳолда уларнинг ҳозирги кичик базис даражасини қониқарли деб ҳисоблаш мумкин ва у республикада кичик бизнеснинг тараққиётини таъминлай олади. Аммо, мулкни ҳимоя қилувчи ва шартномаларга амал қилишни кафолатловчи, қонунчилик тизимининг йўқлиги, товарлар ҳаракатининг қатъий тартибга солиниши, экспорт учун махсус рухсатнома лицензия бериш тизимининг мураккаблиги, экспорт учун бож тўловларининг мавжудлиги, хуллас амалда мол-мулкга Давлатнинг яккаҳокимлиги кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектларнинг таваккалчилигини сезиларли даражада оширади.

Таваккалчилик — юзага келиши мумкин бўлган хавф-хатарга қарамай амалга ошириладиган фаолият-

дир. Шунинг учун, таваккалчилик деганда бевосита у билан боғлиқ бўлган хавф-хатар ҳам тушунилади.

Таваккалчилик тушунчаси мураккаб ва кўп қирралидир ва уни бир сўз билан ифодалаш қийин. Умумий ҳолда хўжалик таваккалчилиги бу инсон фаолиятидаги ноаниқлик ва зиддият ҳолати ўлчовидир, у хавф-хатар, омадсизлик, йўлдан чалғиш ва зарар кўриш билан тавсифланади. Бу соф таваккалчилик категорияси бўлиб, унда зарар кўриш ва уни камайтириш эҳтимоли мавжуд бўлади. Хусусий ҳолда ишчанлик операцияларидаги хўжалик таваккалчилиги объектив-субъектив иқтисодий категориядир. У оқибатда зарар бўлиб чиқиши ёки қўшимча самара бериши мумкин (шартли таваккалчилик). Тадбиркор учун хос бўлган хусусият, бу шартли таваккалчиликга бориш, яъни фойда кўришни кўзлашдир. Шу муаммо бўйича шуғулланган кўпчилик тадқиқотчилар, Д. П. Альгинанинг фикрига қўшиладилар. Унга кўра таваккалчилик гўёки танлаш мажбурий бўлган шароитда ноаниқликни бартараф этиш билан боғлиқ фаолиятдир. Бунда, мақсадга эришиш, мақсаддан оғиш, ёки омадсизлик эҳтимолини миқдори ва сифат бўйича баҳолаш имкони бўлади. Тадбиркорликда таваккалчилик унинг таъсир доираси, тадбиркорлик лойиҳаларини амалга ошириш усули ва ишчан одамларнинг таваккалчиликга бўлган муносабати билан турланади. Сиёсий таваккалчилик давлатнинг тадбиркорлик соҳасида олиб бораётган сиёсати билан боғлиқ. Масалан, давлат ҳокимияти қонунчилик йўли билан солиқ ёки хорижий валюта тушумларини бошқариши ва бу орқали кичик бизнес тараққиётини тезлаштириш ёки секинлаштириши мумкин.

Таваккалчилик фаолиятининг амалдаги соҳаси, унинг тавсиф белгиларини бошқариш шаклига хўжалик таваккалчилигининг қуйидаги турларини келтириш мумкин:

- ишлаб чиқариш (об-ҳаво, техник, технологик, тақсимлаш, ташкилий, кутилмагандаги ўлим хавфи, бошқарув ва бошқалар);
- даллолчилик (даромадни тўғридан-тўғри йўқотиш хавфи, билвосита пулни ва мулкий зарар кўриш хавфи, фуқаролик жавобгарлигининг пайдо бўлиш хавфи ва бошқалар);
- тижорат (маҳсулот етказиб бераолмаслик хавфи, сота олмаслик хавфи, йўқотиш хавфи ва бошқалар);

- молиявий (кредит, мулкий, суғурта, валютавий, банк, трансакцион, тузилмавий, расмий, депозит, нархга боғлиқ бўлган ноликвид, иқтисодий, таваккалчилик устамаси ва бошқалар);
- инновацион (ижтимоий, илмий-техника тараққиёти натижаларини жорий қилиш билан боғлиқ бўлган таваккалчилик).

Барча тур ва тур ичидаги гуруҳларга кирувчи хўжалик таваккалчиликларини ноаниқлик шароитида қарор қабул қилишнинг даражасига, таваккалчилик ҳолатининг даврига, унинг келиб чиқиш манбаига, таваккалчиликнинг аниқ сабаблари ва унга йўл қўйиш даражасига қараб алоҳида гуруҳларга бирлаштириш мумкин.

Хўжалик таваккалчилигининг бир неча муҳим белгилари бўлиб, улар ичидан қуйидагиларни алоҳида ажратиб кўрсатиш мумкин: қарама-қаршилик, муқобиллик, ноаниқлик. Таваккалчиликдаги қарама-қаршилик иккита бир-бирига ўхшаш бўлмаган томони билан намоён бўлади: бир томондан у ишбилармонларнинг диққат эътиборини ноилож танлов ҳолати шароитларида янги усуллар билан аҳамиятли натижаларга эришишга қаратади. Шу билан хўжалик таваккалчилиги консерватизм, догматизм, қолоқлик, руҳий тўсиқлар ва бошқа янги, илғор ишбилармонлик фаолиятларини жорий қилишга тўсқинлик қилувчи омилларни бартараф қилишга ёрдам беради. Таваккалчиликнинг бу хусусияти муҳим иқтисодий натижаларга олиб келади, чунки у жамият ва техника тараққиётини тезлаштиради. Бошқа томондан, агар таваккалчиликда танлов у ёки бу жараёнлар тараққиётининг объектив қонуниятларини зарур даражада ҳисобга олмай амалга оширилса, у ҳолда у авантюризмга, волюнтаризмга, субъективизмга, ижтимоий тараққиётнинг секинлашувига олиб келиши мумкин.

Хўжалик таваккалчилигининг муқобиллиги ечимлар, йўналишлар ва ҳаракатларнинг икки ёки бир неча мумкин бўлган вариантларидан керагини танлаб олиш заруратини кўзда тутади. Агар муқобилликни танлаш имкони бўлмаса, унда, таваккалчилик тўғрисида сўз ҳам бўлмаслиги керак.

Таваккалчилик ҳолатининг ноаниқлиги, уни бир хил маънода тушуниш мумкин эмаслигидан келиб чиқади.

Унга сабаб ахборотнинг етишмаслиги, тасодифий омиллар таъсири, рақобатдаги ишбилармонлар манфаатларининг мос келмаслиги, шерикларнинг бир-бирига қарши ҳаракати ва бошқалардир.

Хўжалик таваккалчилигининг юқорида кўрсатилган томонларини эътиборга олиш ишбилармон учун таваккалчилик ҳолатига кириш нақадар мақсадга мувофиқ экани тўғрисида қарор қабул қилиш имконини яратади. Мураккаб ҳолатда қолганда у хўжалик фаолиятининг баъзи бир шарт ва омилларини ўзгартириб кутилмаган ҳодисалар ёки кўриладиган зарар эҳтимолини камайтириши мумкин.

6.2. Иқтисодий асослар ва таваккалчилик чегаралари

Тадбиркорлик фаолиятида таваккалчилик биринчи навбатда ҳақиқий хўжалик ҳолатининг аввал кўзда тутилганидан четга чиқиши ҳисобига юзага келади. Бу эса ёки йўқотиш (зарар) хавфини юзага келтиради, ёки ютиш имконини яратади. Тадбиркор ноаниқлик шароитида ўзининг таваккалчиликга боришга тайёрлигини билдиради, чунки иш учун бўладиган сарф харажатларга куйиб қолиш хавфи билан бирга қўшимча даромад қилиш таваккалчилиги ҳам мавжуддир.

Юқори натижалар келтирувчи қарор ва ҳаракатлар одатда энг юқори таваккалчилик ҳисобланади. Шунинг учун жасурлик билан қилинадиган таваккалчиликнинг асосий шарти муваффақият қозонишга бўлган катта ишончдир. Бунинг учун иқтисодий асос бўлиб ишлаб чиқариш ва сотишнинг узлуксизлиги, даромадли хўжалик юритиш, таъминотчилар ва истеъмолчилар билан алоқаларнинг мувофиқлиги, юқори даражадаги тўлов қобилияти, тараққий топган молия тизими ва юқори аниқликдаги бухгалтерлик ҳисоби хизмат қилади.

Хўжалик раҳбари қарор қабул қилиш жараёнида, агар у қўлидаги капитални усталик билан бошқара олсагина таваккалчиликга бориши мумкин. Бунинг шартлари қуйидагилар:

- тадбиркорлик фаолияти тараққиётига тегишли масалаларни ечишда, маҳсулот сифати ва бошқарув тизимини талаб даражасида ушлаб туриш учун керакли ишлаб чиқариш ресурслари ва инвестициялар-

нинг зарурий таркиби юзага келади. Ортиқ захиралар тўпланмаслиги, ортиқча хом ашё ва сотилмаган маҳсулот бўлмаслиги керак;

- юзага келиши мумкин бўлган йўқотишни қоплаш ниятида захира суғурта фонди яратилади. Ундан фойдаланиш корхонанинг барқарор тараққий топишига халақит бермаслиги керак;
- қарор қабул қилиш жараёнида экспертларни танлаш, зарурий ахборотни тўплаш ва қайта ишлаш масалаларида керакли ваколатлиликга эришилган бўлиши зарур.

Таваккалчиликнинг иқтисодий чегараси мавжуд капитални ишбилармонлик ғоясини амалга ошириш билан боғлиқ сарф-харажатлар билан, иш муваффақиятсиз чиққан ҳолда юзага келиши мумкин бўлган зарарларни ҳам ҳисобга олган ҳолда солиштириш йўли билан аниқланади. Бундан хулоса қилиб айтиш мумкинки, ҳар қандай хўжалик таваккалчилиги моддий таъминланган бўлмоғи керак. Бу каби таъминланганликнинг чегараси минимал ёки максимал бўлиши мумкин. Биринчи ҳолатда, таваккалчилик вазиятини минимал даражада ҳимоя қилинганда ҳам ишбилармоннинг ҳаракати ўзини ўзи оқлайди, агар иш муваффақиятсиз чиққандаги йўқотишлар даромад миқдоридан кўп бўлмаса, бизнес куймайди. Бу ҳолатда бизнесменнинг ўз ишларини кейинчалик иқтисодий жиҳатдан тузатишига ишониш мумкин бўлади. Йўл қўйиладиган таваккалчиларни максимал даражасига хўжалик юритувчи субъектлар нақд капиталининг миқдори хизмат қилади. Бу ерда муваффақиятсизлик ҳолати ҳар қандай хийла-найранг билан боғлиқ бўлган шартнома ва ишбилармонлик иши бизнесмен учун фалокатли бўлади ва оқибатда фирма банкротга учрайди.

Кутилган зарарнинг даражасига қараб таваккалчиликнинг иқтисодий чегараси қуйидагилар бўлиши мумкин: агар таваккалчилик фаолиятидан келадиган йўқотишлар келадиган даромад миқдори атрофида бўлса, бундай таваккалчиликга йўл қўйиш мумкин бўлади. Агар келадиган амалдаги йўқотишлар олинадиган даромад даражасига яқин бўлса у ҳолда таваккалчилик жиддий бўлади.

6.3. Таваккалчиликни ўлчаш услублари

Ноаниқлик ва таваккалчиликни баҳолашда тахминий ҳисоблар услубий асос сифатида қабул қилинади. Хўжалик таваккалчилиги тавсифий элементларининг ўзини намоён қилиш шакллари яхши ва ёмон натижалар келиб чиқиши эҳтимолининг бир хиллиги билан белгиланади. Бу турдаги эҳтимоллик меъёрлашган оралиқда нолдан (тўла муваффақиятсизлик) то биргача (100% тўла муваффақият) ўзгаради ва айнан у таваккалчилик даражасини белгилайди.

Таваккалчилик даражасининг ўлчови таваккалчилик коэффициенти ёрдамида аниқланади (таваккалчилик индекси):

$$Ут = М/М^*$$

бу ерда: М — салбий ноаниқлик кўрсаткичларининг кутилган миқдори яъни тахминий зарар миқдори.

М* — ижобий ноаниқлик кўрсаткичларининг кутилган миқдори, яъни ишбилармонликнинг режалаштирилган даромади ёки фойда.

Ижобий соҳада ҳодисанинг юз бериш эҳтимоли ошса, таваккалчилик камаяди, қолаверса, ижобий соҳада даромадлар кўпайса ёки салбий соҳада йўқотишлар камайса ҳам таваккалчилик камаяди. Акс ҳолда таваккалчилик ортиб боради. Таваккалчилик коэффициенти бу соҳадаги ўзгаришларни ҳисобга олинган ноаниқлик чегарасида акс эттиради.

Таваккалчилик коэффициентини қўллаб таваккалчиликнинг эмпирик шкаласини тузиш мумкин. Агар берилганлар етарли бўлса, унда реал иқтисодий шароит учун таваккалчилик коэффициентининг миқдори қандай бўлиши кераклигини аниқлаш мумкин. Ундан кейин, математик ва иқтисодий фикрлашлар асосида таваккалчилик коэффициенти ёрдамида хўжалик таваккалчилигига борувчи шахсларнинг хулқ атворини қуйидагича классификация қилиш мумкин: пессимистик (умидсиз) (0.0), эҳтиёткор (0.2), ўртача даражадаги таваккалчи (0.4), таваккалчи (0.6), юқори даражада таваккалчи (0.8), ўта қизиққон таваккалчи (1.0).

Эришиладиган мақсаднинг муҳим тавсифномаси

бўлиб вақт бўйича натижа олиш даври ҳам ҳисобланади. Шунинг учун хўжалик фаолиятининг кўрсатгичларини режалаштириш ва прогноз қилишда, уларнинг ҳар хил даврда амалга оширилишини ҳисобга олиб, таваккалчиликнинг динамик коэффициентидан фойдаланадилар. Унинг асосида кутилган натижани тақсимлаш зичлигининг функцияси кўрилади ва афзаллик функцияси аниқланади.

Таваккалчиликга баҳо беришда кўп турли статистик, ҳисоб-аналитик ва эксперт услубларига асосланган усуллардан фойдаланадилар. Статистик усул амалдаги ҳолатларда юз берган йўқотишлар динамикасини кузатишга имкон яратади ва улар асосида, ёки зарар кўриш эҳтимоллигининг эгри чизиғи чизилади, ёки таваккалчилик харажатларининг миқдор кўрсаткичи топилади. Эксперт усули эксперт ёрдамида баҳолаш номи билан машҳур. У мутахассисларни, тажрибали ишбилармонларни жалб қилиш билан боғлиқ бўлади. Агар аналитик экспертизани бир неча экспертлар олиб борса, уларнинг ҳар бири таваккалчилик эҳтимоли ва йўқотиш савиясини ўзи алоҳида баҳолаши керак. Шундан кейин ўртача миқдорлар ҳисобланиши мумкин. Бу маълумотлар даромадни йўқотиш савиясининг экспертизавий эгри чизиғини кўриш учун ишлатилиши мумкин.

Таваккалчилик фаолиятининг кўрсаткичларни ҳисоб аналитик баҳолаш усулида муаммони назарий асослаш ва фараздан намойиш этиш асосий ўрин тутади. Ўйин назарияси бўйича, мисол учун, таваккалчилик, бир қатор ўзаро бир-бири билан боғлиқ бўлган ўлчовлар билан баҳоланади. Таваккалчиликнинг амалий назарияси фақат ўйин бизнесида ишлатиш мақсадида ишлаб чиқарилган. Хўжалик таваккалчилигини бу назария бўйича баҳолаш усуллари амалда фақат бизнинг давлатда эмас, балки хорижда ҳам тадқиқ қилинмоқда.

6.4. Таваккалчилик элементлари билан боғлиқ қарорларни танлаш ва амалга оширишга таъсир қилувчи омиллар

Тадбиркор олдида таваккалчилик қарорини ёки ҳаракат усулини қабул қилишда хўжалик жараёнига ижобий ёки салбий таъсир кўрсатувчи омилларни аниқлаш асосий муаммолардан саналади. Шундан ке-

нин, ўзида бор имкониятлар доирасида, фойдали таъсир кўрсатувчи омилларни кучайтириш, зарарлилари-ни пасайтириш масаласини ҳал қилиш керак бўлади.

Таваккалчиликда ҳисобга олиниши зарур бўлган ва хавф-хатарни келтириб чиқарадиган муҳим омиллар қуйидагилардир: тадбиркорлик соҳаси; табиий офат; ўғирлик; рэкет; бизнес режани шакллантирувчи шахсларнинг омилкорлик даражасининг пастлиги, бизнес бўйича шерикларнинг виждонсизлиги ёки мол-мулксизлиги. Шартномада алданиш хавфи ёки қарздорнинг тўлаш қобилияти йўқлиги ҳодисаси билан дуч келиш, қарзни қайтармаслик ва бошқалар ҳақиқатда юз бериши мумкин бўлган ҳодисалардир. Юқорида келтирилган омиллар муқобил тактикавий қарорларни таваккалчилик элементларини ҳисобга олган ҳолда танлашда сўзсиз ўз таъсирини кўрсатади. Бу таъсир икки хил намоён бўлади. Биринчидан, хўжалик вазиятининг элементларининг ўзаро таъсирлашуви орқали вазиятнинг ривожланиш жараёнида тактик қарорлар қабул қилинади ва амалга оширилади. Иккинчидан, таъсир ишбилармон ва бизнесдаги бошқа иштирокларнинг шахсий хусусиятларига боғлиқ элементлар орқали намоён бўлади.

Қарор қабул қилишда салбий омил бўлиб вазият қўйган масаланинг мураккаблиги ва янгилиги ҳисобланади. Бу кўп ҳолларда ишбилармонни саросимага солади, баъзида қўрқув самарасини бунёд этади, маълумотларни рационал таҳлил қилиш ва амалда тўғри қарор қилиш имконидан маҳрум қилади. Бу айниқса, хавф хатар юқори бўлган ҳолда яққолроқ кўзга ташланади. Бироқ, бир қатор ҳолларда, ишбилармон таваккалчилик элементлари билан боғлиқ бўлган хўжалик қарорларини ўз ҳис-туйғулари бўйича, ўз билганича қабул қилади, амалга оширади ва бир қатор ҳаракатлар мажмуасини бажаргандан кейингина ўз қилмиши ва аввалги вазиятга баҳо беради. Аммо, ҳис-туйғу жараёнлар механизмлари илмий жиҳатдан деярли ўрганилмаган ва амалда уларни бошқариб бўлмайди. Шу сабабли ишбилармон экстремал вазиятда ўз ҳис-туйғуларига ишонолмайди.

Таваккалчилик ҳаракатини танлашда бўлгувчи салбий оқибатларни кечиктириш усули маълум роль ўйнаши мумкин. Агар кутилаётган салбий оқибатнинг хавфи қарор қабул қилингандан кейинроқ юз бермаса,

балки узоқроқ вақтдан сўнг юз берадиган бўлса, унда оқибатнинг хавфи камайиши мумкин ёки у тадбиркор учун унчалик даҳшатли туюлмайди. Аммо, бу билан юз бериши мумкин бўлган оқибатни бутунлай бартараф этиб бўлмайди.

Агар ишбилармон тактик усулларни бўш эгаллаган бўлса, асоссиз, яъни амалий жиҳатдан оқланмаган таваккалчилик юзага келади ва хавф-хатар даражаси ошади. Таваккалчилик бўйича фойдали қарор қабул қилишда ва уни амалга оширишда тадбиркорнинг хўжалик вазиятини тўғри баҳолай билиш ва ундаги хавф белгилари ҳамда зарарли оқибатларни ажратиб олиш ва мақбул ҳаракатлар усулини танлай билиш қобилияти муҳим роль ўйнайди.

Тадбиркорнинг хавф-хатар ва таваккалчилик элементлари билан боғлиқ ишлар бўйича қарор қабул қилишда ўз ҳиссиётини бошқара олиш қобилияти муҳим аҳамият касб этади. Агар, мумкин бўлса, стресс омиллар таъсири остида (ҳаяжон, қўрқув ва асаб зўриқиши ҳолатларида) қарор қабул қилишдан сақланиш зарур.

6.5. Таваккалчилик шароитида фаолият йўналишини танлаш таҳлили

Ноаниқлик омиллари билан тўлиқ бўлган муҳитда амалга оширилаётган тадбиркорлик фаолияти хавф-хатар рационал (энг мақбул келадиган) даражада бўлган муқобил ечимларни излаш заруратини юзага келтиради. Бу ҳар қандай конкрет ҳолатда энг қулай муддатларда амалга ошириладиган ҳаракат варианти сифатида намоён этади. Ушбу хўжалик юритиш варианти мавжуд ва жалб этиладиган ресурслар, тадбиркорлик ғоялари билим, тажриба ва нақд капитал ресурслардан тўла, тўғри ва самарали фойдаланиш орқали кўзланган мақсадга эришишнинг асосланган эҳтимолини назарда тутади. Оптималлаштириш масалаларида энг рационал хўжалик фаолияти йўналишларини танлаш ҳал қилувчи кўрсаткични ажратиб олиш, ҳамда кўрсаткичларни охирги натижа тавсифига кўра солиштириб кўриш йўли билан амалга оширилади. Кетма-кет солиштириб кўриш қарорлар ва ҳаракатларнинг энг яхши дастурларини аниқлашга ёрдам беради.

Тадбиркорлик фаолиятидаги ютуқлар ва йўқотишларни моддий (материал), меҳнат, молиявий, вақт ва ахсус турдаги оқибатлар: кишилар саломатлиги ва даёти, атроф-муҳит, тадбиркор обрў-эътибори ва бошаларга ижобий ва салбий таъсир кўрсатувчи омилар оқибатларига бўлиш мақсадга мувофиқдир. Бу барча хавф-хатар манбалари ва улар ичида энг муҳимлаини тўлароқ аниқлаш имконини беради.

Кўрсатилган ҳар бир ютуқ ёки йўқотишлар турича ўлчов бирликларига эга бўлгани учун, хавф-хатар а таваккалчиликга баҳо беришда уларни нарх шаклиа келтириш керак бўлади. Уларнинг юзага келиш имонияти ва миқдорларига дастлабки баҳо беришни бир й, йил, яъни тадбиркорлик ишини амалга оширишинг аниқ муддатини ўз ичига олган аниқ муддатларда тказиш керак.

Юзага келиш эҳтимоли бўлган ютуқ ва йўқотишарнинг комплекс таҳлилини ўтказишда хавф-хатар а таваккалчиликни баҳолаш учун таваккалчилик фалиятининг барча манбаларини ва улар ичида энг кучиларини аниқлаш муҳим аҳамиятга эга. Кутилаётган атижаларни аниқловчи (асосий) ва ёндош (иккинчи даражали) турларга бўлиш керак. Агар кўрилаётган отуқ ёки йўқотишлар ичида ёки миқдор, ёки юзага елиш эҳтимоли бўйича бошқаларга қараганда энг катта олиштирма оғирликга эга бўлган битта турдагиси ажалиб чиқса, у ҳолда хавф-хатар даражасини миқдор ўйича баҳолашда ютуқ ёки йўқотишнинг фақат шу урини қабул қилиш мумкин бўлади.

Умуман олганда, фақат тадбиркорлик лойиҳаларини тузишда тўғридан-тўғри ҳисоб-китобга тушмайдиан, бевосита режалаштириб ва башорат қилиб ўлмайдиган тасодифий ютуқ ва йўқотишларнигина исобга олиш керак. Агар, даромад ёки зарарни лдиндан кўриш мумкин бўлса, уларга эҳтимолли мас, балки режавий кўрсаткичлар сифатида қараиши керак.

Хўжалик фаолиятини аниқ йўналишини танлашда нг қулай масалалар ҳал қилувчи кўрсаткичини ажатиб олиш ҳамда кўрсаткичларни охирги натижага ўрсатадиган таъсирини мулоҳаза қилиш орқали амалга ширилади.

Шундай қилиб, ишбилармон ўзининг хўжалик фалиятини амалга оширишда тутиладиган нарх-наво ва

солиқ тўловларининг ўзгаришини ўзининг бизнес-режасида ҳисобга олиши зарур.

Таваккалчилик билан боғлиқ бўлган ҳар қандай фаолиятдан асосий ролни кутилаётган йўқотиш ва фойданинг абсолют ўлчами эмас, балки уларнинг нисбий қиймати ўйнайди. Масалан, 100 миллиардлик фондга эга бўлган корхона учун бир неча миллион билан таваккалчилик қилиш ҳеч ташвиш келтирмаслиги мумкин, аммо унча катта бўлмаган капиталга эга бўлган ишбилармон бир неча миллионга таваккалчилик қилиш учун жиддий ўйлаши керак бўлади.

6.6. Кичик бизнесда баъзи бир хўжалик таваккалчилиги турларини суғурталаш

Тадбиркор ҳамма вақт эсда тутиши керак-ки, таваккалчилик баъзи ҳолда муваффақият келтирса, бошқа ҳолатда — банкротликга олиб келиши мумкин. Салбий ҳолатни бартараф этиш ва хавф-хатарга муваффақият билан бардош бера олиш учун, уни, биринчи навбатда тўла аниқлаш, таваккалчиликни камайтириш дастурини ишлаб чиқиш, турли зарурий тадбирларни ўтказиш, ишбилармоннинг хавф-хатарда қолиши мақсадга мувофиқлиги ёки уни суғурталаш зарурлигини аниқлаш керак. Кичик даражадаги таваккалчиликда, одатда, зарарни корхонанинг ўзи қоплайди ва бунинг учун, зарур фондлар бунёд этилади. Ўрта ва кичик даражадаги таваккалчиликни эса, суғурталаш мақсадга мувофиқдир.

Суғурталаш чора-тадбирлари хавф-хатар оқибатида юзага келадиган йўқотишни (кутилмаган ҳолатларда мол-мулк, маблағлар ва ишлаб чиқаришни) тўла ёки қисман қоплаш (табиий офат, авариялар, бахтсиз ҳодисалар, хонавайронликга учраган шартномачиларнинг ўз мажбуриятларини бажармаслиги ва бошқа ҳолатлар юз берганда) ёки йўқотишларни иложи борича кўпроқ сонли юридик ва жисмоний шахслар ўртасида тақсимлаш йўли билан қоплаш каби усулларда амалга оширилиши мумкин. Ишбилармон ва корхона учун таваккалчиликни ҳимоя-мудофаа тадбирлари билан бартараф этиш ёки сезиларли молиявий зарар етказиши мумкин бўлган хавф-хатарни ўз елкасига олишга хоҳиш бўлмаган пайтда суғурталаш мақсадга мувофиқдир.

Суғурталашда икки томоннинг иштироки мажбурийдир — суғурта фондини бунёд этиш ва уни ишлатиш билан шуғулланувчи махсус ташкилот ва суғурталанувчи ушбу фондга белгиланган тўловни тўловчи юридик ёки жисмоний шахс. Улар орасидаги муносабат суғурта шартномаси (полис) асосида ташкил топади.

Таваккалчиликни пасайтириш мақсадида қилинадиган суғурталаш ихтиёрий тартибда ўтказилади. Тадбиркорнинг ҳар қандай фаолияти, одатда, суғурталаниши мумкин. Аммо, бу баъзи бир, хавф-хатар юқори бўлган ҳолатлардагина амалга оширилади.

7. ТИЖОРАТ ҲУҚУҚИ АСОСЛАРИ

7.1. Савдо битимларини тузиш

Ҳозирги замон шароитида олди-сотди, маҳсулот етказиб бериш ва мол айирбошлаш операциялари бўйича савдо битимларини тартибга солишнинг ҳар хил амаллари мавжуд.

Савдо битимларини тайёрлаш ва тузишнинг қуйидаги босқичлари бор: контрагентни излаш ва аниқлаш, музокаралар ўтказиш ва шартнома ёки келишув тузиш.

Контрагентни излаш турли усуллар билан амалга оширилади. Масалан, амалиётда реклама, эълон, тижоравий алоқа хатлари ҳамда харидорлар билан бевосита мулоқот олиб бориш, жумладан, тўғридан-тўғри (бевосита) келишув — оферта усуллари қўлланади. Агар келишув қилинган бўлса, у ҳолда, буюртма юборилади. Буюртма тасдиқлангандан кейин харидорга битим шакли ва тижорат битими тузиш учун музокара олиб боришга розилик билдирилган тижоравий алоқа хати юборилади.

Оферта икки турда бўлиши мумкин: қатъий ва эркин оферта.

Қатъий оферта — бу аниқ таклиф бўлиб, унда битим тузиш шартлари кўрсатилади ва бу шартлар келишувдаги шахслар учун ўзгармас бўлади.

Эркин оферта — битим тузиш тўғрисидаги шунчаки расмий, умумий таклифдир.

Контрагентни танлаш битим тавсифи ва предмети, бозор ҳажми, бозордаги конъюктура ҳолати, у жой-

лашган мамлакат билан ташқи савдо битими тузишнинг хусусиятларига боғлиқ.

Контрагент танлашда қуйидаги саволларга жавоб бериш зарур:

— товарни қайси бозорда сотиш афзал?

— қандай шерик билан битим тузиш фойдали?

Халқаро савияда давлатлараро шартномалар ва келишувлар ҳамда савдо битимлари экспорт ва импортни тартибга солувчи қонуний актларнинг мавжудлигини ҳисобга олиш муҳимдир.

Импортни тартибга солиш божхона ёрдамида ва божхонасиз амалга оширилиши мумкин. У лицензиялаштириш (импорт қилувчи лицензия олиши керак) ва квантирлаш, яъни савдо битимларининг сон жиҳатдан чекланганлигини (товарга квотанинг борлигини) кўзда тутади.

Экспортни тартибга солиш ҳам четга товар чиқариш ҳуқуқини олиш учун лицензиянинг бўлиши зарурлигини кўзда тутади. Масалан, давлат идоралари томонидан мажбурий равишда стратегик хом ашё, саноат предметлари ва бошқа товарларга лицензия берилади.

Ғарб фирмалари кредит учун кафолат бермайдилар, шунинг учун, битим тузишда, хорижий шерикнинг молиявий аҳволини билиш зарур. Бунинг учун эса хўжалик субъекти қуйидаги хавф-хатарни бўйнига олиши зарур бўлади:

- ишлаб чиқариш таваккалчилиги (товарлар ортиб жўнатилишига қадар);
- экспорт бўйича таваккалчилик (товар ҳаракатда, аммо унга пул тўлаш мумкин эмас).

Ҳар иккала таваккалчилик тури харидорнинг пул тўлай олиш (яъни, тўлов) қобилияти билан боғлиқ. Савдо битимининг кейинги босқичи — буюртма шартини ўрганишдир. Бу ерда иккита муқобил фаолият кузатилади: ёки буюртма қабул қилинади ёки, у қайтарилади. Аммо, ижобий буюртмаларнинг керагини танлаб олиш зарур бўлади.

Савдо битимларини тузиш учун қуйидагича музокара олиб борилади.

— хат орқали музокара. Унда битим буюртма, савол-жавоблар асосида амалга оширилади. Бу — битим тузишнинг тезкор усули ҳисобланади.

— савдо битимларини оммавий ва стандартлашган товар учун телефон орқали битим тузиш мумкин.

— бевосита музокаралар орқали.

Эркин офертада, агар, харидорни ҳеч қайси банд қониқтирмаса ёки битим тузишнинг тўла режаси бўлмаса, унда, бевосита музокаралар олиб борилади. Бу — савдо битимини тайёрлашдаги энг мураккаб босқич ҳисобланади. У товарнинг нархи, етказиб бериш муддати ва бошқа шартлар бўйича битимга келиш учун, баъзан, махсус комиссия тузишни талаб қилади.

Савдо битимини тузишни маромига етказиш босқичи — шартномани тузиш ва уни имзолашдир.

7.2. Савдо битимларини шартномавий расмийлаштиришнинг муқобил усуллари

Кичик бизнесда амалдаги қонунчилик билан бир қаторда шериклар муносабатини тартибга солиб туришда шартнома муҳим восита ҳисобланади. У ҳар қандай ишбилармонлик битимини тузиш ва бажарилишини таъминлаш жараёнининг асосий қисми сифатида намоён бўлади.

Шартноманинг маъноси, бу — томонлар мажбуриятларининг ўрнатилиши, ўзгариши ёки бутунлай тўхтатилиши йўналишидаги розилигидир. Тижорат ҳуқуқида бу тушунча қуйидаги кўринишларда амалга оширилиши белгилаб қўйилган:

Контракт — шартнома, келишув, ҳар иккала томон учун ҳуқуқ ва мажбуриятларни муҳлатлари билан белгиловчи ҳужжатдир. Бозор муносабатларига ўтган давлатларда контракт кўп тарқалган шартнома шакли ҳисобланади.

Келишув — корхона ташкилотлар ҳамда фуқароларнинг расмийлашган бир томонлама мажбурияти бўлиб, у мулк ҳуқуқини олиш ёки беришда ишлатилади. Унинг кўп тарқалган шакли лицензион келишувдир. Бозор муносабатларига ўтиш муносабати билан қуйидаги шартномалар кенг тарқалмоқда: ошкора, қўшилиш тўғрисидаги ва олдиндан тузиладиган шартномалар.

Ошкора шартнома — тижорат ташкилоти билан тузилган келишув бўлиб, унда, унинг товар сотиш, иш ёки хизматлар бажариш бўйича мажбуриятлари белгиланади ва бу шартнома ташкилотга мурожаат қил-

ган ҳар қандай шахс учун тижорат ташкилоти амалга оширадиган фаолият турлари бўйича (чакана савдо, умумий транспорт воситаси билан ташиб бериш, алоқа хизмати, энергия таъминоти, тиббиёт, меҳмонхона хизмати ва бошқалар) йўлга қўйилиши мумкин.

Тижорат ташкилоти ошкора шартнома тузиш муносабатларида бир шахсга бошқасига қараганда кўпроқ ён босиш ҳуқуқига эга эмас қонунда ёки бошқа ҳуқуқий ҳужжатларда кўзда тутилган ҳолатлар бундан мустасно.

Товарлар, хизматлар ва ишлар нархи, ҳамда, ошкора шартноманинг бошқа шартлари барча истеъмолчилар учун бир хил қилиб белгиланган, аммо қонун ва бошқа ҳуқуқий ҳужжатларда баъзи бир туркумдаги истеъмолчилар учун ўрнатилган имтиёзлар ҳисобга олинади.

Тижорат ташкилотининг ошкора шартнома тузишдан, истеъмолчига зарурий товарлар, хизмат кўрсатиш ва баъзи бир ишларни бажариш имкони бўла туриб, бу бўйича ошкора шартнома тузишдан бош тортиши маън этилади.

Қўшилиш шартномаси ҳар икки томоннинг бири томонидан ишлаб чиқилган ёки бошқа стандартлашган шаклларда белгиланган ва иккинчи томон қабул қилиши мумкин бўлган тўла шартномага қўшилиш тўғрисидаги келишувдир.

Томонлар келишувга асосан қўшилиш шартномасини бузишни ёки ўзгартиришни талаб қилишга ҳуқуқлидир. Агар қўшилиш шартномаси қонун ва бошқа қонуний ҳужжатларга қарши чиқмаса ҳамда, шартномани бузиш ёки ўзгартириш тўғрисидаги қарор қўшилган томоннинг тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш билан боғлиқ бўлса, қолаверса, қўшилган томон қандай шароитларда шартнома тузилганини олдиндан билган ёки билиш керак бўлса, унинг шартномани бузиш тўғрисидаги талаби қондирилмайди.

Олди-сотди битимини тузиш тўғрисидаги музокараларни олиб боришда олдиндан тузиладиган шартномалар кенг тарқалган. Бу шартнома бўйича, томонлар, келажакда савдо операциясини ўтказиш бўйича асосий шартномани тузиш мажбуриятини оладилар.

Олдиндан тузиладиган шартнома асосий шартнома

олдиндан тузиладиган шартномада унинг амал қилиш муддати кўрсатилмаган бўлса, унда, асосий шартнома олдиндан тузиладиган шартнома имзоланган дақиқадан бошлаб бир йил давомида тузилиши керак.

Ишчи битимлар шартнома, контрактлар ёки келишувлар асосида зарур ҳуқуқ ва ваколатларга эга бўлган икки ёки ундан ортиқ юридик ва физик шахслар ўртасида тузилади.

Шартномалар юридик кучга эга бўлиши учун қуйидаги ҳуқуқий талабларга жавоб бериши керак:

- офертанинг мавжудлиги (бир ёки бир неча аниқ шахсга йўлланган шартнома тузиш тўғрисидаги таклиф);
- офертанинг қабул қилинганлиги (акцепт);
- келажакдаги битим предмети кўриб чиқилган бўлиши;
- битимда иштирок этувчи томонлар керакли ваколатга эга бўлишлари керак;
- шартнома, контракт ёки келишувлар қонуний мақсадларни кўзда тутишлари керак.

Таклифлар (оферталар) ва уларни қабул қилиниши (акцептлар) ёзма, оғзаки ва бошқа ҳар қандай шаклда қилиниши мумкин.

Ҳар иккала ҳаракат (оферта ва акцепт) ихтиёрий равишда амалга оширилмоғи керак. Ҳар қандай шакл-даги шартнома, агар битта томон келишувга мажбурлаб киритилган бўлса ёки томонлар бирор нарсани қонунга хилоф равишда амалга оширмоқчи бўлган бўлсалар, ёки бунда ҳаракат жамият манфаатларига қарши бўлса у ҳақиқий эмас деб топилади.

Ишбилармоннинг шартнома, контракт тузиш давридаги ҳаракати амалдаги ишчанлик доирасида қуйидаги тартибда амалга оширилади;

- шерикларни аниқлаш;
- шартнома предметини аниқлаш;
- нархни аниқлаштириш;
- контракт ёки келишувнинг умумий қийматини ҳисоблаш;
- амал қилиш муддати ҳамда алоҳида товарлар партиясини етказиб бериш, ишларнинг бажарилиш, хизматларнинг кўрсатилиш муҳлатларини аниқлаштириш;
- пул тўлаш шарт-шароитларини белгилаш;
- товарларни упаковка қилиш, маркалаш тавсифи;
- сотувчилар кафолатларини белгилаш;

- жарима ўлчамлар ва зарарларни ундириш тартибини белгилаш;
- суғурталаш масаласини ҳал қилиш;
- ҳал қилиниши мураккаб бўлган муаммовий ҳолатларни тавсифлаш;
- вужудга келиши мумкин бўлган баҳсларни арбитраж ва суд орқали кўриб чиқилиш тартибини белгилаш.

Шартнома, контракт ёки келишувда, энг аввало, бизнес бўйича шерикларнинг аниқ юридик номи, мулк шакли, шартноманинг рўйхатдаги тартиб рақами, ҳужжат имзоланган жой ва сана, тузилаётган битимнинг асл маъноси (олди-сотди, лизинг, лицензия ва бошқалар), унинг муҳим шартлари, товарнинг миқдори ва нархи тўғрисидаги ахборотлар, сотиш ёки олишда эса, айрим ҳолларда техник талаблар ёки маҳсулотнинг таркибий рўйхати акс эттирилади.

Шартнома ва келишувларда энг муҳими нархни аниқлаштириш. Нарх муваққат даврга шартномадаги исталган қатнашчининг давлат валютаси бирлигида белгиланади. Агар контракт ёки келишув билан узоқ давр мобайнида маҳсулот етказиб берилиши кўзда тутилган бўлса, унда тажриба сифатида ўзгарувчан нархлар қўлланади. Улар иккита элементдан иборат бўлади — шартнома тузилиш даврига тўғри келадиган базавий (асосий) нарх ва амал қилиш даврида ўзгариб турувчи (ўзгарувчан) нарх.

Қатъий нархлар томонларнинг келишуви асосида контрактни амалга ошириш даврида турли бозор омилларининг таъсирини ҳисобга олиб ўрнатилади.

Шартнома муносабатларини тартибга солувчи ҳуқуқий манба бўлиб фуқаролик кодекси, фуқаролик қонунчилиги асослари ҳисобланади. Қонуний ҳужжатларнинг охирги чиққанлари аввал чиқарилганларига қараганда устувор бўладилар. Контракт ёки келишувда қонунга хилоф шартлар киритилгани аниқланса, шартнома қисман ёки тўла яроқсиз деб топилади.

7.3. Воситачилик битимларининг шартномавий расмийлаштирилиши

Кичик бизнесда воситачилик муносабатлари кенг тарқалган. Бунда бир томон (ишонтирувчи) бошқа то-

мон (ишонувчи)нинг номидан учинчи томон билан хўжалик муносабатларига киришади. Томонлар жисмоний ёки юридик шахс бўлиши мумкин.

Воситачилик битими тузишда шартномани ишлаб чиқиш энг мураккаб ва масъулиятли босқич ҳисобланади. Пухта ва аниқ тузилган воситачилик шартномаси томонлар мажбуриятларини нотўғри тушунишни бартараф этади ва шерикларнинг бир-бирларига хиёнат қилишларига йўл қўймайди.

Шартнома матнини расмийлаштиришда, унинг кириш қисмида (преамбулада) контрактнинг номини ёзишда, унинг юридик тавсифи албатта белгиланиши керак. Масалан, «Топшириқ-шартнома», «Маҳсулот айирбошлаш тўғрисида шартнома» ва бошқалар.

Ном қўйилгандан кейин уни имзоланган жой ва вақти кўрсатилади. Агар ташқи иқтисодий битим тузилаётган бўлса, шуни эсда тутиш керак-ки, шартнома имзоланган жой зарур ҳуқуқий муносабатларни танлашда муҳим омил ҳисобланади.

Шартноманинг кириш қисмида шартнома томонлари ва уларнинг контракт текстида ишлатилган шартли қисқартирилган номи келтирилади. Биринчи навбатда томонларни юридик статуси кўрсатилади. Юридик шахснинг номи тўла кўринишда берилади. Шартли номлар сифатида энг яхшиси мамлакат қонунчилигида ишлатиладиган терминлардан фойдаланишдир. Топшириқ-шартнома учун «ишонган» ва «ишонтирган», комиссия шартномаси учун «комиссионер» ва «комитент» ва бошқа атамалар ишлатилиши мумкин.

Преамбулада шартномани имзоловчи шахсларнинг фамилиялари, исмлари ва отасининг исми, вазифаси келтирилади, томонлар ёки ишонган шахсларнинг ҳаракатларига асос бўлган ҳужжатлар кўрсатилади. Низом, қонун, шартнома, ишонч қоғози кабилар шундай ҳужжатлардан ҳисобланади.

«Шартнома предмети» бўлимида битим қатнашчиларининг ҳаракат тавсифи, томонлар фаолияти амалга ошадиган ҳудуд, нарх, минимал партия, етказиб бериш базиси ва муддати, сони, сифати ва кафолати белгиланади. Битим, контракт объектини шакллантиришда, шартнома мақсадига эришиш учун «ишонган» ёки «комиссионер»нинг ҳаракат усулларини аниқ белгилаш зарур бўлади.

Контрактнинг таъсир ҳудуди, томонлар ўртасида тушунмовчиликлар юзага келишини бартараф этиш учун, аниқ белгиланган бўлиши керак. Масалан, «ишонган» шахсга аниқ бир шаҳарда ёки районда ҳар томонлама ҳаракат ҳуқуқи берилган бўлса, «ишонтирувчи» «ишонган» шахс манфаатини кўзлаб ушбу ҳудудда бошқа юридик ёки жисмоний шахс билан шартнома тузмаслик мажбуриятини олиши мумкин.

Товарнинг сон ва сифат ўлчамларини акс эттириш учун ҳар хил кўрсаткичлар ишлатилиши мумкин. Сон — оғирлик бирлиги, ҳажм, узунлик, дона бирликлари билан аниқланади. Агар, ўлчам бирлиги оғирлик бўлса, унда, контракт ёзувида қуйидагиларни кўрсатиш зарур: нетто ёки брутто (идиши ва упаковкаси билан). Товар сонини аниқлашда стандарт бўлмаган ўлчов бирликлари ишлатилиши мумкин (қоп, пачка, шиша). Бу ҳолда келгусида тушунмовчиликлар бўлмаслиги учун қоп, пачка, шиша кўринишидаги ўлчамни оғирлик билан аниқлаштириш керак. Масалан, «Ҳар бири 20 кг дан бўлган 1000 пачка маҳсулот» каби.

Баъзи бир битимлар бўйича товарнинг аниқ сонини билиш қийин бўлади, шунинг учун бир қатор ҳолларда сонни аниқлашда қўшимча «Тахминан» ёки «Опцион» деган сўз ишлатилади.

Сифатга бўлган талаб стандарт, техник шартлар, сертификатлар, саноат нусхалари бўйича белгиланади.

Шартномада товарни етказиб бериш муҳлати қуйидагича ифодаланиши мумкин: белгиланган етказиб бериш муҳлати билан, махсус атамалар ишлатиш йўли билан, масалан, «Зудлик билан етказиб бериш», «Омбордан етказиш» ва бошқалар. Товар нархини келишиш оғзаки, хат орқали, телеграмма ва телетайп билан амалга оширилиши мумкин. Келишилгандан кейин шартномавий нархни шартномада ёки спецификация (таркибий рўйхат)да, баъзан бирор ҳужжат билан белгилаб қўйиш зарур деб бўлади. Нархнинг келишилиши баённома ёзиш билан ҳам расмийлаштирилиши мумкин, бу баённома шартноманинг ажралмас қисми ҳисобланади.

«Томонларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари» бўлимида шартномавий топшириқни амалдаги қонунчилик билан тартибга солиш бўйича томонлар ҳаракатлари белгилаб берилади. Бу эса ишонган шахс учун ўз ваколатини амалга оширишда унга қўйилган талаб ҳисоб-

ланади. Ишонтирувчининг «Шартномада белгиланган кўрсатмалардан оғиши «ишонган шахс» белгилаб берган мажбуриятни бузиш ҳисобланади ва юридик оқибатларга олиб келади.

«Ишонтирувчига (ёки ишонилган) шахс» «ишонувчи» кўрсатмаларидан фақат унинг манфаати учун зарур бўлгандагина оғиши мумкин.

Комиссия шартномаси бўйича томонларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари ҳам қонунчилик билан тартибга солинади. Шунинг билан бирга комиссионер битимларни учинчи шахслар билан тузганда энг аввал комитент манфаатини ҳисобга олиши керак. Агар самаралироқ шартли таклиф тушганда комиссионер комитент билан, ундан кўрсатма олиш учун, дарров боғланиш имконига эга бўлмаса, унда, комитентнинг аввалги талабидан четга чиқиши мумкин ва ўзи эркин қарор қабул қилиш ҳуқуқига эга. Комиссионер биринчи имконият бўлгандек комитентни тузилган янги битим тўғрисида огоҳлантириши керак.

Шартномада мукофот ўлчами аниқ белгиланган бўлиши керак. Қоида бўйича бу мукофот миқдори битим қийматининг маълум фоизига тенг бўлади. Қўшимча фойда комиссионерларнинг муваффақиятли битими ҳисобига олинган бўлса, у ҳолда бу фойда комитент билан тенг тақсим қилинади. Агар товар тури бўйича упаковка қилиш зарур бўлса контрактта алоҳида «Упаковка ва белгилаш» бўлими киритилади. Бу ерда упаковканинг тури ва тавсифи, унинг сифати, ўлчамлари, ҳақ тўлаш усули, белгиларининг туширилиши (маркировка) аниқ тасвирланган бўлиши керак.

Воситачилик битимининг шартномасига яна қуйидаги бўлимлар киритилади. «Товарни сифат ва сон бўйича қабул қилиш», «Контрактнинг кучга кириши», «Мажбуриятлардан озод этилиш», «Шартномани барбод бўлиши», «Транспорт шарт ва шароитлари», «Баҳсларни ҳал қилиш тартиби», «Шартномага ўзгаришлар ва қўшимчалар киритиш».

7.4. Сотувчи харидорнинг ҳуқуқлари ва битим тузилишидаги кафолатлар

Ҳар хил олди-сотди, маҳсулот етказиб бериш, товар алмашлаш операцияларига тегишли битимлар шартнома асосида маълум юридик қонунларига мос

равишда амалга оширилади. Бу қонунлар сотувчи, харидор ҳуқуқларини ва битим тузиш кафолатини белгилайди.

Сотувчининг ҳуқуқи мулкдор ҳуқуқларини ҳимоя қилишда намоён бўлади, яъни мулкдор сотувчига қуйидаги ҳуқуқларни беради: корхонани тўла хўжалигини олиб бориш, мулкдан фойдаланиш, сотиш кабилар. Бу ҳуқуқлар қонун томонидан ҳимоя қилинади.

Кўрсатилган қонуният ҳолатлари савдо битимларида сотувчининг харидор томонидан битимга асосан пул тўланишига қадар мулкига эгалик ҳуқуқини акс эттиради. Бу ҳуқуқ сотувчида мулк харидорга берилган бўлишига қарамай сақланиб қолади, яъни харидор унга мулкни берилгани тўғрисидаги ҳужжатни олган, аммо битим бўйича ҳақ тўламагани учун.

Агар мулк (товар) миқдори битимда кўрсатилганидан кам ёки ортиқ бўлса, харидор сотиб олинаётган мулкдан (товардан) воз кечиши мумкин. Ундан ташқари ҳар қандай истеъмолчи қуйидаги ҳуқуқларга эга: ўз манфаатини давлат томонидан ҳимоя қилиниши; товарни зарурий сифатда бўлиши; товарларни хавфсиз бўлиши; товар тўғрисидаги тўла-тўкис ахборот; керакли сифатга эга бўлмаган товардан кўрган зарарни тўла қопланиши; судга ва бошқа ваколатли давлат идораларига бузилган ҳуқуқни ҳимоя қилиш ва қонун билан ҳимояланувчи манфаатини поймол қилингани ҳақида мурожаат этиш; истеъмолчилар жамоат бирлашмалари тузиш.

Бу ҳуқуқлар билан бир қаторда қонунчилик томонидан кўзда тутилган ва кафолатланган истеъмолчиларнинг бошқа ҳуқуқлари ҳам бўлиши мумкин.

Вазирлар Маҳкамаси баъзи товар турлари ва баъзи шартномалар бўйича «Истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоя қилиш» қонуни ва бошқа қонуният ҳужжатларини ишлатилиш хусусиятларини аниқлаб бериши мумкин.

Кафолатли мажбуриятлар ва уларнинг муҳлати меъёрий-техник ҳужжатлар билан ёки ёзма шаклдаги шартнома билан аниқланади, шунингдек қонунчилик томонидан белгиланади.

Кафолатли муҳлат товар сотилган кундан бошлаб, агар сотилган вақти номаълум бўлса, ишлаб чиқарилган кундан бошлаб ҳисобланади.

Яроқлилик муҳлати меъёрий-техник ҳужжатлар ёки

шартнома билан, озиқ-овқат товарлари учун фақат ишлаб чиқарувчининг меъёрий-техник ҳужжатлари билан белгиланади ва тайёрланган кундан бошлаб ҳисобланади.

Баъзи бир техник жиҳатдан мураккаб (автомашина, мотоцикл, телевизор), ҳар хил алоҳида қисмлар билан йиғилувчи товарлар учун кафолатли муддат унинг қисмлари учун алоҳида ўрнатилиши мумкин (шиналар, аккумуляторлар, кинескоплар ва бошқалар). Кафолатли муҳлати ўтган озиқ-овқат маҳсулотларини сотиш қатъий ман этилади. Баъзи бир туриб қолган маҳсулотларни махсус ваколатли идораларнинг рухсати билан зарурий экспертизалар ўтказилгандан кейин сотишга рухсат берилади.

7.5. Шартномавий мажбуриятларининг айланма ҳужжатлари

Контракт ва келишув мажбуриятларининг махсус ёзма шакли — бу ишга тушириш айланма ҳужжатларидир. Улар ғарб давлатлар ишбилармонлари дунёси битимларида кенг ишлатилади. Республикамиз халқ хўжалигини бозор иқтисодига ўтиши муносабати билан ишга тушириш ҳужжатлари бизда ҳам кўп ишлатила бошланди. Улар орасида кўпроқ тарқалгани чеклардир.

Чек — бу банкка маълум миқдордаги пулни ёки чекни имзолаган шахсни ҳисобидан бошқа ҳисобга ўтказишга ёзма буйруқ берувчи махсус ҳужжат ҳисобланади. Бошқа ҳолларда чек касса аппаратидан олинадиган талон бўлиб, унда товар учун тўланган пул миқдори кўрсатилган бўлади ёки кассага берилган квитанция бўлиб, унда товар учун тўланиши зарур бўлган пул миқдори кўрсатилган бўлади.

Вексель — бу қонун томонидан ўрнатилган шаклда расмийлаштирилган, бир шахсга иккинчи шахсдан векселда кўрсатилган пулни белгиланган вақтда ва жойда талаб қилиш ҳуқуқини берувчи ҳужжатдир.

Вексель мажбурияти — *баҳслашувсиз ва қатъийдир.* Вексель тўловини бошқа шартларга боғлаб қўйиши мумкин эмас.

Оддий ва ўтказиш (тратта) векселлари бўлиши мумкин. *Оддий вексель* — бу ҳеч нарса билан боғлиқ

бўлмаган вексель берувчининг мажбурияти бўлиб, муддати келганда вексель эгасига маълум миқдордаги пулни тўлашидир.

Ўтказувчи вексель — эгасининг ёзма қарори бўлиб, у пул тўловчига йўналтирилган векселда кўрсатилган пулни учинчи шахсга — вексельнинг биринчи эгасига тўлаш тўғрисида буйруқдир.

Домицилированли вексель — бу огоҳлантиришга эга вексель бўлиб, учинчи шахс томонидан тўланадиган тўловни тўловчининг турар жойида ёки бошқа жойда тўлашини кўрсатади, бу огоҳлантириш вексели унинг эгаси томонидан берилади.

Бланко-вексель — бу ҳужжат бўлиб унда битта ёки бир неча оддий реквизитлар бўлмайди (вексель ушлаб турувчининг имзоси, пул миқдори ва чиқариш муддати). Бланко-вексель муомалага вексель ушлаб турувчи томонидан ёки тўловчи томонидан бланк акцепти натижасида чиқарилиши мумкин. Соло вексель — бу битта шахс имзолаган векселдир. Вексель акцепти ўтказувчи вексель билан боғлиқдир, у оддийлардан фарқли равишда заёмчи томондан берилмайди, балки кредитор томонидан заёмчига берилади. Вексель айланмаси қатнашчилари орасидаги муносабатлар вексел қонунлари махсус меъёрлари билан тартибга солинади. Кўпчилик давлатларда бундай қонуният Женева вексель конвенциясига (1930) асосланган, кўпчилик Европа давлатларида бу конвенция қонунлари ратификация қилинган.

Вексел икки турга бўлинади: фоизли ва дисконтли.

Фоизли вексель — бу номинал миқдордаги маблағни ҳамда номинал миқдорга асосланган фоизлар олинганини йиғиндисини тўлаш ҳақидаги мажбуриятдир.

Дисконтли вексель — бу маълум миқдордаги пул миқдорини тўлаш мажбурияти бўлиб, номиналдан ажратма (скидка) айириб ташланади ва унда кўрсатилган сумма тўланади.

Шартнома мажбуриятларининг ишга тушириш (айланма) ҳужжатлари ичида кенг тарқалгани бу акциялар, аллонжлар, гаровга қўйилганлар, облигациялар, тўлов топшириқлари, талаблар фактураси.

Акция — муомала муддати ўрнатилмаган, корхона тараққиёти учун киритилган маблағни тасдиқловчи қимматбаҳо қоғоздир.

Аллонж — вексел бланкида жой қолмаганда ёзув-

ларини ўтказиш учун векселга бириктириладиган қўшимча варақ. Шу билан бирга аллонжда аваль ҳосил қилиш мумкин, яъни вексель кафиллиги, банк кафолати. Аваль векселнинг тўлиқ нархини ёки унинг бир қисмини кафолатлаши мумкин.

Гаров хати — бу қарздорларнинг кўчмас мулкини (иншоот, ер) гаровга бериш ҳақидаги ҳужжат. Бу ҳужжат, агар келишилган муддатда пул мажбурияти тўланмаса, қарз берувчи шахсга ушбу мулкни ким ошди савдосида сотиш ҳуқуқини беради. Гаров хати нотариус томонидан тасдиқланган бўлиши керак.

Облигация — ушбу қоғоз эгаси фоиз ҳисобида олдиндан белгиланган даромад келтирувчи қимматбаҳо қоғознинг бир тури. У корхона даромадларига қараб, ўз даромадини ўзгаришига олиб келадиган акциядан фарқ қилади.

Танлов топшириғи — ҳисоб-китоб ҳужжати. Тўловчи муассаса хизмат кўрсатувчи муассаса банкка ўз ҳисоб рақамидан олувчи ҳисоб рақамига маълум бир миқдорда пул ўтказиш топшириғини ўз ичига олади.

Тўлов талаби — ҳисоб-китобнинг акцепт шаклида тўланувчи, харидорга маълум бир миқдордаги маблағни банк орқали тўлаш талабини ўзида мужассамловчи ҳисоб-китоб ҳужжатидир.

Фактура — сотувчи томонидан харидор номига у харид қилган молни керакли жойга элтишни тасдиқловчи ёки хизмат ва унинг нархи ёзилган ҳисоб ҳужжати.

8. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ АСОСИЙ БОСҚИЧЛАРИ

8.1. Бозорнинг конъюнктураси ва ресурсларининг имкониятини таҳлил қилиш

Ҳар бир ишни бошлашдан олдин тадбиркор ишлаётган иқтисодий шароитни, маълум бир маҳсулотга бўлган эҳтиёжни ёки қулайроқ имкониятлардан фойдаланишни таҳлил қилиши керак. Бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларнинг мутахассислари СВОТ—таҳлилдан фойдаланишни таклиф этадилар. СВОТ қисқартма сўз бўлиб, инглиз тилидаги «қувват», «кучсизлик», «имкониятлар», «таҳлил» каби сўзларнинг бош ҳарфларидан ташкил топган. Демак, тадбиркорлар ёки

фирманинг менежери ўзининг иш фаолиятини қуйидаги омилларни инобатга олиб белгилайди:

- корхонанинг ташқи муҳитга нисбатан қуввати ва камчилиги;
- ташқи муҳитдан келиб чиқадиган имкониятлар ва таҳлиллар.

Ҳолат таҳлили ҳозирги вақтдаги ишнинг аҳволи ва бизнес ривожланишининг йўналишларини келажакдаги истиқболини баҳолашга имкон беради. Бу эса корхона қувватини ошириш ва нуқсонларни бартараф этишга мўлжалланган (имкониятлардан фойдаланиш ва туғиладиган таҳлилни бартараф этиш учун) бизнес-режаларини тузиш ва уларни амалга ошириш йўли билан қилинади. Бунда бозор конъюнктурасини ўрганишга алоҳида эътибор берилади. Янги маҳсулотга бўлган эҳтиёжни тажриба учун маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш билан белгилаш лозим. Бу эса ўз навбатида нафақат бозор келажагини белгилайди, балки хўжалик фаолиятининг андозасини яхшилаш, меҳнат харажатларини аниқроқ ҳисоблаш ва маҳсулот ишлаб чиқаришга кетган материаллар харажатини ҳисоблаш ва энг муҳими ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг сотиб олинишига ишонч ҳосил қилинишига ёрдам беради. Тадбиркорликнинг ташқи муҳит билан алоқаси ўзгаришларга бойлигини таъкидлаб ўтиш лозим. Шунинг учун тадбиркорлик фаолиятидаги имкониятларнинг ўзаро алоқаси муваффақиятли ва муваффақиятсиз шартномалар, ишлаётганлар сони, янги маҳсулот ишлаб чиқариш ва инвестицияларга боғлиқ ҳолда ўзгаради. Тадбиркорлик тизимига таъсир натижасида ташқи муҳит ҳам ўзгаради. Масалан, бир қатор фирмалар фаолиятини тўхтатиш ҳақидаги қарор шу туман ҳудудидаги ишсизликни кўпайтиради, маҳсулот ва хизматга бўлган талабни пасайишига олиб келади. Нақд пул келишидаги вақтинчалик муаммоларни ҳал қилиш учун қарз мажбурияти битимини тўхтатиш молиявий шубҳа туғдириши мумкин, бу эса кредит олишда қўшимча қийинчиликларга олиб келади.

Тадбиркор, фирма менежерининг вазифаси шундан иборатки, корхонанинг ташқи муҳит билан мослашувига, фойдаланиладиган ишлаб чиқариш омилини (ер, меҳнат ва бошқа маблағ), улар ишлаб чиқарадиган маҳсулотга, кўрсатадиган хизматга айлантириш.

Кичик бизнесда келажаги порлоқ йўналишларда ўз фаолиятини жамловчи, қисқа муддатларда янгилик киритувчи, лойиҳа ва режаларни амалга оширишда турли ташкилий масалаларни уддабуронлик билан ҳал қилувчи, жамоада ижодий микроиқлимни вужудга келтирувчи тадбиркорлар муваффақият қозонадилар.

8.2. Тадбиркорларни давлат рўйхатидан ўтказиш

Кичик бизнесда хўжаликни бошқарувчи шахсларнинг ҳаммаси белгиланган тадбирда давлат рўйхатидан ўтишлари керак. Бу тадбирнинг икки мақсади бор. Бир томондан тадбиркорлик тизимини ноинсоф шериклардан, бошқарув тизимини суиистеъмол қилишдан давлат ҳимояси масаласи қўйилган бўлса, иккинчи томондан — рўйхатга олиш ёрдамида корхона ва тадбиркорларнинг фаолияти, давлат ва маҳаллий бюджетга солиқларнинг келиб тушиши, бошқа тўловларнинг тўлаш тартиби назорат қилинади.

Давлат рўйхатидан ўтказиш шахснинг турар жойи ёки юридик манзилгоҳи жойлашган жойда амалга оширилади.

Корхоналарнинг баъзи турлари учун (банклар, суғурта ширкатлари, босмахоналар) рўйхатдан ўтказишда бошқа тартиб ва бошқа органлар белгиланган. Агарда фуқаро юридик шахс бўлмасдан тадбиркор бўлишни хоҳласа, унда у белгиланган тартибда ариза бериши, рўйхатдан ўтказилиши учун керакли тўловни тўлаганлиги ҳақидаги ҳужжат бериши керак. Аризада 5 йил муддатга тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиши сурилади ва фаолият турлари кўрсатилади. Шунингдек, аризага ўзи ҳақида маълумот ва тадбиркорлик фаолиятини ошириш йўл-йўриқлари ёзилган ахборот қўшилади.

Ариза билан биргаликда бошқа ҳужжатлар, дипломлар, гувоҳномалар ҳайдовчилик гувоҳномаси, лицензиялар ва агарда тадбиркорлик одамлар соғлиғига ёки табиатга зарар келтирадиган бўлса, керакли ҳужжатлар тақдим этилади. Ариза берилган кундан бошлаб 30 кун давомида кўрилади. Шу вақт ичида уни рўйхатдан ўтказиш ёки рад этиш ҳақида маълумот берилади. Хулоса 5 кун мобайнида ёзма равишда аризачига юборилади. Рўйхатдан ўтказилган тадбиркор ҳақидаги маълумот 10 кун ичида маҳаллий давлат бош-

қарув органларига, давлат солиқ инспекциясини туман бўлинмасига, Молия Вазирлигига, статистика органига, давлат рўйхатдан ўтказиш бўлинмасига ва республика кўрсаттичлар бўлинмасига берилади. Тадбиркорга рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги гувоҳнома берилади. Унда юридик шахс бўлмаган тадбиркорлик фаолияти турлари санаб ўтилади.

Давлат рўйхатидан ўтказиш ва қайта рўйхатдан ўтказиш ва ўз фаолиятини ўзгартирганлиги учун тадбиркор бож тўлайди. Тадбиркорнинг жисмоний имконияти ва аҳоли учун фаолиятининг аҳамияти ҳисобга олиниб тўлов ҳажми камайтирилиши мумкин.

Агарда фаолият турлари илтимосномага биноан белгиланган амалдаги тадбирга тўғри келмаса, рўйхатдан ўтказувчи бўлим фуқаро аризасини рад этиши мумкин.

Рад жавоби мақсадга мувофиқ бўлмаслиги мумкин эмас, агарда аризачи ўз аризасига рад жавоби билан қониқмаса у судга шикоят қилиши мумкин, қонунга мувофиқ давлат рўйхатидан ўтказиш рад этилса, фуқаро ёки тадбиркорга тўловдан 50% фоизи қайтариб берилади.

Рўйхатдан ўтмаган тадбиркор фаолияти тақиқланади, борди-ю тадбиркор фойда олса, унинг фойдаси суд томонидан маҳаллий бюджетга ундирилади.

Юридик шахсни давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби анча мураккаброқ. Рўйхатдан ўтказишга ариза ва бож тўланганлиги ҳақидаги ҳужжатлардан ташқари қуйидаги ҳужжатларни тақдим этиш лозим:

1. Нотариусда тасдиқланган юридик шахс тузувчи таъсис ҳужжатлари (низом ва бир неча шахс томонидан корхона тузиш ҳақидаги шартнома нусхаси;

2. Юридик манзилни (таъсис этувчиларни бирининг турар жойи манзилгоҳи ёки иморат берувчи бирон бир ташкилот манзилгоҳи бўйича рўйхатдан ўтказиш мумкин) тасдиқловчи ҳужжат.

3. Агарда таъсисчи ишламаса меҳнат дафтарчасидан кўчирма ёки иш жойидан эгаллаб турган лавозими ҳақида маълумотнома.

Давлат рўйхатидан ўтказилиши учун корхонанинг тўлов ҳажми унинг фаолияти мақсадлари ва вазифалари, маҳаллий аҳолига ёки халқ хўжалигига оид маҳсулот ишлаб чиқариши, ишчилар сони ва бошқа мажбуриятлар ҳисобга олиниб камайтирилиши мумкин.

Ҳужжатлар топширилгандан сўнг бир ой мобайнида корхона рўйхатдан ўтказилиши керак. Рўйхатдан ўтказилганлигини тасдиқловчи ҳужжат бўлиб, рўйхатдан ўтказилганлиги ҳақидаги гувоҳнома хизмат қилади. Қонунга мувофиқ рўйхатдан ўтказиш рад этилса, тўланган божнинг 50 фоизи корхонага қайтариб берилади.

Рўйхатга олинган кундан бошлаб корхона қонунга асосан барча турдаги фаолият билан шуғулланиши мумкин. Корхона лицензия олиш лозим бўлган фаолият турларига албатта лицензия олиши керак.

8.3. Хўжалик юритувчи субъектларга баъзи бир фаолият турларини олиб боришлари учун рухсатнома бериш тартиби

Тадбиркорликнинг айрим турлари билан шуғулланишга давлат томонидан вакил қилинган бўлинмалардан рухсатнома олингандан кейингина ижозат берилади. Бундай бўлинмалар рўйхатини Республика Вазирлар Маҳкамаси белгилайди. Рухсатнома 5 йил муддатга берилади ва корхонага ёки тадбиркор хоҳишига қараб муддати узайтирилиши мумкин. Муддати узайтирилган рухсатнома берилаётган вақтда фаолият турларига қараб, энг паст ойлик иш ҳақининг чорагини ташкил этувчи бошланғич нархига қараб тўлов ўрнатилади.

Рухсатнома корхонани бошқаришдан манфаатдор бўлган шахснинг таъсис ҳужжатлар нусхаси илова қилинган аризасига қараб берилади. Зарурият туғилган пайтда аризачидан корхонанинг фаолият якуни ва шароитига бўлган талабларни бажарилаётганини тасдиқловчи бошқа қўшимча ҳужжатлар талаб қилиниши мумкин.

Керакли ҳужжатлар ва ариза берилгандан сўнг 30 кун давомида рухсатнома бериш ҳақидаги қарор қабул қилинади. Рухсатнома бериш ёки бермаслик ҳақидаги қарор қабул қилинган кундан бошлаб 5 кун ичида аризачига маълум қилинади.

Агарда рухсатнома бериш учун керакли қарор қабул қилишда экспертиза талаб қилинса, бу экспертизани вазифаси назорат қилишдан иборат бўлган давлат органлари амалга оширади ва у ҳолда экспертиза хулосаси олингандан сўнг 15 кун мобайнида ариза ва

керакли ҳужжатлар топширилгандан сўнг 60 кундан кечиктирмай қарор қабул қилинади. Бунда экспертиза ўтказиш учун кеттан харажатларни аризачи тўлайди.

Рухсатнома икки нусхада бўлиб, ҳужжат беришга жавобгар шахс томонидан қўл қўйилиб, бераётган органнинг муҳри босилиб, бир нусхаси аризачига берилади. Рухсатномага рухсатнома бераётган муассаса номи; юридик шахс номи ва манзили ёки фаолиятни амалга ошираётган шахснинг исми фамилияси, турар жойи; рухсатнома берилаётган фаолият тури; фаолиятни амалга ошириш қоидалари ва шарт-шароитлари; рухсатнома рўйхат рақами; берилган вақти ва муддати ёзилади.

Агарда бошқарувчи шахс рухсат этилган фаолиятни амалга оширишда рухсатномада белгиланган қонун-қоидаларни, амалдаги қонунни бузса ёки аҳоли ҳаётига хавф-хатар келтирувчи бирон бир ҳодиса ёки таҳлика туғдирса, у ҳолда рухсатнома берган муассаса маълум бир муддатта корхона фаолиятининг камчиликларини бартараф қилгунича тўхтатишга ёки рухсатномани тўхтатмасдан камчиликларни бартараф қилиш тўғрисида корхона раҳбарига керакли йўл-йўриқ беришга ёки назорат қилиш бўлинмаларининг керакли хулосасига асосланиб, огоҳлантиришсиз корхона ёки тадбиркорни рухсатномадан фойдаланиш ҳуқуқидан маҳрум қилишга ҳақли.

Рухсатномани бериш ҳақидаги рад жавоби ёки корхонанинг фаолиятини тўхтатиш ҳақидаги қарори 30 кун мобайнида рухсатнома берган муассаса жойлашган ҳудуд судида қайта кўриб чиқилиши мумкин. Агарда корхона фаолиятини тўхтатиш ёки рухсатнома бермаслик ҳақидаги қарорини суд рад этса, бошқарувчи шахсга қайтадан рухсатнома берилади, бунинг учун ҳақ олинмайди.

Агарда корхона фаолияти тугатилса ёки рухсатномадан фойдаланиш ҳуқуқидан маҳрум қилинса, у рухсатнома берган муассасага қайтарилади.

8.4 Таъсис ҳужжатлари

Корхонани давлат рўйхатидан ўтказиш учун корхона низоми ва агарда корхона бир неча шахслар иштирокида тузилган бўлса корхона тузилиши ҳақидаги

шартнома асосий таъсис ҳужжати бўлиб хизмат қилади.

Корхона низоми ва таъсис шартнома лойиҳасини корхона тузувчи шахслар ёки ташаббускор шахс тузади.

Низомда нимага асосланиб корхона тузилмоқда эканлиги, унинг қисқа ёки тўлиқ номи, рус, инглиз ёки керак бўлса бошқа тилларда ҳам кўрсатилади. Хўжалик фаолият мақсади аниқланади ва мақсадни қандай йўллар билан амалга ошириш вазифалари, яъни тадбиркорлик турлари, шунингдек, рухсатнома олиниши керак бўлган турлари белгиланади. Корхонанинг ўз мажбуриятларига чекланган жавобгарлик ва унинг фаолият муддати ўрнатилади.

Корхона манзилгоҳи, телефони ва телефакси, биринчи молиявий йил бошланиш вақти кўрсатилади. Хўжалик фаолиятини бошлаш учун низом маблағининг ҳажми аниқланади.

Амалдаги қонун асосида корхона ҳақ-ҳуқуқлари, дивидендлар тўлаш ва даромадни бўлиш тартиби низомда кўрсатилади.

Низомда корхона бошқаруви, унинг олий органига алоҳида эътибор берилади. Конференция қатнашчилари, раҳбарлар кенгаши ёки бошқарма Олий орган бўлиши мумкин. Бу сайловда сайланган расмий ва мансабдор шахслар корхона фаолиятининг самарали йўналишларида мақсадни амалга ошириш вазифалари ва ваколатлари белгиланади. Корхона раҳбари, унинг муовинлари ва корхонанинг ҳамма аъзоларининг вазифа ва ҳақ-ҳуқуқлари аниқланади. Корхона ревизия комиссиясини сайлаш шартлари ва унинг вазифалари, иш қоғозлари олиб боришга бўлган талаблар кўрсатиб ўтилади.

Таъсис шартнома корхонани фуқаролар жамоаси томонидан корхона ташкил қилишнинг шарт-шароитларини аниқ белгилайди. Унда ҳар бир қатнашчининг маблағ қўшишдаги улуши аниқланади.

Таъсис шартномада қуйидаги саволлар ўз аксини топган:

- корхона тузишда томонларнинг розилиги;
- корхона мақсадлари;
- юридик шахс ҳақ-ҳуқуқларини эгаллаш шароитлари;
- низом маблағи ва эгалик ҳуқуқи; манфаатлар низо-

ларининг ҳал қилиниши; корхона ишчиларининг ҳуқуқ ва мажбуриятлари (бурчлари);
- сармоянинг тақсимланиши;
- захира фондини ташкил қилиш; корхона аъзоларининг овозлари сони;
- бошқарув органлари; корхона фаолиятини тўхтатиш; шартноманинг кучга кириш шарт-шароитлари.

Корхонанинг низоми ва таъсис шартнома лойиҳаси умумий мажлисда кўрилади ва баённома тузилади.

8.5. Корхонани ташкилий расмийлаштириш

Давлат рўйхатидан ўтказилгандан ва тадбиркорлик фаолиятига рухсат этилгандан сўнг, корхона раҳбарияти думалоқ муҳрга ва бошқа муҳрларга буюртма бериб, олиши, банкда ҳисоб рақами очтириши, солиқ инспекцияси, аҳолини ижтимоий ҳимоялаш фонди ва банд қилиш марказидан рўйхатдан ўтказиши керак.

Думалоқ муҳр ва бошқа штампларни тайёрлатишга буюртма беришдан олдин корхона ўзи жойлашган тумандаги ички ишлар бўлимига муҳр ва штампни кўрсатиши; корхонанинг рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги ҳокимият қароридан кўчирма, ҳокимият тасдиқлаган икки нусхадаги муҳр ва керакли штамп чизмалари тақдим этилгандан сўнг амалга ошириши мумкин.

Ички ишлар бўлими рухсатни алоҳида хат ёки илтимос хати кўринишида беради. Чизмалар эса керакли ёзув, муҳр билан тасдиқланган бўлади.

Муҳр ва штамп тайёрлаш учун буюртмага иш юзасидан ёзишув учун махсус бланкни ҳам қўшиш мақсадга мувофиқ бўлар эди.

Кейинчалик бу бланк Давлат патент идораси томонидан бериладиган тадбиркорлик тизимини товар тақдирлаш белгиси билан тўлдириши мумкин.

Харидор ва шериклар билан кредит ҳисоб-китоб муносабатлари ташкил этиш учун банк муассасасида ҳисоб рақами очиши мақсадга мувофиқ. Банкка ҳисоб рақами очиш учун ариза; ҳокимият тасдиқлаган таъсис ҳужжатлари; нотариус тасдиқлаган имзо намуналари муҳр ва штамп билан тасдиқланган карточкалар, ҳокимиятнинг маҳаллий кенгаши корхонани давлат рўйхатидан ўтказганлиги ҳақидаги қарор кўчирмаси ёки нотариус тасдиқлаган маълумотнома ёки кўчирма,

солиқ инспекциясидан рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги қарор маълумотномаси берилиши керак.

Банк муассасаси аризачига ҳисоб рақами очади, унинг рақамини корхонанинг низоми (асл нусхасига) ёзади ва бош ҳисобчининг имзоси қўйилиб, банкнинг гербли муҳри босилади.

Корхонанинг вақтинчалик муҳри бўлмаса, банк муассасаси рақам соҳибига муҳр тайёрлаш учун маълум муддат беради ва бу вақт ичида ҳисоб-китобнинг пулли ҳужжатлари муҳрсиз берилишига рухсат беради.

Ҳисоб рақамига нақд пул билан келадиган тушум ва нақд бўлмаган ҳолда келадиган маблағни ҳисобга ўтказиш, банкдан нақд пул олиш, ҳисоб рақамидан таъминловчига пул ўтказиш, кредит олиш ва бошқа масалалар шартнома асосида корхона ва банк муассасаси томонидан ҳал қилинади. Корхонанинг бошқа корхона, ташкилотлар баъзи тадбиркорлар билан бўладиган аниқ ҳисоб-китобларни шартнома бўйича белгиланади.

Шунингдек, юридик шахс бўлмаган тадбиркор, банк муассасасида ҳисоб-китоб, кредит ва касса операцияларини олиб бориш учун ҳисоб рақами очиши мумкин. Бунинг учун ариза, тадбиркорнинг давлат рўйхатидан ўтказилганлиги ҳақидаги ҳужжат нотариус тасдиқлаган ўз имзо намунаси бўлган карточка солиқ инспекциясида рўйхатда турганлиги ҳақидаги маълумотнома бўлиши керак.

Тадбиркор ўз ҳисоб рақамидан фойдаланишни нотариус тасдиқлаган ишонч қоғози орқали бошқа шахсга бериши мумкин.

Борди-ю, тадбиркор вафот этса, тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш бўйича мажбуриятлар унинг меросхўрига ўтади. Бундан унинг номига очилган ҳисоб рақамини бошқатдан расмийлаштиришга тўғри келади. Меросхўр қонуний равишда ўз фаолиятини бошлашдан олдин, банк муассасасига ҳисоб рақамини ўз номига қайта расмийлаштириш ҳақидаги ариза, нотариус тасдиқлаган ўз имзосининг намунаси бўлган карточка ва меросхўрлик ҳақидаги гувоҳнома топшириши керак.

Тадбиркор ҳисоб рақамида бўлган пул қолдиғидан фойдаланганлиги учун банк унга шартномада белгиланган маълум фоиз тўлайди.

Барча тадбиркорлик тизими яшаш жойидаги аҳоли-

ни ижтимоий ҳимоялаш фонди ва бандлик марказидан рўйхатдан ўтиши керак. Бунинг учун улар бу ташкилотларга белгиланган тартибда керакли ҳужжатларни беришлари керак, сўнг уларга керакли хабарномалар юборилади.

9. КИЧИК БИЗНЕС ВА УНИНГ ТАРАҚҚИЁТ ИСТИҚБОЛИ

9.1. Республикада кичик бизнеснинг ҳозирги пайтдаги иқтисодий самарадорлиги

Мутахассислар баҳосига кўра, МДҲ давлатларидан нодавлат бизнеснинг саноатда улуши ишлаб чиқаришнинг умумий ҳажмидан 15 фоизни ташкил этади. Кичик бизнеснинг тадбиркорлик тизими томонидан аҳоли талабини қондирадиган маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми 10 дан 30 фоизгача, савдо соҳасида эса 30 фоиздан ортиғини ташкил этади.

Расмий хабарларга, низом ҳужжатларига ва солиқ инспекциясига бериладиган маълумотларга қараганда тадбиркорлик тизимининг ярмига яқини саноат ва савдо тармоқларида фаолият кўрсатади. 20 фоизи қурилиш тармоғида ишлайди. Қолган барча фаолият турларига (қишлоқ хўжалиги, ишлаб чиқариш, таълим, илм-фан, тиббиёт, молия тармоқлари, воситачилик) 30 фоизи тўғри келади.

Аммо ҳақиқатда эса тадбиркорлик тизимининг фаолияти умуман бошқача: тадбиркорларнинг 60 фоизигача савдо-сотиқ ва турли хил воситачилик фаолияти билан шуғулланар экан.

Ташқи вазиятнинг таъсири остида Ватанимиз тадбиркорлари оммавий равишда асл фаолиятни амалга оширмаётганлиги кўриниб турибди.

Яшаш истаги шахсий маблағни, маҳсулотларнинг сонини оширишга эмас, балки уларни қайтадан тақсимлашга йўналтиришга ундайди.

Кўпинча ишбилармон тадбиркорлар ўз фаолиятини давлат нархи ва эркин (биржа) нарх орасидаги фарқдан фойдаланишдан бошлаганлар, бунга давлат саноат корхоналари ва мустақил тадбиркорлар орасидаги яқинлик сабаб бўлган.

Ҳақиқатда эса охиргиларнинг мустақиллиги давлат маҳсулотини сотиш йўлларини топиш билан чегара-

ланган, бунда давлат корхона раҳбарлари ва давлат бошқарувидаги юқори органлар даромадни тақсимлашни назорат қилишни ўз қўлларига олганлар.

Ҳозирги шароитда давлат корхоналари маҳсулотларини сотиш йўли билан устама фойда олиш, эркин нархга ўтиш ҳисобига пасайиб кетди. Воситачиларга давлат маҳсулотларини қайта сотишдан деярли фойда олиш мумкин бўлмай қолди. Шунинг учун тадбиркорлик тармоғида ички ва дунё миқёсидаги нархларнинг фарқидан фойдаланиш даромад манбаи бўлиб қолди. Бунда савдодан тушган пулнинг бир қисми Республикага расмий равишда қайтариб берилади, бошқа қисми эса чет мамлакатларда қолади. Оффшорли шерикларнинг ҳисоб рақамига қанча валюта тушаётганлигини аниқлаш қийин, чунки бу тадбиркорлар ва давлат хизматчилари орасидаги сирлардан биридир.

Ана шундай тадбиркорликни ривожлантиришдаги салбий томонлар Республикадаги қонунлар негизининг етарли даражада ишламаганлигининг гувоҳи бўлади. Айнан мана шу ерда бир томондан давлат ҳокимият тизими ва миллий банкнинг, иккинчи томондан тижорат банклари ва бошқа тадбиркорлик тизими орасидаги ғайритабиий муносабатларнинг дастлабки сабаблари яширинган.

9.2. Кичик бизнес стратегияси ва муаммолари

Асримизнинг иккинчи ярмида кичик бизнес кўп мамлакатларда тадбиркорликнинг динамик қисми бўлиб қолди. Ҳукумат кичик ва ўрта бизнесни миллий иқтисоднинг ўсиши учун озиқлантирувчи тармоқ сифатида кўради. Тадбиркорликнинг бу шаклидаги қадр-қиммати қуйидагилар ташкил этади: ҳаракатнинг мустақиллиги; тезкор ва ўзгарувчан қарорларнинг бўлиши мумкинлиги; маҳаллий шароитларга мослашуви; аҳоли ўртасида кичик бизнесга бўлган ишончнинг мавжудлиги, бир неча касбнинг бирлаштириш имкониятининг борлиги; бизнес операциясига кетадиган харажатнинг камлиги; узоқ муддатли фойдалар; тезкор моддий фойдага бўлган имкониятлар.

Турли мамлакатларда кичик ва йирик бизнес орасидаги муносабатларнинг ҳуқуқий ва иқтисодий шакли ҳар хил. Қонунчилик кичик бизнесни хўжаликнинг мустақил шакли сифатида ташкил қилиш ва йирик

корхоналар қошида амалга оширишга рухсат беради. Бу тадбиркорлик фаолиятининг тез жонланиши ва бозорни маҳсулотлар билан тўлишига ёрдам беради. Бундан ташқари республикада кичик бизнеснинг шаклланишига саноатнинг тараққий этган тармоқларининг мавжудлиги, булар асбобсозлик, радиоэлектроника, қишлоқ хўжалигида эса жуғрофик муҳит фермер хўжалигининг ривожланишига ёрдам беради.

Республикада кичик бизнеснинг қайси шакли самарали эканлигини хўжалик фаолияти йўналишлари ва ишчилар сони бўйича қайси корхона чидамлилигини ҳозир айтиш қийин.

Кичик бизнеснинг шаклланиши ва ривожланишида олинган тажрибани умумлаштириш ва маълум хулоса қилиш ва таклифлар киритиш учун маълум бир вақт керак.

Бироқ ҳозирдан кичик бизнеснинг ривожланиш муаммолари аниқ. Улар мулкни тўла ҳимоя қила оладиган ва шартномаларни бажаришни кафолатлайдиган ҳуқуқий тизимнинг йўқлиги туфайли пайдо бўлмоқда.

Кичик бизнеснинг самарали ривожланиши учун республика иқтисодиёти қуйидаги йўналишларда ривожланиши керак: ҳуқуқий таъминот, солиқ тизимининг такомилланиши, хусусийлаштириш, тадбиркорлик фаолиятининг харидорга мослашуви ва бошқалар.

9.3. Кичик бизнеснинг давлат томонидан қўллаб-қувватлаш тизими

Кичик бизнеснинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши қуйидаги таркибий қисмларни ўз ичига олиши керак: бюджет орқали бевосита ёрдам пули (масалан, АҚШда ёрдам пули йилига 300 минг долларга яқин миқдорни ташкил қилади). Пул ҳажми кичик бизнес суғурта қилинмаган зарарларни қоплаш учун белгиланган бўлиши керак. Ёрдам пули инновациянинг хавфли лойиҳаларини қоплайди ва катта бизнес талаб қилмайдиган маҳсулот турларини ишлаб чиқаришни кучайтиради.

Кичик бизнесга йирик корхоналар (асосий пудратчилардан пудратга олиш тури бўйича) бериши керак бўлган буюртманинг мажбурий фоизи белгиланган давлат буюртмаларини катта корхоналарга жойлаштиради. Давлат банк кредитларини олишда кафил сифати-

да чиқади. Шунинг учун майда бизнесга кредит олиш анча енгилроқ; кичик бизнес солиқ имтиёзларига эга бўлиши керак. (Масалан, АҚШда солиқлар умумлаштирилганда фойданинг 44 фоизини ташкил этади: 36 фоизи миллий, 8 фоизи — штат солиғи). Агарда фирма ижтимоий тармоққа ёки ишлаб чиқаришнинг ривожланишига ажратилган маблағини кўпайтирса, солиқ солинадиган улуш қисқартирилиши мумкин.

Масалан, Буюк Британия ва Италияда ёш тадбиркорлар юқори чегириш билан тадбиркорлик фаолиятини бошлаш ва давом эттириши ҳақида, шунингдек бозорга қандай чиқиш мумкин, ишбилармон шериклари-ни қандай топиши ҳақидаги маслаҳатларни текинга олиши мумкин. Бундан ташқари у ўзини қониқтирадиган нархга ижарага иморат ва хусусий бизнесни бошлаш учун керакли асбоб ускуна олиб, амалий ишда синаб кўриши мумкин.

МДҲ мамлакатларида кичик бизнесни давлат томонидан маблағ билан таъминлаш бюджетда пул кам бўлганлиги учун арзимаган миқдорда амалга оширилади.

9.4. Кичик бизнеснинг иқтисодий самарадорлигини оширишнинг асосий йўллари ва омиллари

Республикада кичик бизнеснинг такомилланиши ва ривожланишида ташқи, ички омил ва шароитлар, яъни чет эл мамлакатлари билан иқтисодий интеграциянинг юқори савияси, чет эл кредитларини, чет эл инвестицияларини, заёмларини жалб қилиш, бозор муносабатлари ривожланиш даражаси инфраструктура аҳволи, ташкил қилинган иқтисодий ишлаб чиқариш имкониятларидан фойдаланиш савияси, меҳнат ва табиий манбалар муҳим аҳамиятга эга.

Яқин орада экспорт ва импортни бирданига бошқа йўналишга буриш мумкин эмас. Янги бозорларда маҳсулот ва хом-ашё сотиб олиш учун валюта керак. У эса ҳозир етарли даражада эмас. Шунинг учун Республика МДҲ ва Россия бозорларида ўз маҳсулотларини сотишни сақлаб қолиш керак. Келажакда иқтисодий тизимни қайта қуриш муносабати билан Марказий ва ғарбий Европа мамлакатлари билан аста-секин интеграция бўлиши учун объектив асослар туғилади.

Кичик бизнес шаклларини ташкил этишда ишлаб чиқаришни замонавийлаштириш, экспорт имкониятларини кенгайтириш учун валютага сарф қилинган харажатларни қоплай олиш негизида, шунингдек бевосита чет эл инвестиция негизида чет эл кредит, заёмларини жалб қилиш муҳим аҳамиятга эга. Республика шундай вазиятда қолганки, у маблағ билан таъминлашнинг ноанъанавий усулларини жалб этмай туриб, иқтисодий вазиятта таъсир кўрсата олмайди.

Республиканинг халқаро тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш фондлари, халқаро валюта фонди, Европа тикланиш ва ривожланиш Банки, Жаҳон Банки ва унинг филиали бўлган халқаро молиявий корпорация, инвестиция ва кафолат халқаро агентлиги билан ҳамкорлиги ижтимоий-иқтисодий дастурни амалга ошириш учун имтиёзли равишда кредит олиш имкониятини туғдиради.

Бироқ республиканинг яқин ва узоқ хорижий мамлакатлар билан турли алоқаси қанчалик яхши бўлмасин, кичик бизнес ривожланишида ички шароит ва омиллар ҳал қилувчи роль ўйнайди. Бу омиллар ичида энг муҳими — бозор алоқаларининг ривожланиш даражасини ўта пастлиги.

Бунинг сабаби бир томондан бу ислоҳотларни амалга ошириш бошлангандан бери қисқа вақт ўтганлигида бўлса, асосийси — мутаносиб кучларнинг ислоҳотларга қаршилиги, керакли бозор инфраструктура тузилишининг йўқлиги, бошқарув ҳуқуқлари ва унинг нормаларини амалга ошириш механизмининг такомиллашмаганлигидир.

Республиканинг иқтисодий ишлаб чиқариш имкониятларидан (собиқ СССР даврида республикада 1990 йилда ҳудуднинг бир фоиз, аҳолининг 3,7 фоизини ташкил қилишига қарамай, умумий маҳсулот ва миллий даромад 4,3 фоиз, саноат маҳсулотлари 4,5 фоиздан ошиқ, қишлоқ хўжалик маҳсулотлари 5,6 фоиз ишлаб чиқарилар эди) тўлиқ фойдаланилмаяпти. МДҲ ва жаҳон бозорлари аҳволини ҳисобга олган ҳолда, мавжуд маҳаллий манбалар, халқ хўжалиги ва аҳоли эҳтиёжларини ҳисобга олган ҳолда истеъмолчилар комиссияси, илмий ва экспорт ва ишлаб чиқариш тармоқларининг ривожланиши ёрдамида иқтисодий ишлаб чиқариш имкониятларининг тизимларини қайта қуришни амалга ошириш лозим.

Кичик бизнес ривожланишини тезлаштиришда ва унинг самарадорлигини оширишда асосий йўналишлар бўлиб қуйидагилар хизмат қилади:

- солиқлар, валюта ва ташқи савдони бошқариш борасида чет эл инвестициялари учун мустаҳкам режим ўрнатиш, чет эл капитали ёрдамида хусусийлаштириш учун керакли шароитлар яратиш, инвестицион лойиҳалар ҳақида маълумотлар тизимини ташкил этиш;
- молиявий-кредит муомаласи тармоғида — кичик бизнес учун кредит муассасалари (масалан, кредит омонат муассасалар) ташкил этишга керакли шароитлар яратиш ва кредитлар олиш имкониятларини кенгайтириш; чуқур қайта ишланган маҳсулот экспорти билан шуғулланадиган тадбиркорлар учун валюта тушумини сотишни мажбурий нормаларини яхшилаш, банкларараро ҳисоблаш тизимини ривожлантириш;
- кичик корхоналар учун асосий фондларнинг амортизацияси;
- марказлашган ресурслар манбаалари, ахборот маълумотлар базасига киришни таъминлаш, тадбиркорлар ва харидорлар ижтимоий ҳимоя кафолатини таъминлаш;
- маҳаллий ўз-ўзини бошқариш органлари томонидан қўллаб-қувватлашни активлаштириш, шу жумладан маҳаллий миқёсда солиқ имтиёзлари ишлаб чиқиш;
- кичик корхоналар маҳсулотларига эҳтиёжни ва талаб конъюнктурасини ўрганиш учун республика ахборот тизимини ташкил этиш;
- кичик венчур корхоналарга маблағ сарфлаётган хусусий инвесторларнинг давлат суғуртаси;
- лизинг хизматларини ривожлантириш.

II б ў л и м

Менежмент ва кичик бизнес

10. КИЧИК БИЗНЕС РИВОЖЛАНИШИНИНГ ЙЎНАЛИШЛАРИНИ АНИҚЛАШ

10.1. Тадбиркорлик ғояларининг шаклланиши ва кичик бизнес йўналишини танлаш

Тадбиркорни биринчи ўринда ўз фаолиятидан қандай моддий фойда олиши қизиқтиради, лекин ўз ишини ривожлантириш учун етарли маблағ тўплаш ва даромад олишни бундай ҳолларда қилиш мумкин, қачонки ишлаб чиқарилаётган маҳсулот (хизмат) истеъмолчини қизиқтира олса. Коммерция корхонаси кенг миқёсдаги масалаларни ҳал этиши керак. Масалан, жамиятга керакли қўшимча хизмат кўрсатиш, ўз ходимларига ўз қобилиятларини намоён этишга кўмаклашиш, бозорда, тармоқларда илғор ўринларни эгаллашни таъминлаш, харидорлар эҳтиёжини муносиб равишда қондириш.

Юқорида айтиб ўтилган масалаларни ҳал қилиш учун оқилона ҳаракатлар ва қарорлар талаб қилинади. Демак, тадбиркор аввалом бор қайси бизнес йўналишида ишлашни аниқлаш, яъни тадбиркорлик ғоясини белгилаш кераклигини ўйлаб кўриши лозим.

Тадбиркорлик ғояси — ҳар қандай бизнес ташаббусининг асосидир. Инсонда у доимо шаклланиб бориши учун тадбиркорлик қобилияти, у ёки бу маҳсулотни ишлаб чиқариш ҳақида керакли билим, савдо, молия муҳитида воситачилик ва инновацион фаолият ҳақида тушунча бўлиши керак.

Тадбиркорлик ғояси самарали бўлиши учун хўжалик фаолиятининг режасини, амалга ошириш зарур бўлган муҳим манбаларнинг биринчи ўринда турувчи муаммоларни белгилаган асосий дастурни ишлаб чиқариш керак. Узоқ муддатга мўлжалланган режалаштиришга (3 йилгача) қўйиладиган муҳим талаб — бу

тадбиркорлик ғояларининг яшовчанлигини таъминловчи режани ташкил этувчи элементларни кўриб чиқиш. Уларга қуйидагилар киради:

1. Кичик бизнеснинг муҳим вазифаси ёки хўжаликдаги аҳамияти. Стратегиянинг ушбу элементи имкониятни таърифлашда, корхона ёки тадбиркор бозор эҳтиёжи, маҳсулот хусусияти ёки хизмат тури ва рақобатбардошлигининг мавжудлигини ҳисобга олган ҳолда ёндашади.

2. Рақобатбардошлик, яъни хўжалик фаолиятининг ушбу тармоғида бошқа тадбиркорлик тизимларидан эҳтиёж талабини қондиришда қўли баланд келиш.

3. Маълум шароитда ғояларни амалга ошириш, бундай ишни амалга оширишда чиқарилаётган маҳсулот турига мувофиқ айрим бажарилаётган операцияларни ва бажарилаётган ишларни дифференциация қилишга йўналтириши мумкин. Кичик бизнес корхоналари бўлимларининг ишлаш тизимини ташкил этиш муҳим аҳамиятга эга. Шунинг учун ҳар бир тадбиркорлик тизими стратегияси маълум миқдорда бизнесни ташкил қилишда аввалом бор диффиренциацияга, сўнг интеграцияга асосланиши лозим.

4. Маҳсулот. Ушбу элементни ишлаб чиқиш стратегияси сотувга тайёрланган товарлар ёки харидор эҳтиёжларидан келиб чиқадиган хизматлар таҳлилини талаб қилади.

5. Бозорлар. Бу элемент стратегиясини ишлаб чиқиш жараёнида корхона тадбиркорлари ва менежерларининг саъй-ҳаракатлари буюртмачини танлашга қаратилиши керак. Маҳсулотни қаерда, қандай қилиб, кимга ва қандай нархда сотишни белгилаб олиш ва шу билан бирга харидорнинг мақсади қандай эканлигини аниқлаб олиш лозим.

6. Манбалар. Бу тушунчага жорий харажат ва инвестиция киради. Охиргисидан кўпинча стратегияни молиявий қўллаб-қувватлашда фойдаланилади. Шунинг учун инвестиция йўналишларини танлашга ҳар қандай тадбиркорлик тизимининг фаолияти устуворлиги боғлиқ бўлади.

7. Тизимий ўзгаришлар. Филиаллар ва тармоқланган корхоналарни ташкил этиш, сотиб олиш ва сотиш компания бошқарув стратегиясининг муҳим элементидир.

II б ў л и м
Менежмент ва кичик бизнес

10. КИЧИК БИЗНЕС РИВОЖЛАНИШИНИНГ ЙЎНАЛИШЛАРИНИ АНИҚЛАШ

10.1. Тадбиркорлик ғояларининг шаклланиши ва кичик бизнес йўналишини танлаш

Тадбиркорни биринчи ўринда ўз фаолиятидан қандай моддий фойда олиши қизиқтиради, лекин ўз ишини ривожлантириш учун етарли маблағ тўплаш ва даромад олишни бундай ҳолларда қилиш мумкин, қачонки ишлаб чиқарилаётган маҳсулот (хизмат) истеъмолчини қизиқтира олса. Коммерция корхонаси кенг миқёсдаги масалаларни ҳал этиши керак. Масалан, жамиятга керакли қўшимча хизмат кўрсатиш, ўз ходимларига ўз қобилиятларини намоён этишга кўмаклашиш, бозорда, тармоқларда илғор ўринларни эгаллашни таъминлаш, харидорлар эҳтиёжини муносиб равишда қондириш.

Юқорида айтиб ўтилган масалаларни ҳал қилиш учун оқилона ҳаракатлар ва қарорлар талаб қилинади. Демак, тадбиркор аввалом бор қайси бизнес йўналишида ишлашни аниқлаш, яъни тадбиркорлик ғоясини белгилаш кераклигини ўйлаб кўриши лозим.

Тадбиркорлик ғояси — ҳар қандай бизнес ташаббусининг асосидир. Инсонда у доимо шаклланиб бориши учун тадбиркорлик қобилияти, у ёки бу маҳсулотни ишлаб чиқариш ҳақида керакли билим, савдо, молия муҳитида воситачилик ва инновацион фаолият ҳақида тушунча бўлиши керак.

Тадбиркорлик ғояси самарали бўлиши учун хўжалик фаолиятининг режасини, амалга ошириш зарур бўлган муҳим манбаларнинг биринчи ўринда турувчи муаммоларни белгилаган асосий дастурни ишлаб чиқариш керак. Узоқ муддатга мўлжалланган режалаштиришга (3 йилгача) қўйиладиган муҳим талаб — бу

тадбиркорлик ғояларининг яшовчанлигини таъминловчи режани ташкил этувчи элементларни кўриб чиқиш. Уларга қуйидагилар киради:

1. Кичик бизнеснинг муҳим вазифаси ёки хўжаликдаги аҳамияти. Стратегиянинг ушбу элементи имкониятни таърифлашда, корхона ёки тадбиркор бозор эҳтиёжи, маҳсулот хусусияти ёки хизмат тури ва рақобатбардошлигининг мавжудлигини ҳисобга олган ҳолда ёндашади.

2. Рақобатбардошлик, яъни хўжалик фаолиятининг ушбу тармоғида бошқа тадбиркорлик тизимларидан эҳтиёж талабини қондиришда қўли баланд келиш.

3. Маълум шароитда ғояларни амалга ошириш, бундай ишни амалга оширишда чиқарилаётган маҳсулот турига мувофиқ айрим бажарилаётган операцияларни ва бажарилаётган ишларни дифференциация қилишга йўналтириши мумкин. Кичик бизнес корхоналари бўлимларининг ишлаш тизимини ташкил этиш муҳим аҳамиятга эга. Шунинг учун ҳар бир тадбиркорлик тизими стратегияси маълум миқдорда бизнесни ташкил қилишда аввалом бор диффиренциацияга, сўнг интеграцияга асосланиши лозим.

4. Маҳсулот. Ушбу элементни ишлаб чиқиш стратегияси сотувга тайёрланган товарлар ёки харидор эҳтиёжларидан келиб чиқадиган хизматлар таҳлилини талаб қилади.

5. Бозорлар. Бу элемент стратегиясини ишлаб чиқиш жараёнида корхона тадбиркорлари ва менежерларининг саъй-ҳаракатлари буюртмачини танлашга қаратилиши керак. Маҳсулотни қаерда, қандай қилиб, кимга ва қандай нархда сотишни белгилаб олиш ва шу билан бирга харидорнинг мақсади қандай эканлигини аниқлаб олиш лозим.

6. Манбалар. Бу тушунчага жорий харажат ва инвестиция киради. Охиргисидан кўпинча стратегияни молиявий қўллаб-қувватлашда фойдаланилади. Шунинг учун инвестиция йўналишларини танлашга ҳар қандай тадбиркорлик тизимининг фаолияти устуворлиги боғлиқ бўлади.

7. Тизимий ўзгаришлар. Филиаллар ва тармоқланган корхоналарни ташкил этиш, сотиб олиш ва сотиш компания бошқарув стратегиясининг муҳим элементидир.

8. Ривожланиш дастури. Дастур тадбиркорликни ривожлантиришда стратегия индикатори бўлиб хизмат қилади, хўжалик фаолияти ва моллар сотиладиган бозор йўналишларини таърифлайди, ишбилармон фаоллигини оширади, корхонанинг, тадбиркорликнинг ташқи бозор муҳитига мослашувига асосланиб, хўжалик фаолиятини такомиллаштиради. Бир зумлик мослашув яъни бир неча ой давомида шароитнинг ўзгаришига мослашув муҳим аҳамиятга эга. Бундай мослашувни таъминлаш учун хўжалик фаолиятининг умумий режасини ишлаб чиқиш, харажат тизимини, маҳсулот навларини ёки кўрсатилаётган хизмат рўйхатини аниқлаш керак.

10.2. Тадбиркорлик лойиҳаларини техник-иқтисодий асослаш

Тадбиркор, хўжалик фаолиятини бошқараётиб, ўз режасини амалга оширишнинг муқобил йўллари ва имкониятлари ҳақида маълумот олиши ва улардан энг яхшисини танлаши керак.

Хусусан, энг оқилона тадбиркорлик лойиҳаси шуки, у жалб қилинган ва нақд капитални самарали, тўғри ва тўлиқ режалаштирилган натижага эришишга йўналтирилган, асосланган мақсадга мувофиқ усуллар билан хўжалик масалаларини амалга ошириш. Лойиҳанинг яшаш қобилияти иқтисодий-техник кўрсаткичлар билан, шунингдек, хулосаларнинг афзаллигини танлашга асосланган ва мақсадга мувофиқ хатти-ҳаракатларга тўғри баҳо бериш билан таърифланади.

Тадбиркорлик лойиҳасининг иқтисодий-техник асоси қуйидаги тартибда кўрсаткичлар тизимида фойдаланиб амалга оширилади:

1. Корхона келажаги ҳақида дастлабки маълумотлар йиғилади ва бу маълумотларга ишлов берилади.

2. Тадбиркорлик ғоясини амалга оширишдаги харажат ҳисобланади. Бунга тадбиркорларни ёки корхонани рўйхатдан ўтказишга, ишлаб чиқариш базасини тузишга, маҳсулотни ишлаб чиқаришга (хизмат кўрсатиш) ва уни сотишга кетадиган харажатларга йўналтирилган пул воситалари киради.

Кичик бизнеснинг тадбиркорлик тизимларини рўйхатдан ўтказиш харажатлари таъсис ҳужжатлар

комплексини тайёрлаш, юридик ёки жисмоний шахс ҳуқуқларига эга бўлиш, рўйхатдан ўтиш, давлат божини тўлаш, ҳисоб рақамини очиш, муҳр ва штамп, бланклар тайёрлаш, низом капиталини вужудга келтириш билан боғлиқ.

Ишлаб чиқариш базасини тузишга йўналтирилган низом маблағи қуйидаги йўналишларда ҳисобга олинади: лойиҳадан олдинги изланишлар; лойиҳалаш; иморат қуришлар ёки ижарага бериш; асбоб ва жиҳоз; оргтехника; мебел ва инвентарларга кетган харажатлар.

Маҳсулот таннархини шакллантирувчи ва бошқарув харажатлари ўз ичига қуйидагиларни олади: ускуналарнинг амортизацияси; бино ва иншоотларни сақлаш; улардан фойдаланиш; электр энергияси; буғ; ёқилғига сарф-харажатлар. Хўжалик асбоблари; мебеллар; анжомлар ва бошқаларни (техника хавфсизлиги, ишлаб чиқариш малакаси, фуқаролар мудофааси) сақлаш ва таъмирлаш.

Маҳсулотни сотиш бўйича харажатлар, ўраш, тара, транспортда ташиш, омборхонада сақлаш, рекламани ҳисобга олган ҳолда белгиланади.

3. Чиқарилаётган маҳсулот учун режалаштирилган нархлар белгиланади. Уларнинг даражаси талаб ва таклифларни инобатга олиб белгиланади. Лекин нарх хўжалик харажатларини қоплаши ва даромаднинг етарли даражада бўлишини таъминлаши керак.

4. Кутилган даромад маҳсулот ишлаб чиқариш йиллик дастури ва бир донасини ҳисобга олган ҳолда ҳисоб-китоб қилинади.

5. Киримдан тўланадиган мажбурий тўловлар ва тушумнинг тахминий суммаси ҳисоб-китоб қилинади.

6. Кутилган баланс даромад аниқланади.

7. Солиқлар, тўловлар, йиғимларнинг умумий суммаси аниқланади.

8. Тадбиркорлик лойиҳасини амалга оширишдан келган соф даромад ҳисоб-китоб қилинади.

9. Соф фойдани ҳисобга олган ҳолда лойиҳа таҳлил қилинади. Агар ҳисоб бўйича фойда олинмаса ва унинг ҳажми меъёрдан кам бўлса тадбиркорлик лойиҳасини амалга ошириш мақсада мувофиқ бўлмайди, бунда тадбиркорлик роясининг янги концепциясини ишлаб чиқиш ва унинг иқтисодий- техник асосланишини ўтказиш керак.

10.3. Дастлабки тижоратчилик таклифларини асослаш

Савдо-сотиқга оид таклифлар самарадорлигининг таҳлили унинг дастлабки босқичида бўлажак тадбиркорлик битимлари ҳақида умумий, хомчўт ва фараз қилиш асосида тахминан ўтказилади.

Ғояларнинг дастлабки мувофиқлашувида ҳисобларга қўшилган бирламчи маълумотлар ва ўлчамлар ва дастлабки маълумотлар ғоят тахминий ва лойиҳадан олдинги тадқиқотлар, лойиҳани ўрганиш ёки бир соҳали тадбиркорлик тизими ишларининг хулосаларини ҳақиқий далиллар асосида эмас; балки олдинги тажриба, аналог, эксперт ва мутахассисларнинг мулоҳазаларидан келиб чиқиб белгиланади. Бу аниқлик даражасини пасайтиради, бироқ тахминий битимлар ҳақида музокараларда етарли даражада мўлжалга имкон беради.

Уларнинг умумий ҳажмидан афзал тахминлар қуйидаги тахминий тартибда танланади:

- маҳсулотлар ва хизмат турларининг айрим тўпининг (партия) сифатли ўлчамлари баҳоланади;
- маҳсулот етказиб бериш вақти ва воситалар аниқланади;
- битимни амалга ошириш даврига харажат ва баҳолар олдиндан айтилади;
- маҳсулот етказиб бериш ёки кўрсатилган хизматлардан олинадиган тушум ёки тадбиркорлик даромади ҳисобланади;
- имкониятли даромад ҳажми аниқланади. У ҳолда тадбиркорлик битимларини амалга ошириш учун кўпроқ капитал маблағлари (**К**) талаб қилинганда, кутилаётган даромаднинг (**П**) ўсиши билан уларнинг солиштириш ва рентабелликни (**РКК**) ҳисоблаш ва бу маблағларнинг (**Т**) қоплай олиши муддатини билиш керак.

$$РК = П/К \text{ ва } Т = К/П$$

Маблағлар рентабеллиги кўрсаткичлари депозитлар (S) банк фоизи бўйича фоиз ставкасидан кам бўлмаслиги керак. Кредитни инвестиция сифатида фойдаланишда самарадорликнинг энг кам савиясига тегишли фоиз (S) қўшилади ва капитал маблағлар рентабеллиги қуйидаги тарзда таққосланади:

$$РК = П/К > S$$

Асосий кўрсаткичлардан (даромадлар ва кутилаётган инвестициялар) ташқари дастлабки савдо-сотиққа оид таклифлар асосланганда бир қанча кўрсаткичлар қўлланилади. Маҳсулот бирлиги (кутилаётган битимда даромаднинг қўшимча муносабати) рентабеллиги, харидорлик қарзини тўлаш даври ва бошқалар.

10.4. Маслаҳатчиларни жалб этиш ва улар билан ишлаш

Бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда корхоналарнинг менежмент бўйича мутахассислари бошқаларнинг сўзига қулоқ солишни тадбиркорликнинг энг кучли томони деб билади. Бизнесга маслаҳатчиларни, тадбиркорлик лойиҳаларининг тақризчиларини жалб этиш, айниқса, унинг кичик шаклларининг мажбурий ва муҳим компонентидир.

Агарда йирик корхоналар конструкторлар бюролари, илмий тажриба хоналари, маркетинг бўлинмаларини ташкил эта олишса ва керакли тадқиқотларни ўтказса, кичик бизнеснинг тадбиркорлик тизимлари эса кўп ҳолларда воситачилар хизматидан фойдаланадилар.

Айниқса, унчалик катта бўлмаган корхона тадбиркори, менежери маслаҳатчилар хизматидан фойдаланиши жуда муҳимдир. Ҳаттоки, маслаҳатчиларнинг маслаҳати, тавсиялари, таклифлари маъқул бўлмаса ҳам, улар билан суҳбатлашиш ижобий самара беради. Маслаҳатчилар ўз ишини бошлаётган тажрибасиз ёшларни тинчлантириб, ишбилармон, тажрибали инсонларни эса руҳини кўтарадилар. Шунинг учун улар доим бошқалардан ўрганишга тайёр бўлиши керак. Атрофдагилардан кўп нарсани ўрганиш мумкин. Уларнинг тадбиркорлик ғоясига ёндашиш ёки бу хўжалик қарорларини амалга оширишга муносабати, бой тажрибаси ва кўп қиррали малакалари диққатга сазовор бўлиб, маслаҳатчиларнинг ютуғи ва муваффақиятсизлик сабабларини аниқлашга ёрдам беради.

Ўзгалар мулоҳазаларини шубҳага солишдан қўрқиш керак эмас. Бу маслаҳатчилар ғояларини тўғри баҳолайди ва улар кўзида бизнесменнинг обрўсини кўтаради.

Хавф-хатарни камайтириш учун тадбиркорлик фа-

олиятида ва айниқса, хўжалик хатари катта бўлган жойда ўз ишининг мутахассиси бўлган маслаҳатчиларни ташқаридан таклиф қилиш фойдали. Чет эл мутахассисларининг фикрича, маслаҳатчилар бирорта бўлган воқеани тушунтираётган вақтда уларга ишонч билан қараш лозим, аммо уларнинг тадбиркорлик фаолиятини олдиндан айтиб беришларига тўлиқ ишониш керак эмас.

Ҳар бир натижага таъсир этиши мумкин бўлган тез ўзгарувчан ҳолдаги воқеаларни олдиндан айтиш вақтида экспертлар ҳам кучсиздирлар. У ҳолда фақат ўзингизга, ўз зийраклигингизга ишонишингиз лозим, чунки ажаб эмас сизнинг қарорингиз маслаҳатчиларингизникидан ёмон бўлмаслиги мумкин, мадомики улар ҳам бўлажак воқеаларнинг аниқлигида ўзлари ҳам адашишлари мумкин.

Маҳсулот навларини кенгайтириш, унинг сифатини яхшилаш, ўрнини танлаш каби масалаларни ҳал қилишда маслаҳатчилар катта ёрдам кўрсатишлари мумкин.

10.5. Молия таъминоти манбаларини излаш

Тадбиркорлик фаолиятида маблағ манбаларини излашда иккита асосий модель бор. Кенг тарқалгани, мумтоз (классик) шакларидан бири шундан иборатки, қайсики тадбиркорлик тузилмаларининг бор молия захираларидан энг кўп фойда олишга йўналтирилган. Корхона тадбиркори ёки менежерининг иш услуби шундан иборат: нақд пул маблағларини ҳисоблаш, тадбиркорлик ғояларини амалга оширишда эришиладиган мақсадни ўрганиш ва юқори фойда олишни кўзлаб қилинган хатти-ҳаракат.

Ўз фаолиятини бошлаётганда энг қулай пул топиш йўллари шулардан иборат: ёлланган ишчиларнинг иш ҳақи, савдо-восита хизматидан тушган пул жамғармаси ёки товар олиб-сотиш, узоқ яқин хориж мамлакатларига бориб халқ истеъмолларини олди-сотди қилиб фойда кўриш, хизматнинг барча турлари, қимматбаҳо қоғозлардан тушган даромад ва тушумлар (акциянинг дивиденти, облигациянинг фоизи ва бошқалар) меросдан пул ва мулк олиш, банкдаги омонатдан фойда кўриш, ижарага берилган кўчмас мулкдан фойда олиш, хайр-саховат ва ҳомийликдан тушган маблағ.

Корхона ушбу модель бўйича тадбиркорлик лойиҳаларини захира, акция маблағларидан, облигация ва бошқа қимматбаҳо қоғозлардан тушган маблағ ҳисобига амалга оширади.

Иккинчи модель «Инновация». У ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун ҳар қандай имкониятдан фойдаланишга қаратилган, ҳаттоки ўзининг имкониятлари етмаган тақдирда ҳам. Бу ҳолда (альтернатив) муқобил молия манбалари ва воситалар қуйидаги йўллар билан қидирилади: мақсадни тарифлаш — муқобил йўл билан капитал маблағларни ўзлаштириш учун ташқи муҳитни ўрганиш; тадбиркорлик лойиҳасини амалга ошириш — ўзининг пул маблағи захирасини ҳисобга олиш — қўшимча молия имкониятларини қидириш — муқобил йўл билан ўзининг ва бошқа молия манбаларидан кўпроқ фойда олиш. «Инновация» модели ўзининг маблағидан ташқари қуйидаги молия манбаларини ишлатишни тақозо қилади: жалб қилинган маблағ, давлат субсидияси, маҳаллий бюджет молиясидан, банк кредитлари, қимматбаҳо қоғозлар эмиссияси, инвестиция фоизлари, чет эл инвестицияси.

Кичик бизнес инвестицияси маблағларни нафақат ўзининг савдо-сотиқ манбаларидан, шунингдек катта корхоналарнинг манбаларидан фойдаланишни ҳам тақозо қилади.

Оддий мисол — Белоруссиядаги «Амкадор» концерни: унинг асосий корхонаси атрофида бир қанча кичик махсус ташкилий тузилмалар мавжуд.

Давлат бюджетида кичик бизнеснинг инвестицияси жуда кам. Таъмирлаш ва эскириб қолган асбоб-ускуналарни алмаштириш учун инвестицияни тахминан 2 баробарга ошириш лозимдир.

Тижорат банклари учун кичик бизнесга узоқ муддатга кредит бериш манфаатли эмас. Улар кредитнинг асосий қисмини қисқа муддатга савдо-сотиқ ва воситачиликга йўналтирадилар. Республикада оламда мавжуд бўлган ссуда-жамғарма ва ўзаро кредит уюшмалари ҳали йўқ.

Қимматбаҳо қоғозлар бозори ҳали суст фаолият кўрсатмоқда. Акцияларнинг тажрибадаги нолойиқлиги (неликвидлик) тадбиркорлар учун маблағ манбаси бўла олмаяпти. Қимматбаҳо қоғозлар бозори ривожланмаганлиги сармоядорларни керакли даражада муҳофаза-

сини таъминлай оладиган инвесторлик портфелини шакллантира олмади.

Республикадаги инвестиция фонди низом капиталининг озлиги кичик бизнеснинг тадбиркорлик тизимини маблағ билан таъминлай олмайди.

Чет эл инвестиция сармояси МДҲ давлатларига суст кириб келаяпти. Бу жараённи сезиларли даражада тезлаштиришни уч асосий омил билан амалга ошириш мумкин:

а) амалий имкониятлар;

б) барқарорлик;

в) яхши муносабат.

Яхши муносабат омили, ғарб мутахассисларининг таъкидлашича, чет эл инвестицияси фойдасига устунлик беради дегани эмас.

11. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИДА БИЗНЕС-РЕЖА

11.1 Бизнес-режанинг моҳияти ва аҳамияти

Режалаштириш ҳар қандай тадбиркорлик тизимида ҳажмидан қатъий назар унинг ажралмас қисмидир. Илғор технология ва бозор тадқиқотларининг натижалари, янги иш ташкили ва тадбиркорлик режаларини амалга ошириш билан боғлиқ бўлган ташкилий-бошқарув ва молия муаммоларини ҳал қилиш бизнес режада акс этиши керак.

Бизнес-режа — бу ҳужжат, унда аниқ вазиятда бизнеснинг моҳияти бошланиш имконияти, давоми ва унинг кенгайтирилиши акс этади.

Бизнес-режа тадбиркор томонидан ишлаб чиқилади, агарда бошқа муаммолар бўйича маслаҳатлар керак бўлса, бу ишга бошқа соҳа мутахассислари жалб қилиниши мумкин.

Одатда бундай режалар 3—5 йил муддатга тузилади. Тадбиркорлик томонидан биринчи йилдаги олинадиган самара ойлар сайин батафсил, кейинги йили — тақвимлар бўйича, кейинчалик йил бўйича ҳисобланади.

Бизнес-режа омонатчилар тасдиғидан ўтган тақдирда (ҳиссадорлик жамияти бўлса), биринчи йилга алоҳида иш вазифаларини ишлаб чиқишга асос бўлади. Ғарбдаги ҳамма фирмалар ўз фаолиятини жуда

аниқ режалаштиради ва бизнес-режани ишлаб чиқишда махсус талабларга асосланади. Одатда унинг ҳажми 40 бетдан ошмайди. Юқори даражадаги рақобатли соҳаларда, кўзда тутилмаган ҳолатлар бўлиши мумкин бўлганда тўлиқ режанинг муқобили сифатида қисқа варианти қабул қилинади (4—10 бет). Айрим ҳолларда бизнес-режа ўзлари фойдаланиш учун кичикроқ ва каттароқ ҳажмда «Ташқи» варианти (банк, сармоялар, таъминловчилар ва истеъмолчилар учун) тузилади. Бундай ҳажмдаги режаларга аниқ мисоллар, ҳисоблар, кўргазмалар илова қилиб киритилади.

Бизнес-режа бир неча муҳим вазифаларни бажаради. Бизнес-режани тайёрлаш жараёни фикрлашни жонлантиради, тадбиркорликни пухталик билан ўйлашга ва ўз ишини турли нуқтаи назардан таҳлил қилишга, ҳақиқий имконият ва қийинчиликларни баҳолашга мажбур қилади.

Учинчи вазифа — *назорат*. Қоғозда баён қилинган режа келгуси назоратларда ва эришилган натижаларни баҳолашда ҳар доим ишлатилиши мумкин. У корхона фаолиятини келгусида яхшилашга асос бўлиб хизмат қилади.

Тўртинчи, асосий вазифа — *жамғариш*. У бошқа жисмоний ва юридик шахслардан пул маблағларни жалб қилишга имконият яратади. Бизнес-режа потенциал қарз берувчини, акционер, сармоядорни ҳамда истеъмолчини, таъминловчиларни ушбу корхона билан (ишбилармон) тижорат алоқаларида фойда олишга ишонтириши керак.

Жаҳон тажрибасида бизнес-режани тузиш босқичлари ва унинг ташкилий қисмлари аниқ белгиланмаган.

Асосий йўналишни сақлаган ҳолда, бошқа бўлимларга ахборотни кўчириш ёки уларни бирлаштириш ҳисобига бўлимлар сони кам бўлиши мумкин.

Масалан: «Кичик бизнес режаларида» бозор таҳлили ва «Маркетинг таҳлили», шунингдек «Маҳсулот» ва «Технология» бўлимларини бирлаштириш мумкин. Кичик бизнес-режада рақам амаллари устунлик қилиши мумкин, кенгайтирилган бизнес режада эса олинган ва олинадиган кўрсаттичлар таҳлилига оғзаки ёндашишга кўпроқ эътибор қаратилади.

Корхонанинг тадбиркори, менежери бизнес-режани ишлаб чиқаришнинг аниқ схемаси, унинг таркиби

ва баёни, ҳажми, ахборот устунлигини танлашда қуйидаги омилларга эътибор беради:

— корхона статуси ва катта-кичиклиги (кичик бизнес, ўрта, катта);

— режалаштириш фаолиятининг босқичлари (бизнес бошланиши, яъни янги ишлаб турган корхона фаолиятининг давоми);

— режанинг мақсадли йўналиши (асосан ички ишларга ёки қарз ва сармоя олишга: унисига ҳам бунисига ҳам);

— бизнес хусусияти ва қийинчилиги, худди шундай у ёки бу масалаларни ишлаб чиқишдаги ибораси;

— керакли маълумот (акценти) ва ахборотнинг борлиги;

— бошқа мутахассисларнинг ёрдамига муҳтожлиги ва бошқалар.

Аммо, бизнес-режа муккамал ёки оддийлигидан, катта ёки кичиклигидан қатъий назар бизнеснинг моҳиятини акс эттирадиган зарур билимларни ўз ичига олади.

Бизнес-режанинг асосий бўлимларининг мазмуни қуйидагилардир.

11.2. Кириш ёки қисқача маълумотнома

Бизнес-режа кириш қисмидан бошланиши, яъни унда қисқача маълумотнома ёки тушунтирув ёзуви бўлиши керак. Потенциал ҳамкор турли хил ишбилармонлик тузилмаларидан ҳамкорлик қилиш учун кўплаб таклифлар олиши мумкин. Шунинг учун у, биринчидан, бизнес-режанинг берилиши билан қисқача танишиши керак. Бўлим ҳажми 3—5 бетни ташкил қилади.

Бизнес-режа кириш қисмининг мустақил аҳамияти ҳам бор. Баъзида бу ҳужжатдан банк ёки инвестиция фондидан маблағ олишда қисқача маълумотнома сифатида фойдаланилади. Бунда қуйидаги саволлар кўзда тутилиши керак:

А. Корхона ҳақида маълумот. Корхона номи ва унинг жойлашган ери, корхонанниг ташкил этилганлиги ҳақида қисқача маълумот берилади. Корхонанинг мулк шакли (давлат, хусусий, жамоа қўшма) ва юридик шакли (масалан: кичик корхона, ҳиссадорлик

жамияти, қўшма корхона ва бошқалар) кўрсатилади. Ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ёки хизматлар номлари ва асосий рақобатчилар ҳақида қисқача маълумот берилади. Корхона бошқарув тизими баён қилинади.

Б. Фаолият турлари, мақсади ва мўлжали. Одатда корхона маълум соҳа бўйича ишлаши керак, аммо бир неча соҳада фаолият кўрсатиши ҳам мумкин. Масалан, маҳсулот ишлаб чиқариш, таъмирлаш ва қурилиш ишлари, маҳсулот ишлаб чиқариш ва ўз маҳсулотини сотиш бўйича тижорат фаолияти ва бошқалар. Тушунтириш ёзувининг бу қисмида ишбилармон ўз корхонасининг фаолияти, мақсадини ва уларга эришиш йўлларини кўрсатиши керак.

В. Керакли маблағга бўлган эҳтиёжнинг қисқача баёни. Бу бўлимда ишбилармон ўзининг амалдаги маблағларига баҳо беради ва керакли қўшимча пул воситаларига муҳтожлигини исботлайди.

Г. Режалаштирилган фойда ва лойиҳа рентабеллиги. Бизнес-режанинг асосий мақсади, шундан иборатки, ишбилармон пул маблағларини оладиган юридик шахсда ўзига нисбатан яхши таассурот қолдириши керак. Бунинг учун у: 1) қайси йўл билан фойда олиниши; 2) унинг маҳсулоти худди шунақа маҳсулотлардан қанчалик афзал эканлигини кўрсатиши керак. Далил сифатида қуйидаги рақамларни келтириш лозим:

- ишлаб чиқариш ҳажми ва маҳсулот сотиш йўллари;
- бир маҳсулотга кеттан харажатлар;
- ялпи даромад ва фойда;
- кеттан маблағларнинг ўзини қоплаш муддати, кеттан маблағ ва материал сарфларнинг қайтиш муддати ва фоизлар.

11.3. Чиқариладиган маҳсулотларнинг сифат кўрсаткичлари ва ўлчов шакллари

Бизнес режанинг бу қисмида корхона, унинг маҳсулоти ёки хизматлари тавсифланади. Шу билан бирга, шу соҳада ишларнинг боришига баҳо берилади.

А. Соҳанинг тавсифи. Бунда ишбилармонлик фаолияти амалга ошириладиган соҳанинг ҳозирги ҳолати ва ривожланиши баҳоланади, товар ўтказиш бозорнинг сиғими, унинг ўсиши ва асосий рақобатчилар қисқача тавсифланади. Ҳамма баҳолар аниқ бўлиши

керак. Масалан, бизнес режага, «корхона маҳсулотининг бозор потенциали йилига 30—60 млн. сўмлик маҳсулотни сотишни ташкил этади ва ҳар йили сотиш ҳажми 10%гача ўсади» дейиш мақсадга мувофиқ эмас. Бу диапазон ўта кенг бўлиб, уни анча торайтириш керак. Акс ҳолда бизнес режага ишонч кам бўлади. Бозорнинг ўсиши маълумотларига келсак, унда 10% ортишга қўшимча қилиб, ўтган уч йиллик динамик ўсишни келтирса бўлади. Бу берилганлар ҳужжатда кўрсатилиши керак.

Б. Барпо этиладиган корхона. Бизнес режанинг бу қисмида бизнеснинг умумий концепцияси, қандай маҳсулот ёки хизматлар таклиф қилиниши ва уларнинг асосий истеъмолчиларини кўрсатиш керак. Шунингдек, бунда фирманинг тарихи ва таклиф қилинган ғоянинг таркиби ёритилиши керак. Корхонанинг асосий фаолият йўналиши, молиявий аҳволи ва маблағларнинг ҳаракати ҳақида ахборот бериши керак. Агар, корхона олдинги йилларда зарар кўрган бўлса, унда зарар кўриш сабабларини ўрганиб, уларни йўқотиш бўйича кўрилган чора-тадбирлар кўрсатилиши лозим.

В. Ишлаб чиқариладиган маҳсулот ва хизмат турлари. Бу бўлимда сотишга чиқариладиган ҳамма маҳсулот ва хизматлар кўрсатилади, улардан фойдаланиш имкониятлари, бунда уларнинг асосий ва иккиламчи фойдаланиш усуллари кўрсатилади. Шунингдек, маҳсулот ёки хизматларнинг ижобий хусусиятлари кўрсатилиб, шу орқали эътиборини қозонишга ҳаракат қилинади. Ҳозирда бозорга чиқарилаётган товар билан корхона таклиф қилаётган товар ўртасидаги фарқлар айтиб ўтилади. Нима ҳисобига ва қандай қилиб янги маҳсулотнинг устунлигини исботлаш мумкин бўлса, кўрсатилади. Бунда ўз маҳсулотини ортиқча мақтаб юбориш керак эмас, чунки ҳамма нарсанинг ўз ҳаётий даври бор, шунинг учун уларнинг камчиликларини ҳам кўрсатиш керак. Агар ишлаб чиқариладиган маҳсулот илмий-тадқиқот маҳсули бўлиб, ҳали синов жараёнида бўлса, унда, бунга қанча маблағ пул ва вақт кетишини айтиб ўтиш керак. Агар мумкин бўлса, маҳсулотнинг фотосуратини келтириш зарур.

Г. Бозорга чиқиш, ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажмининг ўсиш стратегияси. Маркетинг режасида асосий муваффақият омиллари (масалан, бозор учун янги маҳсулот, вақтдан ютиш, бозорга чиқишдаги афзаллик

ва бошқалар), нархларга ёндашиш, сотиш усуллари ва маҳсулот рекламалари кўрсатилади. Корхона тузишдан мақсад, узоқ вақт давомида фаолият кўрсатиш имконини беради. Шунинг учун корхона ва бизнеснинг ривожланиш стратегияси ҳақида айтиб ўтиш ўринлидир. Бизнес стратегияси қуйидаги бозор ахборотларига суянади: ишлаб чиқаришнинг ўлчамлари, жуғрофий тавсиф ва рақобатнинг мавжудлиги, имкониятлари ва бошқалар.

11.4. Маҳсулот сотиш бозорини иқтисодий баҳолаш

Бу қисм бизнес-режада асосий ҳисобланади. Бунда, ишбилармон, бозорнинг бутун тузилиши, тармоқнинг ривожланишини акс эттириши, эгалламоқчи бўлган бозор сегментини ажратиш ва рақобатчилар фаолиятини тавсифлаши керак. Бош масала — тадбиркорнинг бозордаги шахсий ҳиссаси динамик ўсишини исботлаш. Бунинг учун ишбилармон қуйидагиларни билиши керак:

- ким унинг маҳсулоти харидори бўлади;
- у қанча товар сотиши мумкин;
- қандай қилиб ўз товарини ўтказади (тўғридан тўғри алоқа, эксперт, дилер, воситачи орқали, биржа ва брокер орқали).

Асосий муаммо шундан иборатки, ишбилармон ўз маҳсулотини товар бозорида сотиш учун қуйидагиларни кўра олиши керак:

- маҳсулотнинг келгусидаги (3—5 йилдаги) бозор потенциали;
- рақобатчиларнинг мавжудлиги ва имкониятлари;
- рақобатчи товарлар билан «курашиш» усуллари.

Товарни ким сотиб олади, деган саволга жавоб бериш учун, ишбилармон бу бўлимда бир неча бозор омилларини текширади: шундай товар қаерда ва қанча сотилмоқда, минтақада қанча шундай товар бор, уни транспорт воситасида ташиш ва сотиш имкониятлари қандай.

Алоҳида диққат рақобатчиларга қаратилиши керак. Ишбилармон ўз рақобатчиларини қанчалик яхши ўрганиб чиқса, шунча кам хатоларга йўл қўяди. У ким шунақа маҳсулот чиқармоқда ва қандай ҳажмда сотмоқда, нархи қанча ва сифати қандай, харидорлар-

нинг рақобатчилардан товар олишининг ўзига хос томонлари ҳақида ахборотга эга бўлиши керак.

Бўлимнинг бу қисми қуйидаги кетма-кетликда берилиши керак:

1. Худди шундай товарни ишлаб чиқарувчи корхоналар рўйхати ва уларнинг асосий тавсифи.

2. Уларнинг реклама фаолияти тавсифлари.

3. Асосий афзалликлари: сифат ва дизайн кўрсаткичлари, товар ҳақида сотиб олувчиларнинг фикри.

Бу ерда рақобатчиларнинг маҳсулотларни яхши сифатларини, унинг сифат кўрсаткичларининг ёмон томонларини ишбилармон ҳисобга олиши ва ўз товарларида бундай камчиликларни бартараф қилиши мумкинлигини баҳолаши керак. Шунингдек, рақобатчиларда иш қандай бораётганини билиш керак, иқтисодий аҳвол яхшими, кўтарилиш борми ёки аксинча, зарар кўраяптими? Қандай омиллар ҳисобига уларнинг омади кулиб боқмоқда. Рақобатчилар ҳақида тўлиқ ахборот масалаларни муваффақиятли ечишда ёрдам беради.

«Бозорга ўз маҳсулотини чиқариш фойдалими?». Агар «ҳа» бўлса, унда қайси сегментта, яъни қайси сотиб олувчига ишониш керак?

Бозорнинг ижтимоий, миллий, маданий, иқлимий, демографик ва иқтисодий омиллари ишбилармон учун қайси харидорлар унинг маҳсулотини олиши мумкинлигини ажратиб беради. Масалан, харидорларнинг катта қисми бу ўртача таъминланган одамлар, хизматчилар (нафақахўрлар), ёшлар (ўрта ёшдагилар), ўқимишли кишилар (деҳқонлар) ва бошқалардир. Бўлимнинг охирги қисмида ишбилармон истиқболдаги 3—5 йилга қисқача башорат бериши керак. Унинг фикри бўйича қанча ҳажмда маҳсулот сотиш мумкин? Бозорда рақобатчилар билан қандай усуллар ёрдамида курашиш мумкин? Келажакда маҳсулот ишлаб чиқаришнинг қайси стратегиясини танлайди? Худди шу саволлар, тушунарли тарзда, бизнес режанинг кейинги бўлимларида кўрсатилади.

11.5. Ишлаб чиқариш жараёни

Катта фирманинг бизнес режасида бу саволга алоҳида бўлим ажратилади. Агар гап кичик ёки яқинда тузилган корхона ҳақида борса, унда бу савол алоҳида

ишлаб чиқилиши шарт эмас. Бизнес режада ишнинг фақат асосий натижалари акс эттирилади. Яъни, ишлаб чиқаришни тайёрлашдан тортиб, то техника хавфсизлигини таъминлаш ва ишлаб чиқариш маданиятигача тушунтириш матни берилади.

Ишбилармон маҳсулот ишлаб чиқариш учун қайси материаллар керак бўлиши, қандай машинада маҳсулот ишлаб чиқилишини олдиндан режалаштиради. Ишлаб чиқариш қуввати ҳақида тавсиф берилади, ишга тушиши муддати кўрсатилади. Моддий техника таъминоти масаласи алоҳида кўриб чиқилади, яъни қаердан, кимдан, қандай материаллар сотиб олинади? Қандай ташиб келтирилади? Ва бошқалар. Етказиб берувчиларнинг маҳсулот сифати ва етказиб бериш кафолатлари баён қилинади. Таҳлил 2—3 йилга ёки каттароқ муддатга, 4—5 йилга берилади.

Бу бўлимнинг жуда муҳим қисми ишлаб чиқариш харажатларини ҳисоблашдир. Бу ерда сўз техника хавфсизлиги ва ёнғин хавфсизлигини мақсадга мувофиқ ташкил қилиш учун кетадиган қўшимча харажатлар ҳақида ҳам боради. Кўпинча фирмалар раҳбарлари бизнес режада атроф муҳитни муҳофаза қилишга етарлича эътибор бермайдилар. Бу эса анчагина маблағ талаб қилади. Натижада, фирма бизнес режага биноан ишни ташкил қилганидан сўнг, «тасодифий» харажатлар қилишга мажбур бўлади. Бу эса бизнеснинг ривожланишига тўсқинлик қилади. Шунинг учун, режада бундай харажатларни ҳам ҳисобга олиш зарур.

11.6. Маҳсулотнинг рақобатбардошлилигини башорат қилиш

Бу бўлимда товарлар (хизматлар) ассортименти, уларнинг рўйхати, ойлик ёки йиллик сотилган сони ва ҳажми берилади. Товарнинг истеъмолчилари кўрсатилади. Ундан сўнг, ишбилармон бу товарлардан, унинг фикри бўйича, қайсисини катта ҳажмда ўтказиши мумкинлиги айтилади.

Бу бўлимнинг мақсади — кредиторларни (банкларни), инвесторларни ёки янги фойдаланувчиларни маҳсулотнинг фойдалилигига ишонтириш, аниқроқ қилиб айтганда, маҳсулотдан кўп фойда олиш мумкинлигига ишонтиришдир. Бунинг учун ишбилармон бир неча саволларга жавоб бериши лозим:

- унинг товари қандай талабларни қондириши;
- унинг товари рақобатчиларнинг товаридан нимаси билан фарқланиши;
- у ҳуқуқий жиҳатдан қандай ҳимоялангани, яъни патент, товар белгиси, муаллифлик гувоҳномалари ва бошқалар кўрсатилади.

Биринчи икки саволга жавоб тадбиркорни қайси ва қанча харидорга ишониш мумкинлигини аниқлашга имкон беради.

Ишбилармон истеъмолчилар билан курашда қуйидаги рақобат стратегияларидан бирини танлаб олади. Оммавий харидорга чиқиш стратегияси (арзон моллар стратегияси) ёки ихтисослашган стратегия, яъни махсус харидор тоифалари учун мўлжалланган алоҳида сифатли, лекин қимматбаҳо товар тайёрлаш.

Аммо, ишбилармон ҳар хил вазиятларда инвесторни ўз маҳсулотининг рақобатчи товардан афзаллиги борлиги билан ишонтира билиши керак. Биринчи стратегияда бундай афзалликларга, анча арзон хом-ашё кам транспорт харажатлари, арзон ишчи кучи ва бошқалар киради. Ишбилармон буни режада кўрсатиши шарт.

Агар ишбилармон рақобат курашининг иккинчисини танласа, унда, сўз алоҳида сифатли маҳсулот ҳақида боради, яъни, янги фикр, ғоялар тавсифлари инвесторларни ушбу товарга жалб қилади, чунки, улар, товарнинг юқори сифатини кафолатлайди.

Рақобатбардош маҳсулот ҳақида сўз борганда, барча афзалик турлари қуйидаги гуруҳларга бўлиниши мумкин:

А. Паст афзаллик тартиби.
Б. Юқори афзаллик тартиби.

А гуруҳи — бу афзаллик стратегияси оммавий харидорга чиқишда фойдали, лекин биринчи кўринишда бу афзаллик етарли таъсир қилади. Бозорда улар устувор бўлмайди, чунки, кўп сабабларга кўра улар йўқолиши мумкин (иш ҳақи ошганда, рақобатчилар арзон хом-ашё манбасини топганда ва бошқалар).

Бундан хулоса шуки, паст афзаллик тартиби мустаҳкам рақобатга чидай олмайди.

Юқори афзаллик тартиби ихтисослашган стратегия бўлиб, у ўз ичига яхши маҳсулот ишлаб чиқариш, яхши технология яратиш кабиларни олади. Булар эса,

ўз навбатида фирма обрўсини кўтариш имконини яратади. Улар маълум вақт ичида рақобатбардошликни таъминлаб боради. Рақобатбардошликнинг бир маромда бориши банк қабул қилган қарор бўйича корхонага пул беришнинг асосий омили бўлади.

Бўлимнинг охирги қисмида ишбилармон ўз харидорига кўрсатадиган қўшимча хизмат турларини таклиф қилиши мумкин. (Масалан: уйга транспорт воситалари ёрдамида бепул етказиш, юкларни ташишда нархни камайтириш, кафолатланган таъмирлаш ишларини бажариш ва бошқалар).

11.7. Маркетинг соҳасининг йўналиши

Бу бўлимда қуйидаги саволлар кўриб чиқилади.

1. Ишбилармон танлаган товарлар ва уларни сотиш усуллари.
2. Маҳсулотни олувчи харидорлар.
3. Нарх сиёсати.
4. Харидорларга хизмат кўрсатиш услуби ва бозорни кенгайтириш усуллари (яъни харидорларни излаш).

Ўз имкониятларидан келиб чиқиб ва бозорни ўрганганданг сўнг, ишбилармон, оммавий товар стратегиясини ёки ихтисослашган стратегияни танлайди. Шунингдек, у, маҳсулотни қандай усуллар билан ўтказишни кўриб чиқади: маҳсулотни улгуржи ёки чакана сотиш, ишчи кучи ва пул харажатлари ҳисоблаб чиқилади.

Агар ишбилармон оммавий маркетингни танласа, у ҳолда, асосан, харидорга мўлжал олади ва бошқа омилларни вақтинча ҳисобга олмайди. Бунда, харидорларнинг хоҳиши деярли бир хил деб қабул қилинади.

Агар ишбилармон ўз товарини сотиш учун алоҳида харидорларни, яъни бозорнинг алоҳида сегментини, танласа, у ҳолда унинг фаолияти янада истиқболлироқ бўлади. Бунда харидорлар бир неча, бир-бирига мос омилларга қараб: жуғрофий, демографик, психологик ва ахлоқий белгиларга қараб жойлашади.

Бозорни сегментлаш кичик фирмалар учун ҳам мақсадга мувофиқдир. У доимий ва потенциал харидор аниқлангач, қандай ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқариш кераклиги ҳақидаги савол бўйича маълумотлар таҳлили асосида ҳал қилинади.

Ишбилармон пул сиёсатини тавсифлашда қандай қилиб ўз товарига нарх қўйиши, чекланган ёки эркин нархлар қайси усул билан асосланмоқчи, неча фоиз рентабеллик олишни режалаштириш ва бунинг учун қандай имкониятлар борлигини кўрсатади. Бу бўлимда корхона маркетингида қандай усул билан маҳсулот ишлаб чиқариш учун кетган харажатларни камайтириш мумкинлиги ҳақидаги савол бош ўринда бўлиши керак. Масалан, ўз маҳсулотини сотиш усулларини тавсифлашда, ишбилармон яқин келажакда хом-ашё базаси ўзгариши сабабли нархларнинг ўсишини кўрсатиб ўтади. Бу ахборот инвесторлар ва кредиторлар диққатини жалб қилишга қаратилади. Келажакда бозорни шу ҳажмда сақлаш ёки кенгайтириш масаласи маркетингда асосий масалалардан бири ҳисобланади. Ишбилармон харидорларни жалб қилиш усулларини ҳам кўрсатиши шарт. Масалан, товар сифатини ошириш ёки нархини камайтириш, харидор учун қўшимча хизматлар кўрсатиш харидорларни жалб қилувчи омиллар ҳисобланади. Алоҳида диққатни товарни реклама қилишга қаратиш керак, чунки бу мақсадда қилинадиган харажатлар, одатда анчагина кўп бўлади.

11.8. Бошқариш режаси

Бошқарув соҳасидаги режа корхонанинг бошқарув тузилмалари таҳлили, яъни ишлаб чиқаришни бошқариш технологиясининг тузилишини режалаштириш демакдир. Аслида у катта ҳажмда бўлмайди (2—3 варақ), лекин бу бўлим ҳам асосий бўлимлардан ҳисобланади, чунки бизнесдаги, айниқса кичик бизнесдаги омадсизликлар биринчи галда бошқарувнинг тўғри режалаштирилмаган оқибатидир.

Бўлимнинг бошида ишбилармонликнинг ташкилий-ҳуқуқий шакли берилади. Бошқарувчи органнинг таркиби кўриб чиқилади, корхонадаги ёрдамчи бўлимлар ва хизматлар ҳамда уларнинг вазифаларини тақсимлаш кўрсатилади. Энг асосий масала корхона бошқариш тузилмасининг самарадорлиги ҳисобланади. Шунинг учун ишбилармон ўз корхонаси бошқарув аппаратидаги ишчилар айниқса бош мутахассислар ҳақида объектив тавсиф берилади. Бундай тавсифномаларда ишловчининг маълумоти, лавозими, ёши ҳақида, унинг

шу ёки бошқа соҳадаги малакаси ҳақида маълумотлар берилади. Бу таҳлил ишбилармонга бошқаришдаги қийинчиликларини ҳал қилишда ва бошқарувни такомиллаштиришга ёрдам беради. Ташкилий тузилма тавсифида ишлаб чиқариш технологиясининг тузилиши, ишлаб чиқариш қуввати, ишлаб чиқариш цехларининг турлари кўрсатилади, шунингдек, хизмат турлари, ишлаб чиқариш қуввати, харажатлар ва капитал қурилиш режаси ва бошқалар берилиши керак. Бўлимнинг охирги қисмида корхонанинг тезкор режаси ёки иш графигини қисқача шаклда бериш мақсадга мувофиқдир.

11.9. Юридик режа

Юридик режа мустақил бўлим бўлиб икки вазиятда тузилади:

1) агар фирма катта бўлиб, у, узоқ муддатга мўлжалланган ишни режалаштираётган бўлса;

2) агар ишбилармон «янги» иш бошлаётган бўлса.

Биринчи ҳолда, бундай режа бизнес режадаги фирма ҳақида ахборот катта ҳажмда бўлса, уни алоҳида бўлим қилиб бериш мақсадга мувофиқ экани билан асосланади. Бунда фирма тўғрисида маълумотлар билан бир қаторда, масалан, фирма сиёсати, ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифати, рақобат курашининг ҳалоллиги, ишнинг қонунга мувофиқлиги, шартнома ва режаларнинг ўз вақтида бажарилиши даромад манбалари ва бошқалар берилиши мумкин. Бу бўлимни ёзиш учун, одатда, мутахассис — юрист таклиф қилинади.

Ўз ишини бошловчи ишбилармон унинг, ташкилий-ҳуқуқий асосини билиши керак. Бизнес-режа тузишда у ўз корхонасининг статуси, мулк шаклини аниқлаши керак. Бошқача айттанда ўз ишининг тўла қонуний бўлишини таъминлаши керак. Бу, айниқса ҳуқуқий меъёрлар ўзгарганда анча қийин бўлади. Ишбилармон ҳуқуқий соҳада яхши билимдон бўлиши керак, чунки бунақа ўзгаришларни олдиндан кўра билиш ёки уларни ўз вақтида пайқаш ва тушуниш қонун бузилишининг олдини олади. Янги иш бошловчи ишбилармон юридик маслаҳат олиши ёки ўз фирмасига ишга юрист олиши мақсадга мувофиқдир.

11.10. Таваккалчиликни иқтисодий баҳолаш ва уни суғурталаш

Корхонанинг катта бизнес-режасида бу саволга алоҳида бўлим ажратиш мумкин, чунки тадбиркор таваккалчилик оқибатида юз бериши мумкин бўлган хавф-хатарни ҳисобга олиши керак. Кичик ёки яқинда тузилган корхонанинг бизнес-режасида бу савол бошқариш тузилмалари, маркетинг тадқиқотлари, маҳсулот ва технология бўлимларига киритилиши мумкин. Ишбилармон камдан-кам юз берсада, турли хил хавф-хатар турларини кўриб чиқиши шарт. Бундай хавф-хатарларга, табиий офатлар: зилзила, ёнғин, сув тошқин, бўронлар, мамлакатдаги сиёсий-ижтимоий ўзгаришлар, ҳарбий қарама-қаршиликлар, урушлар ва молиявий сиёсат, валюта курслари, солиқ турлари ва сиёсатининг ўзгариши ва бошқалар киради.

Хавфни камайтириш учун қуйидаги тадбирларни амалга ошириш зарур:

1) Хавфнинг олдини олиш;

2) Агар бирон-бир фавқулодда воқеа содир бўлса, тезкор тадбирлар қабул қилиш;

3) Суғурталаш. Бу тадбир ҳақиқий қийматга эга бўлади. Агар, ишбилармон иқтисодий ҳолатни аниқ ҳисоблай олмаса ва хавф-хатар юз берса, уни қоплаш учун қанча пул кетишни билиши керак. Уни олдини олиш тадбирларини ўтказиш, суғурта қилиш ёки хавфни бартараф қилиш йўлларини режалаштириши керак.

Агар бирон-бир фавқулодда воқеа содир бўлса, унда, ишбилармон зарарларни қоплаш учун махсус фонд тузади. Аммо, ишбилармон катта таваккалликга ҳаракат қилаётган бўлса, унда у суғурта компанияси билан шартнома тузади. Бу суғурта мол-мулкнинг тўғри суғуртасидан фарқ қилади ва одатда, тадбиркор тўғри суғуртадан ташқари, бошқатдан суғурта шартномасини тузади. Бунда, кўпинча кредит суғурта қилинади.

Бу кўрилган тадбирлар инвесторларни корхона амалга ошираётган ишлардан мамнун бўлишга ва уларга нисбатан ишонч ҳосил қилишига олиб келади.

11.11. Молиявий режа

Молиявий режа ўз ичига қуйидагиларни олади:

1. Агар корхона бир неча йил ишлаётган бўлса, ўттан даврга молиявий ҳисобот қилиш.

2. Яқин 3—5 йилга молиявий натижаларни режалаштириш.

3. Маълумотга қараб, уларга изоҳ бериш. Ўттан даврдаги ишларнинг натижалари ҳақидаги ахборот фирманинг ижобий тарафларини ва камчиликларини кўришда ёрдам беради. Молиявий ҳисобот таҳлили 3—5 йилга молиявий режа тузиш учун асос бўлиб хизмат қилади.

Молиявий башоратлар ҳам одатда 3—5 йилга қилинади.

Биринчи йилни тақвимларга бўлиб, кейин, режани йиллар бўйича бўлинади. Молияни режалаштиришнинг асосий қисмлари қуйидаги ҳужжатлар бўлади:

- сотиш ҳажми башорати;
- пул харажатлари ва тушумлар баланси;
- даромад ва харажатлар жадвали;
- корхонанинг актив ва пассивлари бошланғич баланси;
- зарар кўрмасликга эришиш графиги.

Бундай кўрсаткичлар таркиби жаҳон амалиётида қўлланиб келинаётган режалаштириш усулларида амал қилади.

Сотиш ҳажми биринчи йил ойларга, ҳамда (квартал) тақвимларга бўлиб берилади. Кейинги йиллар (учинчи, тўртинчи, бешинчи) бўлинмасдан, яъни тўла йиллик кўрсаткич шаклида берилади. Бу ишбилармон учун қуйидагиларни билдиради:

- Қандай пул харажатлари қилиш зарур. Корхона фаолиятининг қайси турларига кўпроқ маблағ сарфлаш керак;
- Фаолиятнинг қайси босқичида қандай сарф-харажатлар ўзгариши мумкинлиги ва уларни камайтириш усулларини кўра билиш лозим.

Даромад ва харажатлар жадвали корхона фойдасининг ўзгариши ва шаклланишини кўрсатади. Биринчи йилнинг ҳар ойи, иккинчи йил — ҳар квартал, кейинги йилларда йиллик маълумотлар умумий ҳолда

кўрсатилади. Жадвалда қуйидаги маълумотлар келтирилади:

- товар ишлаб чиқариш харажатлари;
- сотишдан тушган фойда;
- бошқарув харажатлари, солиқлар;
- соф фойда.

Бизнес-режанинг молиявий бўлимида энг асосий ҳужжат жадвал кўринишидаги биринчи ва охирги бир йиллик реализация бўйича актив ва пассивларнинг умумий кўрсаткичларидир. Бу ҳужжат корхона фаолиятини баҳолаш ва корхона пул-маблағларини ўтказиш кераклиги тўғрисида банк мутахассисларига маълумот бериш учун асос бўлади.

Бундай кўрсаткичларга мисол қилиб II. 1-жадвал берилган. Молиявий режалаштиришнинг якуний босқичи корхонанинг зарар кўрмаслик ҳисоб-китоби ҳисобланади. Бунинг учун қанча товар ишлаб чиқа-

II. 1-ж а д в а л

Корхонанинг актив ва пассивлари

Банк ссудасидан фойдаланиб, тадбиркорлик фаолиятини бошлаш	
АКТИВЛАР	КАПИТАЛ
Жорий активлар	Мажбурият
Касса	Узоқ муддатли ссуда (ёки акциялар) суммаси
Облигациялар (ёки қайтарилмаган қисқа муддатли ссуда)	Ҳисоб рақами
Қимматбаҳо қоғозлар ва бошқа қисқа муддатли молиявий қўйилмалар	Банклардаги оддий рақамлар
Захира	Ўз вақтида тўланмаган қарзлар
Йиғилган активлар	Кредиторлар билан ҳисоб-китоб (товар ва хизматлар, иш ҳақи бўйича)
Жиҳозлар	
Капиталдаги мулкдорнинг ҳиссаси	
ЖАМИ	ЖАМИ
ҲАММАСИ	ҲАММАСИ

риш ва сотиш кераклигини корхонанинг фойда олиш шартлари аниқланади. Ҳисоблар фақат 2 усул билан олиб борилади: сонли ифода ёки график усулларида.

Маълумотларни ишбилармон молиявий режалаштиришнинг олдинги бўлимларидан олади.

Зарар кўрмасдан ишлаб чиқарилган моллар сони қуйидаги формула бўйича топилади.

$$К = УПЗ/Ц — УППЗ$$

Бу ерда: **УПЗ** — тадбиркорлар фаолиятини ташкил қилиш учун кетадиган шартли доимий харажатлар суммаси; УПЗга қуйидагилар киради:

— олдин олинган ва сўралаётган кредитлар суммаси, шунингдек улар учун йил бўйича фоиз тўловлар;

— корхона бўйича қўшимча харажатлар қиймати;

Ц — бирлик товар (хизмат) нархи, сўм.

УППЗ — бирлик товар (хизмат) ишлаб чиқаришга кетадиган шартли-ўзгарувчан харажатлар суммаси, сўм; УППЗга материал, хом-ашё, бутлов қисмларига, ишлаб чиқариш жараёнида ишлатиладиган электр ва иссиқлик энергиясига, асосий ишлаб чиқариш ишчилари учун тўланадиган иш ҳақи харажатлари киради.

Бўлимнинг охирги қисмида, одатда корхонанинг молиявий стратегияси ёритилади. Унинг умумий жиҳатлари тавсифланади ва режалаштирилган 3—5 йил даврга ишлаб чиқаришни молиявий таъминлаш масалалари кўриб чиқилади. Биринчи навбатда, тадбиркор, олинган ва бошланғич маълумотлар асосида лойиҳани амалга ошириш учун қанча маблағ керак бўлишини аниқлайди. Ундан сўнг у қаердан маблағ олишни, қайси муддатларда олинган маблағларни қайтаришни, инвесторларнинг корхонага қўйилган маблағларни қачон ва қанча фоиз билан қайтариб, олишларини белгилайди. Бундай маълумотлар банк ва кредит берувчи ташкилотларга ҳам зарур бўлади. Бу бўлимни синчиклаб, мукаммал ишлаб чиқилиши тадбиркорликдаги хавф-хатар ва таваккалчиликни камайтиради.

11.12. Ташқи иқтисодий фаолият режаси

Агар корхона ёки тадбиркор ташқи бозорга чиқмоқчи бўлса ва ўз мавқеини сақлаб қолмоқчи бўлса, у ҳолда бизнес-режанинг ушбу бўлими ишлаб чиқила-

ди. Бу бўлимдан товарни қайси давлатга чиқарилиши, сотиш ҳажми, бўлғуси валюта тушуми, мавжуд алоқалар ҳақида ахборот берилади. Режада ташқи иқтисодий алоқа шакллар (ташқи савдо, халқаро ҳамкорлик, капитал қўйиш, корхонани қайта жиҳозлаш, такомиллаштириш; илмий, саноат ёки экологик лойиҳаларни биргаликда ишлаб чиқариш; олимлар, мутахассислар, ишчи кучи билан ўзаро алмашиш, республика территориясида бошқа давлатлар билан қўшма корхона тузиш)ни танлашда алоҳида аҳамият берилади.

Ташқи иқтисодий фаолиятни режалаштиришда давлатлар билан қандай ҳажмда операциялар бажарилиши, молиявий йилнинг тугаш муддатлари, Республикадаги ва товар экспорт қилинаётган давлатдаги солиқ тизими ва ставкалари ҳисобга олиниши керак. Фаолият амалга оширилаётган мамлакат валютаси қадрининг ўзгариши инвесторларнинг оладиган фойдасига жиддий таъсир кўрсатади. Шунинг учун, ташқи иқтисодий фаолиятни режалаштиришда ҳамкорликдаги мамлакатлар валюта курсларининг ўзгаришида юзага келадиган муаммолар алоҳида кўриб ўтилиши керак.

Чет эл инвестицияларини жалб қилишни режалаштирган тадбиркорлик тузилмалари ташқи иқтисодий фаолиятнинг инвестицион лойиҳасини алоҳида ишлаб чиқишлари керак бўлади.

12. ТАДБИРКОРЛИК ТУЗИЛМАЛАРИНИНГ ТАШКИЛИЙ ТУЗИЛИШИ

12.1. Кичик бизнес корхоналари бошқарувининг ташкилий тузилмалари

Корхонани бошқаришнинг самарали тузилмасини вужудга келтириш бошловчи тадбиркор ҳал этиши керак бўлган муҳим вазифалардан биридир. У ташкилотни самарали ишлаши учун унга қайси ихтисосдаги мутахассислар қандай малакада, қандай шахсий фазилатларга эга бўлган қанча одамни бирлаштириши кераклигини аниқлаб олиши керак. Корхона катталашиб, унинг фаолият соҳалари кенгайиб бориши билан оқилона тузилмага бўлган эҳтиёж янада ошади. Корхонанинг етуклик, ҳатто, гуллаб-яшнаган босқичида ҳам ташкилий тузилма одамнинг ҳаётий қоби-

лиятини белгиловчи муҳим омил бўлиб қолади. Корхонанинг рақобат курашига дош бериш, ўз қувватини сақлаб туриш ёки ошириб бориши, унинг ўзгариб бораётган шароитларга мослашиш қобилиятига боғлиқ бўлади.

Корхона бошқарувининг ташкилий тузилмаси — бу бўлимлар, ишловчилар ўртасидаги махсус ишлаб чиқилган алоқалар ва муносабатларнинг яхлит тизимини ўз ичига олади ва унинг доирасида ишловчи одамлар олдига қўйилган мақсадга энг самарали йўл билан эришиш вазифасини бажаради. Мазкур тизимнинг ташкилий вазифалари 12.1-чизмада кўрсатилган.

Корхона тузилмасида қуйидаги элементлар ажратиб кўрсатилади: раҳбарлик ва алоқа (горизонтал ва вертикал) бўғинлар (бўлимлар), даражалар (босқичлар).

Бўғин (бўлим) — бу ташкилий жиҳатдан алоҳида, мустақил бошқарув ташкилотидир. Бўлим (одамлар гуруҳи) томонидан муайян вазифанинг бажарилиши уни шакллантиришнинг асосий мақсади ҳисобланади. Бўлимлар ўртасидаги алоқалар горизонтал тусга эга. Раҳбарлик (бошқарув) даражасини (босқичини) бошқарув иерархиясида маълум босқични эгаллаган бўлимлар гуруҳи (ёки битта бўлим) сифатида белгилаш мумкин. Босқичлар ўртасидаги алоқалар бу вертикал бўйича алоқадир. Улар қуйи даражалардан бошлаб юқори даражагача эркин ифодаланган изчил бўйсуниш тусига эга.

12.1-чизма. Корхона бошқарув тизимининг ташкилий вазифалари.

Ҳар қандай, ҳатто кичик корхонада ҳам, юқорида баён этилган учта тузилма элементларнинг ҳаммаси мавжудлигини аниқлаш мумкин. Тадбиркор у ташкил

эттан корхонанинг мулкдори бўлиб, унинг ишига раҳбарлик қилади. Вертикал бўйича унга унинг ходимлари бўйсунади.

Корхонанинг турли вазифаларини (ташкилотчилик, маркетинг, бухгалтерия ва ҳоказо) бажараётган ходимлари ўртасида горизонтал алоқалар ўрнатилади. Улар бевосита бўйсуниш тусида бўлмайди, лекин, кўпинча корхона турли ишлаб чиқариш (амалий) операцияларининг изчиллиги ва ўзаро боғлиқлигини белгилайди.

Корхонани бошқариш ташкилий тузулмасининг самарадорлигини таъминлаш учун 12.2-чизмада келтирилган қоидаларга риоя этиш зарур.

Бошқарув бирлиги қоидаси бошқарувчи тизим (бошқарув органи, ташкилоти) ва бошқариладиган тизим (ишлаб чиқариш)нинг борлигини англатади. Ҳар қандай кичик фирманинг бошқаруви ва бошқариладиган тизимлари ўртасида тўғри ва тескари алоқа амалга оширилиши керак. Бошқарувчи тизим бошқарилувчи тизимдан ахборот олади.

Бошқарув органи олинган ахборот асосида қарорлар қабул қилади. Шу тариқа бошқарув тўғри ва тескари алоқа асосида амалга оширилади.

Бўйсуниш бирлиги қуйидаги маънони англатади:

1) ходимлар гуруҳи ўзининг устидан қўйилган бир раҳбарга бўйсунади:

2) бўйсунувчилар турли раҳбарлардан бир-бирига зид, ўзаро боғланмаган кўрсатмалар олмасликлари керак.

Мувофиқлик қоидаси барча функционал бўлимлар бажараётган асосий бошқарув вазифалари миқдори ва даражаси, ўзаро ахборот алмашув ва меъёрий таъминот бўйича бир-бирига мос бўлиши керак, деган маънони англатади.

Маҳаллий бошқарув ташкилотлари, бу, амалда туман (шаҳар) ҳокимияти, ташкилотлар, назорат органлари томонидан бажарилаётган бошқарув вазифаларидир. Маҳаллий ташкилотлар бошқарув «Маҳаллий ўзўзини бошқариш тўғрисида»ги қонунга асосланиб амалга оширадилар.

Алоқа тизими барча бошқарув органлари ўз вазифаларини бир-бирлари билан мустаҳкам алоқада бажарадилар, деган маънони англатади. Алоқани йўқотиш — бошқаришни йўқотиш, деган маънони билдиради. Алоқалар турли шаклда: чизиқли (вертикал), функционал (горизонтал), тармоқли, минтақавий бўлиши мумкин.

Йўналтирилганлик қоидаси ҳар бир корхонанинг маълум ташқи инфраструктураларга — (банклар, биржалар, молия ташкилотлари, таъминот-сотиш ташкилотларига) мўлжал олиши ва ташқи муҳитнинг ўзгариб турган шароитларига мослаша олиши кераклигини билдиради.

Ишни табақалаштириш корхонада ишларни: ким нима учун жавоб бериши, ким назорат ёки шикоят қилиш ҳуқуқига эга эканлигини ва ҳоказоларга қараб аниқ фарқлашни билдиради. Буларнинг ҳаммаси ходимларнинг бошқарув масалаларидаги мустақиллигини оширади. Ҳаммабоплик қоидаси бозор муносабатлари, рақобат шароитларида фақат махфий ҳисобланмаган ахборот билан эркин танишиш имконияти берилиши керак, деган маънони билдиради. Масалан, атроф муҳитнинг ифлосланиш даражаси ҳақидаги, маҳсулот сифати тўғрисидаги, техника хавфсизлиги тўғрисидаги ахборотлар шулар жумласига киради.

Босқичлар	Мазмуни
Бажарилаётган иш характерини белгилаш	**Вазифаларни қўйиш.** Қўйилган вазифларни ҳал этиш учун зарур бўлган ишлар ҳажмини белгилаш. Фойдасиз ишни ва айрим операцияларни такрорлашни истисно этиш. Бошқарув ва назорат тизими элементларининг ўзаро ҳамкорлиги жараёнини ишлаб чиқиш, қарорлар турлари ва уларни қабул қилишда у ёки бу менежернинг иштироки хусусиятини, менежер умумий ишга қўшиши керак бўлган ҳиссани белгилаш, менежер ўзаро ҳамкорлик қилиши керак бўлган шахсларнинг қарор қабул қилаётган бошқа шахсларнинг менежерга кўрсатадиган таъсирини ўз ичига олади.
Ишни бошқарувнинг алоҳида элементлари ўртасида тақсимлаш	**Меъёрларни белгилаш ва андозаларни тасдиқлаш.** Масалан, корхонани бошқаришнинг ҳар қандай даражасининг ҳар бир раҳбари учун аниқ лавозим мажбуриятларини белгилаш, қабул қилиш. Бошқарувнинг илмий услублари доирасидаги техник усуллар. Масалан, иш вақти, меҳнатни ташкил этиш ва бошқарув фаолиятининг бошқа омилларини таҳлил этиш услубларини тадқиқ этиш. Корхона доирасида ишлаётган барча шахсларнинг мустаҳкам ҳамкорлигини ва аниқ ўзаро ҳаракатни ташкил этиш.
Бошқарувнинг мантиқий гуруҳларини қуриш	**Бўлинмаларни ташкил этиш.** Бошқарилаётган иш турига мувофиқ бошқарув элементларини гуруҳлаш. Масалан, обрўга эга бўлган раҳбарлар атрофида бўлинмалар (бўлимлар) тузиш.

12.2-чизма. Корхонанинг бошқарув тизимини тузиш жараёни.

Операциялар устидан назорат бажарилаётган ишнинг барча босқичларида назоратнинг техник воситаларидан фойдаланиб ёки фойдаланмай амалга оширилиши мумкин.

Режалаштириш — бошқарув жараёнининг дастлабки босқичларидан бири бўлиб, у мақсадни амалга ошириш, ривожлантиришда йўналишни белгилаш демакдир. Ҳар қандай фирма ўз фаолиятини пухта ва яхши режалаштириши керак, чунки, фирманинг омон қолиши ва фойда кўриши шунга боғлиқ бўлади.

Корхона бошқарув тизимини шакллантириш жараёни 12.2-расмда кўрсатилган.

12.2. Корхона бошқарувининг ташкилий тузилмасида бўлинмаларнинг ўрни ва аҳамияти

Корхона (фирма) ичида бўлинмаларни тақсимлаш қоидаларига асосланиш керак. Жумладан, **тенг гуруҳларга бўлиш қоидаси** ходимлар малака тайёргарлигига эга бўлиб, қўйилган мақсадга эришиш учун яна муайян миқдордаги одамлар зарур бўлган ҳолларда қўлланади.

Функционал белги бўйича бўлиш қоидаси эса, ишлаб чиқариш бўйича цехлар, маркетинг, кадрлар, молия ва ҳоказо бўлимларни ташкил этишнинг энг оммалашган усулидир. Улар сони ташкилот эҳтиёжларига боғлиқ бўлади.

Ҳудудий белги бўйича бўлиш қоидаси корхона ўз фаолиятини турли туманлар ҳудудида амалга оширганда кўпроқ қўлланади. Мазкур ҳудудда корхонанинг барча турдаги операцияларнинг бажарилишини, жумладан, сотиш бўйича ишларни минтақавий бажарувчига топширилиши мумкин.

Ишлаб чиқарилаётган маҳсулот асосида тақсимлаш қоидаси ишлаб чиқарилаётган маҳсулот турини кўпайтириб бораётган, бошқа ташкилий тузилмани қўллаш ишни фақат мураккаблаштириши мумкин бўлган йирик корхоналарда кенг оммалашган.

Истеъмолчилар манфаатларини ҳисобга олган ҳолда тақсимлаш қоидаси. Харидор ҳал қилувчи омил бўлган тармоқларда унинг манфаатлари ташкилий тузилмага кучли таъсир кўрсатади. Шунинг учун, ис-

теъмолчилар манфаати юқори қўйилган корхоналарда ушбу усул қўлланади.

Йирик корхоналарда юқорида кўрсатилган қоидаларнинг айримларида ёки ҳаммасидан фойдаланилади. Санаб ўтилган омилларнинг ҳаммаси ёки биронтасига муҳим аҳамият берилиши тегишли усулни танлашга асос бўлади.

Бўлинмаларнинг бошқарув тузилмаларини шакллантиришда қуйидагиларни ҳисобга олиш зарур:

Стратификацияни, яъни, агар тадбиркор ўз ишини эндигина бошлаган бўлса, бошқарувнинг қандай даражасини қўллаш мақсадга мувофиқ бўлишини аниқлаш. Бунда бир ёки, одатда, икки бўйсуниш даражаси мавжуд бўлади. Лекин, иш кенгайиб бориши билан, бошқарув даражалари сони ошиб боради. Маълумки, йирик корхоналарда бошқарув зинапояси 12 тадан 20 тагача босқичдан иборат бўлади.

Расмийлаштиришни, яъни, ташкилотдаги раҳбарлик услубини ва фаолият жараёнида одамлар орасидаги муносабатлар хусусиятини билиш. Агар бу муносабатлар кўплаб қоидалар ва йўриқномалар билан тартибга солинса, ташкилот расмий ташкилот сифатида қаралади. Қоидалар қанчалик кўп, раҳбарлик усули қанчалик бюрократик бўлса, корхона тузилмаси шунчалик расмий ва тармоқли бўлиши керак.

Марказлаштириш ёки марказлаштирмасликни, яъни, олий раҳбарлик ҳал қилиш керак бўлган масалалар рўйхати бўйича қарорларни қабул қилиши ва қарорларни етказиш иерархиясини билиш. Марказлаштирилган раҳбарлик усулини ташкил этишда муҳим ва иккинчи даражали масалаларни раҳбарнинг (раҳбарлар гуруҳининг) ўзи ҳал қилишга интилади. Ишни раҳбар ўз ваколатларининг катта қисмини бошқарувнинг қуйи даражасига берадиган ва шу билан ўз ходимлари ижодий салоҳиятларини ривожлантиришга кўмаклашадиган тарзда ташкил этиш энг илғор ва самарали деб тан олинади.

Ташкилий тузилманинг мураккаблик даражасини билиш. Корхонадаги бўлимларнинг тури, миқдори ва ўзаро ҳамкорлиги, раҳбар ходимлар, ишчи-хизматчилар сонига ва бошқалар бошқарувнинг мураккаблик даражасини белгилаб беради. Корхонанинг самарали ишлаши учун ходимларнинг вазифалари ва вако-

латлари, шунингдек, уларнинг ўзаро муносабатлари тартиби белгиланади. Вазифалар ва ваколатларни белгилаш ва уларни ташкилот доирасида оммалаштиришнинг учта усули мавжуд: ташкилий схемалар, жадваллар тузиш; қўлланма (маълумотлар) ёки йўриқнома ишлаб чиқиш; вазифаларни тақсимлаш.

Корхонанинг раҳбари ва ҳар бир ходими ўз вазифалари, ваколатларини, бошқа ходимлар билан ҳамкорлик қилиш тартибини билиши керак.

12.3. Тадбиркорлик фирмалари ташкилий тузилмаларининг турлари

Ваколатлар, ҳуқуқлар, вазифалар ва жавобгарлик нуқтаи назаридан кичик бизнес корхоналари бошқарув тузилмаларининг қуйидаги ташкилий турлари мавжуд:

- чизиқли;
- чизиқли-функционал;
- лойиҳаланадиган ва матрицали;
- венчур ва фирма ички инновацияли.

Бошқарувни чизиқли ташкил этиш бевосита лавозим вазифаларини шу тариқа тақсимлаш асосида қуриладики, бунда, ҳар бир ходим фирма олдида турган вазифаларни бажаришга энг кўп даражада йўналтирилган бўлади. Чизиқли тузилма қўл остидагиларга бевосита таъсир кўрсатишни амалга оширишни ва тадбиркор раҳбарда барча бошқарув вазифаларини жамлашни назарда тутади. Барча ваколатлар тўғридан-тўғри (чизиқли) белгиланади. Улар юқори бошқарув бўғинидан қуйи бошқарув бўғинларига қараб ўзгаради.

Бошқарувнинг чизиқли тузилмаси афзалликлари:

- тадбиркор раҳбарнинг якка бошчилиги, бунда ходимларнинг иш натижалари учун шахсан жавобгарлиги қоидасига қатъий риоя этилади;
- ходимлар ўз раҳбарларидан бир-бирига зид ва ўзаро бўлмаган кўрсатмалар олмайдилар. Тадбиркор ўз ҳаракатлари билан бутун масъулиятни бир ўзи зиммага олади;
- қарорлар қабул қилишнинг оперативлиги;
- ахборотни тушуниш ва ундан фойдаланишнинг соддалиги;
- зарур интизомнинг мавжудлиги, бошқаришнинг пух-

талиги, тежамкорлиги ва уларни сақлаб туришнинг мумкинлиги.

Чизиқли тузилманинг камчиликлари:

- мослашувчан эмаслиги, қаттиқлиги, корхонанинг бундан кейинги ўсишга мос келмаслиги;
- бошқарув усулининг бюрократик, танҳо ҳукмронликга асосланган бўлиши мумкинлиги;
- тадбиркор ўз ишида, албатта, юқори малакали (профессионал) бўлиши ва барча масалаларни тушуниши, билиши керак, бу эса одамларнинг кўплиги ва улар характери турли хил эканлиги билан роят катта қийинчиликлар туғдиради.

Амалда чизиқли тузилма якка тартибда эгалик қилишда ва ходимлар сони кам бўлган кичик корхоналарда қўлланилади.

Бошқарув тузилмасини чизиқли-функционал ташкил этиш ўз ичида ҳам чизиқли, ҳам функционал бошқарув элементларини мужассамлаштиради, яъни чизиқли бошқарув махсус ёрдамчи хизматлар билан мустаҳкамланади.

Мазкур тузилманинг камчиликлари:

- чизиқли ва функционал ходимлар ўртасидаги келишмовчиликлар;
- тадбиркорга функционал ходимлар фаолиятини мувофиқлаштириш қийинроқ бўлади.

Амалда бошқарувнинг мазкур тузилмаларидан кичик бизнесда тадбиркорлик кенгайиб бораёттан ва маҳсулот сотиш ҳажмлари кўпайиб бораёттанда қўлланади.

Лойиҳавий ва матрицали бошқарув тузилмалари. Лойиҳавий тузилма махсус лойиҳани ишлаб чиқиш ва унга раҳбарлик қилишда қўлланади. У дастурий-мақсадли деб ҳам номланади. Матрицали ёки катакли ташкилий тузилма ана шу тузилманинг такомили ҳисобланади.

Лойиҳавий тузилма — бу аниқ вазифани ҳал этиш учун ташкил этиладиган вақтинчалик ташкилотдир. У функционал бўлинма ичида ташкил этилади. Муайян лойиҳани амалга ошириш учун тўпланган турли соҳаларнинг юқори малакали мутахассислари унинг аъзо-

лари ҳисобланади. Лойиҳа тугалланганидан кейин гуруҳ тарқатиб юборилади. Мутахассисларнинг бир гуруҳи ўзининг аввалги иш жойига кетади, иккинчи қисми— янги лойиҳаловчи гуруҳга ўтади. Бу тузилманинг ўзига хос хусусияти шундан иборатки, ходимлар бир вақтнинг ўзида икки раҳбарга — лойиҳа раҳбарига ва бу гуруҳ доирасида ишлаётган бўлим раҳбарига бўйсунадилар. Кўпгина тадбиркорлик фирмалари бор эътибор ва куч-ғайратни алоҳида муҳим янги технологиялар ва маҳсулотларни ишлаб чиқариш, яъни инновация лойиҳаларини амалга ошириш мақсадида мана шундай тузилмаларни ташкил этадилар.

Матрицали тузилма лойиҳавий тузилмаларининг ривожи (такомили) ҳисобланади. У тақсимлашнинг икки тури: вазифалар бўйича ва маҳсулот бўйича тақсимлашнинг уйғунлашувидир. Матрицали тузилмалар 50—60 йилларда АҚШнинг унча катта бўлмаган авиасозлик фирмаларида пайдо бўлган. Улар соф лойиҳавий (одатда қиммат турадиган) тузилмадан самарали фойдаланиш учун ишлаб чиқилган.

«Женерал Электрик», «Шилл Ойл» ва бошқа корпорацияларда лойиҳавий тузилмани функционал тузилмага қўшиш юзасидан тажриба ўтказилади. Шу тариқа олинган схема катаклардан иборат бўлган матрица (пантера) шаклига эга бўлиб, тадбиркорлик фирмасида бир вақтнинг ўзида тўрт маҳсулот яратиш ва ишлаб чиқариш имконини беради. У гуруҳнинг ҳар бирига алоҳида раҳбар жавоб беради. Хизматчиларнинг барча тўртта гуруҳи маҳсулотни яратишдан бошлаб уни ишлаб чиқариш ва сотишгача занжирдаги вазифаларни бажаради.

Матрицали усулнинг афзаллиги:

- фирма фаолиятининг ўзгариб бораётган ички ва ташқи шароитларига тез муносабат билдириши ва мослашишига имкон беради;
- истеъмолчи талаблари ва ресурсларни тежаш зарурати ўртасида самарали мувозанатни йўлга қўйиш имконини беради;
- мутахассислар ўртасида бевосита алоқаларни қўллаб-қувватлаш, зарур ахборот билан тўғридан-тўғри таъминлаш имконини беради;
- бўлим ичида бюрократик тамойилларни заифлаштиради;

- функционал тузилмада қабул қилинганига нисбатан хулқ-атворнинг янада демократик меъёрлари ҳисобига меҳнатдаги манфаатдорликни кучайтиради ва меҳнатга иштиёқ ортади.

Матрицали тузилманинг камчиликлари: тузилманинг мураккаблиги, раҳбарлар ваколатларини аниқ белгиламаслик натижасида турли низоли вазиятларнинг вужудга келтириши мумкинлиги.

Хорижий мамлакатлардаги тадбиркорлик фаолиятини таҳлил этиш натижаларининг кўрсатишича, лойиҳавий ва матрицали тузилмалардан қуйидаги шартлар мавжуд бўлганида фойдаланиш мақсадга мувофиқдир:

1. Ишлаб чиқилган лойиҳа ноёб ва долзарб (уни бажаришда эса сусткашлик бўлмаслиги керак).

2. Маҳсулот тури ёки технология тез-тез алмашганда.

3. Гуруҳнинг лойиҳа устида ишлаш вақти чекланган бўлиши керак. Буюмни оммавий ишлаб чиқариш бошланиши билан, уни такомиллаштириш юзасидан ишлар оддий функционал бўлимларда олиб борилади.

4. Муаммо гуруҳ аъзоларининг умумий куч-ғайратлари ҳисобига ҳал этиладиган ҳолларда.

Венчур ва инновация тузилмалари. Венчур ва инновация тузилмалари лойиҳавий (дастурий-мақсадли) ташкилий тузилмаларининг замонавий кўриниши ҳисобланади. Бу икки ном муайян даражада синоним ҳисобланади. Инглизча «venturi» сиз «таваккал иш» деган маънони билдиради. Одатда, бизнесда таваккал иш инновациялар, яъни янги технологиялар, товарлар ёки хизматларни ишлаб чиқаришдан иборатдир. Бозор иқтисодиёти ривожланган барча мамлакатларда кичик бизнесда ана шундай тузилмалар ташкил этилади. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, бу бозорнинг тез ўзгараётган шароитларига тез муносабат билдиришнинг энг истиқболли йўлидир.

Қуйидагилар ана шундай тузилмаларнинг характерли хусусиятлари ҳисобланади:

- Таваккалчилик бизнеси, яъни, тадбиркор мутлақо янги, аввал ҳеч ким ишлаб чиқармаган (инновация)

объектини танлайди ва уни ишлаб чиқаришга ўз сармояси ёки қарзга олинган молия маблағлари билан таваккал қилади. Тадбиркор муваффақиятга эришса, юқори ёки ўта юқори фойда олиши мумкин.

- Фан билан боғлиқ венчур фирмасида маҳсулотни яратиш ва ишлаб чиқаришгача етказиш катта фирмаларнинг функционал бўлимларидагидан анча тез (тўртдан уч, кўпинча бешдан уч баравар тез) рўй беради. Буни иккита сабаб билан тушунтириш мумкин: кичик жамоанинг йиғинчоқлиги ва фаолиятининг бир мақсадга йўналтирилганлиги, ҳамда, бундай ташкилотларнинг инновация объектини танлашга ўзига хос ёндашуви билан изоҳланади. Венчур фирмасида, одатда, тез самара берадиган лойиҳалар ишлаб чиқилади. Ҳамма нарса мақсадга мувофиқлилик ва пировард маҳсулотни ишлаб чиқаришга бўйсундирилади.
- Венчур фирмаси яхлит кичик бизнес бўлганидан бизнес дунёсида катта тезкорликга эга бўлади. У мустақил ташкилот бўлиб, иш схемалари, усулларини тез ўзгартириш имкониятига эга.
- Тадбиркор (мулкдор, раҳбар, менежер)нинг уддабуронлик, илғор фикрлаши, тиришқоқлиги, дадиллиги, таваккалчиликда жўшқинлиги каби фазилатлар ғоят муҳим бўлиб, «венчур» номига бевосита мос келади.

Кичик бизнесда муваффақиятли ҳаракат қилаётган венчурларнинг самараси шунчалик юқорики, катта фирмаларнинг раҳбарлари кўпинча улардан иттифоқчиларни излашади, улар билан инновация лойиҳаларини бажариш учун шартнома-буюртмалар тузадилар. Иккинчи йўл венчур гуруҳларининг ижобий тажрибасини ўрганиш ва фирма ичида тегишли инновация бўлинмаларини ташкил этишдир.

Инновация (венчур) фирмаси ички бўлинмалари турлари. Тадбиркорликда инновациялар қоидасига амал қилиш рақобат курашида фирманинг омон қолиши ва унинг самарали фаолият кўрсатишининг муҳим шарти ҳисобланади.

Йирик тадбиркорлик фирмаларида инновация тузилмалари бир қанча омиллар, ишлаб чиқарилаётган

лойиҳаларнинг аҳамиятини, уларнинг мақсад-йўналишлари ва мураккаблиги, шунингдек расмийлаштириш даражасига боғлиқ ҳолда бир неча турга бўлинади.

Янги маҳсулотни яратиш бўлими. Бу аслида, лойиҳавий маҳсулот тузилмасидир. Бўлим фирма учун стратегик аҳамиятга эга бўлган янгиликни ишлаб чиқиш учун ташкил этилади. Расман, у соҳага мос бўлган фукнционал бўлимга тааллуқли бўлади. Лекин инновация бўлимидаги ишланмалар мазкур бўлим иш режасига қўшилмайди.

Бевосита интеграция. Бу энг муҳим аҳамиятта эга бўлган маҳсулотни ишлаб чиқиш демакдир. Шу билан бирга, инновация асосий ишлаб чиқариш фаолияти билан мустаҳкам боғлиқликдадир. Ишни муваффақиятли амалга ошириш учун унинг асосида турадиган технология, конструкторлик ва бошқа хизматлар ҳам керак бўлади. Шу тариқа янгиликни ишлаб чиқиш фирмани бошқаришнинг мавжуд тизимига интеграцияланади. Табиийки, фаолиятнинг янги, ижодий тури пайдо бўлиши ташкилотта жиддий таъсир кўрсатади, унинг аъзолари хулқ-атворида у ёки бу ўзгаришларни келтириб чиқаради.

Агар инновация фирма учун жуда муҳим аҳамиятта эга бўлса, лекин амалдаги асосий ишлаб чиқариш билан мутлақо боғлиқ бўлмаса, у ҳолда корхона бошқарувида янги маҳсулотни яратиш билан шуғулланувчи ихтисослаштирилган бўлинма ташкил этилиши ва унинг воситасида бозорга чиқиш катта фойда келтириши мумкин. Муваффақиятта эришилса, бундай бўлинма мустақил бўлимга айлантирилади.

Янги тузилмаларни анъанавий функционал ва бошқа хизматлар билан боғлаш учун фирмада кўпинча воситачилик марказлари ташкил этилади. Бу — экспертларнинг мустақил гуруҳлари бўлиб, улар бир томондан яратилаётган маҳсулот хусусиятлари ҳақида, иккинчи томондан унинг эҳтимол тутилган истеъмолчиси ёки унинг фойдаланувчиси ҳақидаги ахборотта эга бўладилар ва ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасида алоқа ўрнатишга ёрдам берадилар.

Тадбиркорлик фирмасида шу тариқа фаолият самарадорлиги ва рақобат курашида унинг матонатини

кафолатлайдиган мувофиқлаштирувчи (мослаштирувчи), венчур ва инновация тузилмаларининг бутун бир тармоғи амал қилади.

12.4. Тадбиркорлик тузилмалари аъзоларининг ўзаро муносабатлари

Тадбиркорлик тузилмаларини ташкил этиш турларининг ранг-баранглиги турли мансаб ва лавозимларни эгаллаб турган ташкилот аъзолари ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг ҳар хил турларини ўрнатиш заруратини келтириб чиқаради. Ташкилот ички муносабатлари турлари унинг ташкилий таркиби тури билан бир хилдир. У қуйидаги вариантларни ўз ичига олади:

- чизиқли муносабатлар;
- функционал муносабатлар;
- бошқарув аппарати муносабатлари;
- шахслараро норасмий муносабатлар.

Чизиқли муносабатлар — бу раҳбар ва унинг қўл остидагилари ўртасидаги муносабатлар. Масалан, цех бошлиғи ва уста; бош бухгалтер ва моддий бойликларни ҳисобга олиш бўйича бухгалтер ўртасидаги муносабатлар. Ўсиб бораётган корхонада бўйсинишнинг чизиқли муносабатлари, энди жамоа тусида бўлиши мумкин, бунда бир даражадаги бир қанча бўлим анча юқорироқ бошқарув даражасидаги бўлимга бўйсинади. Масалан, бригадирлар цех бошлиғига бўйсинади; бош муҳандиснинг ўз қўл остида бир неча цех бошлиғи бор.

Функционал муносабатлар — бу ташкилот доирасида у ёки бу вазифани бажаришга ваколатли бўлган мутахассиснинг бошқа аъзолар билан муносабатидир. Одатда бундай ишлаб чиқариш миссияси тавсия шаклида бўлади. Масалан, кадрлар бўлими бошлиғи ходимларни ишга қабул қилиш, ўқитиш ва ижтимоий жиҳатдан таъминлаш масалаларида цех бошлиғи билан функционал муносабатлар бўлади. Бухгалтер — пул билан таъминлаш, сотиш, реклама масалалари ва бошқа масалалар бўйича сотиш бўлими бошлиғи билан функционал муносабатларда бўлиши мумкин. Шу билан бир қаторда функционал

раҳбарнинг ўзи ҳам ўз чизиқли ташкилоти доирасида чизиқли муносабатда бўлади (масалан, кадрлар бўлими бошлиғи ўз бўлими ходимларига нисбатан чизиқли муносабатда бўлади). Функционал муносабатларнинг бошқа турига латерал деб номланган муносабатлар ҳам киради. У инглизча «Lateran» сўзидан олинган бўлиб, «ён томондаги» деган маънони билдиради. Латерал муносабатлар функционал муносабатларнинг бир тури ҳисобланади. Улар икки тоифада бўлиши мумкин:

коллегиал — битта бўлим ходимлари ўртасидаги (ҳамкасблар ўртасидаги) муносабатлар;

параллель — бу ташкилотда бир хил мавқега эга бўлган, лекин турли бўлимлар ва бўлинмаларда ишлаётган хизматчилар (ходимлар) ўртасида ахборот, ғоялар, фикрларни айирбошлаш зарурати билан вужудга келадиган муносабатлардир.

Бунга бир неча бўлим (хизматлар) раҳбарлари ўртасидаги муносабатлар ёрқин мисол бўлиб хизмат қилади. Яна бир мисол сифатида битта касбдаги, лекин вазият тақозоси билан турли бўлинмаларда ишлаётган мутахассислар ўртасидаги иш бўйича муносабатлар ёки улар ходимлари ўртасида ахборот айрибошлаш муносабатларини келтириш мумкин.

Бу муносабатларнинг мақсади ахборотларни оптималлаштиришдан иборатдир. Бироқ, шуни айтиш керакки, параллел муносабатлар ҳар доим ҳам бенуқсон ва ўзаро манфаатли бўлавермайди. Улар доирасида зиддиятли вазиятларнинг вужудга келиш ҳоллари кам эмас (масалан, сирли ахборотнинг ошкор бўлиши, ҳокимият рақобати).

Бошқарув аппарати муносабатлари. Муносабатларнинг бу тури у ёки бу кишиларнинг ҳуқуқ ва ваколатларини ифодалаганда рўй беради. Бунда лавозим мажбуриятлари тавсиялар, маслаҳатлар беришдан иборат бўлади.

Масалан, корхонада янги ходимларни ишга қабул қилиш масалалари билан шуғулланадиган махсус гуруҳ тузилиши мумкин. Бунга ходимлар бўлими вакили, бўш жойлар мавжуд бўлган бўлимларнинг раҳбарлари ёки раҳбар ўринбосарлари киради. Бунда гуруҳ лавозимга номзод билан суҳбатлашиш, тест синовидан ўтказишни амалга оширади ва шундан кейин мазкур кишини

ишга қабул қилиш (ёки рад жавоб бериш) ҳақида хулоса — тавсиянома беради.

Муносабатларнинг тўртинчи тури *шахслараро муносабатлардир.* Бундай муносабатлар — жамоа ходимлари ўртасида бошқариб бўлмайдиган равишда — ташкилотда қабул қилинган қоидалар, кўрсатмалар, одамларнинг хизмат мақомидан қатъий назар вужудга келади. Бундай муносабатлар ўзаро хуш кўриш ва хуш кўрмаслик, яқинлик, дўстлик, ҳурмат ва бунинг аксига асосланиши мумкин. Бўлимда норасмий пешқадам, муҳим мансабга эга бўлмаган, лекин, шундай характер белгиларига эга бўлган одам бўлиши мумкинки, бу бегилар бошқа одамларни унинг фикрини тинглашга ёки унинг қарорларига бўйсунишга мажбур этади. Ҳар қандай, ҳатто, энг кичик корхонада ҳам расмий тузилма билан бирга норасмий тузилма пайдо бўлади ва ривожланади. Бунда турли шахслараро муносабатларнинг чирмашиб кетиши рўй беради. Норасмий алоқаларнинг йиғиндиси жамоадаги микроиқлимни белгилайдики, бу кўп жиҳатдан меҳнат самарадорлигига таъсир кўрсатади. Агар микроиқлим ижобий, дўстона бўлса, демак, бўлим ҳам катта самара билан ишлайди аксинча бўлса, унинг иш қобилияти кескин пасаяди. Жамоа ичида шахслараро муносабатлар муаммоси билан, кўпинча кичик корхона раҳбарининг ўзи шуғулланишга тўғри келади.

13. КАДРЛАРНИ ТАНЛАШ ВА ЎҚИТИШ

13.1. Кадрлар сиёсати ва кадрлар бўлимининг вазифалари

Кадрлар халқ хўжалигининг турли соҳаларидаги мутахассислар, шунингдек, юқори малакали ишчилар — ўрта махсус ўқув юртлари, коллежларнинг битирувчиларидир.

Бошқарув кадрлари бу малакавий фаолияти тўла, ёки асосан корхона фаолияти билан боғлиқ бўлган тижорат, молиявий ёки ишлаб чиқариш бошқаруви билан шуғулланувчи ходимларга айтилади.

Иқтисодий ва ижтимоий-сиёсий қатламларнинг

ўзгариши янги кадрлар сиёсатини ташкил этишга олиб келади. Бозор иқтисодиётига ўтиш жараёнида янги услубда ишловчи раҳбар ва мутахассислар керак бўлади. Бу тадбиркорлик тузилмалари шаклланиши билан, турли хил мулк шакллари, корхоналари ташкил бўлиши билан боғлиқ.

Кадрлар сиёсати ва бошқариш санъати бу халқ хўжалигида энг яхши бошқарув кадрларини узоқ муддатга тайёрлашдир. Кадрлар сиёсати корхоналарда, фирмаларда, корпорацияларда мутахассисларни қайта тайёрлаш, узоқ муддатли дастурларда ишлаб чиқилади. Масалан, янги бизнес усулларида тадбиркорлик фаолияти соҳалари билан шуғулланувчи кадрлар керак, шунингдек менежмент, маркетинг, банк фаолияти соҳаларида ишлашни биладиган мутахассислар зарур.

Катта корхоналарда кадрлар сиёсатини шакллантиришда биринчи навбатда кадрлар хизмати раҳбарлари, олий, мунтазам ва функционал раҳбарлар иштирок этади, аммо, якуний қарорни бош директор ёки директорлар мажлиси бошчилигидаги олий менежерлар корпуси қабул қилади.

Кичик бизнесда кадрлар сиёсатига тадбиркорнинг ўзи жавоб беради. Кадрлар сиёсати стратегия ва тактикани ўз ичига олади.

Кадрлар стратегияси бу кадр билан ишлаш усулларининг асосий мақсадини аниқлайди. Ишлаб чиқиш учун техник, маркетинг, ижтимоий-иқтисодий масалаларни таҳлил қилиш керак. Бу таҳлил асосида фирма кадрлар концепцияси шаклланади, ташкилот фаолиятини самарали бошқариш учун қандай кадр керак бўлиши аниқланади. Бундай концепция қуйидаги талабларга жавоб бериши керак:

- тармоқ ривожланишининг стратегик йўналишини ҳисобга олиш;
- ҳаққонийлик;
- иқтисодий ва сиёсий ҳаётнинг ўзгарувчан муҳитига мўлжал олиш;
- корхонани юқори малакали кадрлар билан таъминлашга йўналтирилганлик.

Ишлаб чиқилган кадрлар сиёсати концепцияси корхонанинг ҳамма ишчиларига етказилиши керак.

Кадрлар сиёсати тактикаси, деганда, кадрлар билан жорий ишлаш усуллари тушунилади. У конкрет шароитларда кадрлар сиёсати принциплари (концепцияси)ни амалга ошириш кетма-кетлигини назарда тутади. Унинг энг аҳамиятлилари кадрларни тўғри танлаш, ўрнига қўйиш, ўқитиш, тарбиялаш, ишлатиш ва қайта тайёрлашдир.

Агар кадрлар ишини бошқарув тизими деб тушунилса, унда бу тизим субъектини кўп сонли инсонлар ташкил қилади, масалан, бош директор, унинг кадрлар бўйича ўринбосари, кадрлар бўлими, техник ўқув бўлими ва бошқалар. Кадрлар иши тизимининг бошқарув объектлари ишга тайёрланган ишчилар, яъни мутахассислар ва бошқариладиган ходимлар ҳисобланади.

Кадрлар ишининг асосий мақсади қуйидагилар:

- Кадрларга талабни режалаштириш.
- Кадрларни танлаш ва баҳо бериш услубини ишлаб чиқиш.
- Ёш кадрларни тарбиялашни режалаштириш.
- Бошқарув услубини такомиллаштириш ва бошқалар.

Корхонада кадрлар ишининг асосий қисмини кадрлар бўлими амалга оширади.

Корхона кўламига қараб, у бир ёки бир нечта бўлинмалардан иборат бўлади. Масалан: ишга қабул қилиш гуруҳи, ҳисоб-китоб гуруҳи ва бошқалар. Кадрлар бўлими мустақил структурали бўлинма бўлиб, фақат корхона раҳбарига бўйсунади.

Кадрлар бўлими ходимлари бажарадиган ишлари бўйича йўриқнома мавжуд бўлади. Уларнинг бир нечтасини кўриб чиқамиз:

— корхона мутахассисларини тўғри ва самарали жойлаштириш мақсадида, уларнинг иш билиши ва бошқа сифатлари рўйхатининг таҳлили;

— кадрларни жойлаштириш ва фойдаланиш бўйича имтиҳон (тест) қабул қилиш, ишдан ишга ўтказиш ёки бўшатишни расмийлаштириш;

— меҳнат дафтарчаларини тўлдириш ва сақлаш;

— бўшаётган ишчи ва хизматчиларни ишга жойлаштириш бўйича тадбирлар;

— кадрлар иши бўйича ҳисобот тайёрлаш.

Кичик тадбиркорлик ташкилотларида кадрлар бўлимини ташкил қилиш шарт эмас, унинг вазифасини қобилиятли ходим бажариши мумкин.

Катта фирмаларда кадрлар бўлими қўшимча бўлимчалар билан тўлдирилади ёки ходимлар бўйича менежер ишга олинади. Иккала ҳолда ҳам бу инсонга катта масъулият юкланади.

Кадрлар бўйича менежер — кадрларни режалаштириш, уларни танлаш ва баҳолаш, хизмат бўйича кўтарилиши, ўқиши ва ҳоказоларга жавоб беради. Бу ишга олий маълумотли, кадрлар ишини яхши биладиган инсон тайинланади.

13.2. Ишловчиларни ёллаш ва танлашни режалаштириш

Меҳнат ресурсларини режалаштириш — бу корхонанинг фаолияти тизимини режалаштиришнинг асосий қисмидир. Кадрларни режалаштириш қуйидаги 3 босқичдан иборат:

а) мавжуд меҳнат ресурсларини баҳолаш;

б) кадрларга бўлган талабни баҳолаш;

в) меҳнат ресурсларини ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш.

Тадбиркорлик тузилмаларида кадрларни режалаштиришни ишчиларнинг кучли ва нозик томонларини таҳлил қилишдан бошлаш керак. Бунинг учун бир неча саволлар ишлаб чиқилади: Корхона ишчиларининг асосий қисмини кимлар ташкил этади? Корхонани асосий ишчилари қандай билимга эга бўлишлари керак? Ҳар бир ишчи ўзининг иш жойини биладими? Асосий ишчилардан ким қарорларни қабул қилиш учун танланади? Корхонанинг ташкилий тижорат таркибини ривожлантириш учун қандай қоидалар ишлатилади? Тадбиркорлик муҳитини ўзгаришига корхона ишчилари қандай ўрганадилар? Бу босқичда раҳбар, ишлаб чиқариш ёки бошқарув характерига эга бўлган ҳар бир алоҳида жараёнга қанча одам кетишини аниқлайди. Бунга ишчилар меҳнати сифатини баҳолаш ҳам киради, масалан, меҳнат кўникмаларини бошқатдан текшириш.

Меҳнат ресурсларини режалаштиришнинг иккинчи босқичи — кадрларни баҳолаш, яъни корхона му-

аммоларини ечишга керак бўлган ишчиларни баҳолаш.

Дастлаб, штат жадвали бўйича зарур кадрлар аниқланади. Ундан сўнг мавжуд кадрлардаги ўзгаришлар киритилади ва чиқариб ташланади, натижада кадрларга зарурат топилади, яъни керакли мутахассислар ва раҳбарлар сони аниқланади. Агар бу катталик ижобий бўлса, унда янги кадрларни ёллаш керак, салбий бўлса, корхона раҳбарлари мавжуд кадрлардан самарали фойдаланиш йўлларини топиши керак. Ходимларнинг Брутто ва Нетто зарурияти қуйидаги ифода бўйича топилади:

БПК — ML x TL / TPB x 60 x КНВ

Бу ерда: БПК — кадрларнинг брутто эҳтиёжи;
ML — режалаштириш давридаги ишчи жараёнлар сони;
TL — ҳар бир иш жараёни учун ўртача вақт, минутда;
TPB — режалаштирилган даврда тариф иш вақти, соатларда.
КНВ — танаффус, касаллик, дам олиш учун кетган вақтларни ҳисобга олиш учун киритилган вақт етишмовчилиги коэффициенти. Масалан, вақт етишмовчилиги 33,3% бўлганда, КВН = 1,5 бўлади.

Кадрларнинг *нетто эҳтиёжини* қуйидагича аниқлаш мумкин. Кадрларнинг *брутто эҳтиёжи* (БПК) минус кадрлар персонали плюс режавий даврнинг бошида олинган кадрлар минус режавий давр бошигача бўшаган кадрлар, баробар кадрларнинг нетто эҳтиёжи.

Бу кўрсаткичлар баъзи бир сифат тавсифлари билан тўлдирилиши керак. Масалан, зарур кадрларнинг малакалари каби. Кадрларга талабни кераклигини аниқлашдаги асосий омил ишлаб чиқариш омилидир, яъни ишлаб чиқариш буюми, маҳсулот чиқариш дастури, механизация даражаси, корхона стратегияси ва бошқалар. Бу омиллар сон кўрсаткичларига турлича таъсир қилади: баъзи бир ҳолларда уларнинг ортишига, масалан, кадрлар эҳтиёжига олиб келади, бошқа ҳолларда — камайишига, яъни, штатларни қисқартириш-

га, ёки кадрларнинг жойини алмаштириш ва ўзгартиришга олиб келади.

Кадрларни режалаштиришнинг учинчи босқичида — меҳнат ресурсларини ривожлантириш бўйича аниқ режа ишлаб чиқилади. *Эҳтиёж* — бу дастур мақсади уни бажариш воситалари. У ишчиларни ишга ёллаш, тайёрлаш бўйича тадбирларни ўз ичига олади.

Корхонанинг кадрлар сиёсатини режалаштириш жараёнида, унинг раҳбарлари масаланинг юридик жиҳатларига диққатларини қаратишлари керак. Ҳар бир давлатда ходимларни ёллаш ҳақида қонунлар мавжуд. Уларга кўра, масалан, иш куни, ижтимоий муҳофаза, санитария нормалари ва техника хавфсизлиги қоидалари белгиланади.

Иш таҳлилига, ишчиларнинг ҳуқуқлари, ишлаш шароитлари, ишнинг ижтимоий базаси ва бошқа саволлар кириши керак. Бунда қуйидаги асосий эҳтиёжлар акс эттирилади:

- иш турлари;
- ишнинг умумий тавсифи, унинг берилиши, худди шундай ишлардан фарқи;
- ишнинг физикавий жиҳатлари;
- кадрлар малакасига талаблар;
- кадрларнинг бандлик шартлари.

Ишчининг самарали иш бажариши учун қўйиладиган талабларни аниқлаш. Бу маълумотлар гуруҳига қуйидагилар киради:

- билим даражаси;
- жисмоний жиҳатлари;
- тажрибага эгалиги;
- тиришқоқлиги;
- қизиқиши;
- характерли белгилари (чаққонлик, мустақиллик ва бошқалар).

Ривожланган давлатларда тоифа ва йўналиши бўйича ишчиларнинг тавсифи ва сифат моделлари ишлаб чиқилади. Англияда менежерга қуйидаги талаблар қўйилади:

- Бошқаришнинг ташкилий структура турлари ҳақида билимлар.
- Замонавий ахборот технологияларидан фойдалана олиш.

- Самарали бошқариш истеъдоди.
- Ораторлик (сўзамоллик) истеъдоди.
- Бўйсунувчилар орасидаги муносабатларни ўзаро мослаштириш қобилияти.
- Кадрларни тайёрлаш билими.
- Ўзини-ўзи баҳолаш истеъдодининг мавжудлиги.
- Малакасини ошириш ниятида ўқиши.

АҚШда менежердан 8 та сифат талаб қилинади:

1.Санъат.
2. Тенг бўлиш.
3. Илғор бўлиш.
4. Келишмовчиликларни еча билишлик.
5. Турли қарорлар қабул қилиш.
6. Ахборот билан ишлаш.
7. Ресурсларни тақсимлаш.
8. Тадбиркор бўлиш.

Кадрлар бўлими газета ва журналларга ахборот беришлари, конкурс, эълон ёки оддий йўл билан ишчиларни ишга олишлари мумкин.

Айрим ҳолларда норасмий алоқалар бошқа ташкилотлар воситачилигида кадрлар тўлдириш имконини беради.

Бўлажак ишчини ишга олишда, у билан суҳбат, имтиҳон, текширувлар ўтказилади. Улар ичида айниқса суҳбат кўп қўлланилади. Бўлғуси ишчи ўз мақсадига эришиши учун унга яхши тайёргарлик кўриши керак, саволларни ўйлаб чиқиши керак. Англияда конкурс комиссиясига раҳбар ўринбосарларидан бири ёки бўлинма бошлиғи ва кадрлар хизмати ходимлари киради.

13.3. Ишчи-хизматчиларни ўқитиш. Ўқитишнинг қоида ва усуллари

Ўқитиш ва кадрларни тайёрлашда иқтисоди ривожланган давлатларда катта аҳамият берилади. Бу омил иқтисодий ўсиш ва ишлаб чиқаришни ривожлантириш омилидир. Ривожланган давлатларда инсоний ресурслар 80% гача товар ишлаб чиқаришни таъминлайди. «Инсон капитал»ига пул қўйиш — бу, турли

Кўпгина ривожланган мамлакатларда уч босқичли ўқув тизими йўлга қўйилган:

1. Олий ўқув юртларида ўқиш.

2. Малака ошириш институтлари ва куллиётларда ўқиш.

3. Ўз билимини мустақил равишда ошириш.

Тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи ишчилар доимо ўқиш, ўрганиш жараёнида бўлади. Улар тез-тез ўз фаолият йўналишини ўзгартириб туришади, янги технологиялар ишлаб чиқишади, мавжудлари ривожлантирилади, инновациялар қилинади, буларнинг ҳаммаси ўзгарувчан меҳнат фаолиятида инсонни ўқишга мажбур қилади. Ҳар бир янги ҳолатда, ўз ишини бажариш учун ходим ёки менежер ўқишга киришади. Ҳар бир тадбиркорлик ташкилотида кадрларни тайёрлаш ва малакани ошириш тадбирлари ривожланиш режасига киритилади. Бу қуйидаги шароитларга боғлиқ:

- Етарли квалификацияли иш кучи етишмаслиги.
- Рақобат курашида меҳнат ресурсидан самарали фойдаланиш.
- Янги билимларни эгаллаш.
- Янги ишлаб чиқариш жараёнларининг пайдо бўлиши.
- Ишчилар потенциалини ривожлантириш.

Ходимларнинг ривожланиши фирма учун ҳам, ходимлар учун ҳам фойдалидир. Инсоннинг ақлий ва жисмоний имкониятлари чекланган. Аммо, шу имкониятлардан ҳам максимал даражада фойдаланилса иқтисодий ривожланишни таъминлаш мумкин. Лекин, кишилар меҳнатини имконият чегараларидан оширишга интилиш (яъни ортиқча эксплуатация) хатоларни кўпайтиради ва самарадорликни камайтиради. Фирма қуйидаги омилларга кўра самарали бўлиши мумкин:

- Меҳнат кишиларнинг жисмоний ва ақлий имкониятлари чегарасига етмаслиги ва, асло, ундан ўтмаслиги керак, шунда ишда хатолик кам бўлади, меҳнатга бўлган иштиёқ сақланади.
- Ўзгарувчан меҳнат шароитларида инсоннинг мослашиш имкониятлари яхшиланади, кенгаяди, шу билан бирга, кадрларнинг ишдан кетиши камаяди.
- Ходимлар малакаси ошади.

Ишчиларни ўқитиш турли хил шаклларда амалга ошади. Уларни танлаш бир неча омилга боғлиқ. Буларга: ўқишнинг йўналиши, ўқиш предмети, ўқиш шароитлари ва даъвогарнинг имкониятлари киради.

Қуйидаги ўқиш турлари мавжуд:

- янги ходимлар учун бошланғич ўқиш;
- ишлаб чиқариш ўқиши;
- бошқарув ўқиши;
- кузатув ўқиши (билимни ошириш учун);
- ротация йўли билан ўқиш;
- мустақил дастур бўйича ўқиш ва бошқалар.

Фирмаларнинг кўпчилиги янги мутахассислар билан машғулотлар ўтказади. Бундай машғулотлар 2—4 ҳафтада махсус ўқув марказларида ўтказилади. Бошланғич ўқиш янги ходимлар учун малака ошириш кўринишига эга бўлиши мумкин. Бундай ўқишлар семинар шаклида ўтказилади.

Ишчилар учун ишлаб чиқариш ўқиши биринчи навбатдаги ўқиш ҳисобланади. Бунда иш юзасидан энг асосий маълумотлар берилади. Ишнинг хусусияти, касб сир-асрорлари ўргатилади. Бошқарув ўқиши масъул бошқарув лавозимларига кўтарилаётган ёки қабул қилинаётган ходимлар учун ўтказилади. У фирма ичида ёки ташқарида амалга оширилиши мумкин.

Фирмадан ташқари ўқиш бир неча кундан бир неча йилгача давом этиши мумкин. Бунда айниқса кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш курслари ва марказлари муҳим аҳамиятга эга бўлади. Бундай марказларда юқори малакали мутахассислар, шунингдек, чет эллик мутахассислар фаолият кўрсатади ва тадбиркорларга ишни олиб боришнинг услубларини илғор ўргатади.

Куллиётларда, курсларда, мактабларда малака ошириш ўқишлари махсус ишлаб чиқилган дастур ва зарур қўлланмалар асосида олиб борилади.

Ходимлар малакаларини ошириш ва қайта тайёрлаш ҳам фирма ичида ва ташқарисида бўлиши мумкин.

Уларни тайёрлаш услуби қуйидагича амалга оширилади:

- бошқарув масалалари бўйича махсус семинарлар ўтказиш;

- ходимларнинг сифат тўтараги деб номланувчи ўқишларда иштироки;
- янги мутахассисларнинг ишини кузатиш йўли билан ўқитиш;
- кадрлар ротацияси.

Кадрлар ротацияси мутахассис ёки менежер тарбиялаш ва шакллантиришда кенг тарқалган услубдир. Уни фирманинг раҳбарлари ишчини қисқа вақт ичида бир ишдан бошқа ишга ўтказиш йўли билан амалга оширади.

Малака ошириш ходимнинг илғор корхоналарда, шу жумладан, чет элларда иш ўрганиши (стажировка қилиши) шаклида ҳам ўтказилиши мумкин. Кадрлар ишида асосий масалалардан бири, кадрлар резервини тайёрлаш ва ўқитиш ташкил этишдир. Кадрлар резервига келажакда катта лавозимларни эгалловчи шахслар киради. (Бошлиқлар, ўринбосарлар, олий тоифали мутахассислар ва бошқалар).

13.4. Ўқитиш дастурларининг таҳлили

Тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи кишиларни ўқитиш ва малакасини ошириш учун махсус дастурлар ишлаб чиқилади. Чет элларда уларни ташкил қилишда махсус ўргатувчи ташкилотлар иштирок этади (масалан, бизнес мактаби, малака ошириш кулliёти, бошқарув университети). Ҳозирги кунда чет эл ва мамлакатимиз олим ва мутахассислари ёрдамида ишлаб чиқилган тадбиркорлик бўйича янги ўқув дастурлари кенг қўлланилмоқда.

Йўналиш бўйича ўқув дастури қуйидагиларга бўлинади:

- бошланғич ўқиш дастурлари;
- тадбиркорлик ишини комплекс ўқишини таъминлаб берувчи дастурлар ва унинг алоҳида томонларини ўргатувчи дастурлар (масалан: маркетинг, банк иши, қимматбаҳо қоғозлар);
- бошқарув фаолиятини ўрганиш дастурлари ва мутахассисни ўқитувчи дастурлар ўқиш дастурини вақтинчалик омили бўйича қисқа ва узоқ муддатга бўлинади. Биринчилари махсус семинар ёки курсларда фойдаланилади, узоқ муддатли ўқиш дастурлари бир

неча ой ёки йилга ишлаб чиқилади. Ўқишнинг кўламига қараб қуйидаги дастурлар фойдаланилади.

- доимий тавсифга эга дастурлар. Лекин, кўпинча тўғри ёки қисман ўқиш дастури ҳисобланади. Уларга, масалан, тадбиркорларни ўқитиш дастурлари киради.
- малакани ошириш дастурлари чет элларда кенг тарқалгандек, бизнинг республикамизда ҳам кенг тарқалмоқда.

13.5. Кадрларни илмий жиҳатдан тайёрлаш ва касб бўйича ўсишнинг ўзаро боғлиқлиги

Кичик бизнес, бошқа актив фаолият каби, доимо ишчиларни ўқитишни талаб қилади. Бу жараён кадрларни сифатини ва ривожланишини таъминлайди.

Ўқиш — бу одамнинг фундаментал билим олиш жараёнидир. Аслида, у мактабларда, техникумларда, техник коллежларда, институтларда, дорилфунунларда ёки бошқа жойларда амалга ошади. Ислоҳотлар ўқишнинг турларига таъсир қилади. Олий маълумот очиқ, демократик бўлади. Олий маълумотни ривожлантиришнинг бошқа кўриниши — бу олий ва ўрта махсус ўқишни интеграция қилишдир.

Олий маълумот ислоҳоти ўз ичига қуйидаги йўналишларни олади:

- Янги, такомиллашган ўқув дастурларини ишлаб чиқиш, замонавий мутахассисларни тайёрлашда халқаро ўқиш жараёнини ташкил қилиш.
- Аудитория дарслари ва мустақил ишлар орасидаги ўқув вақтини энг қулай тарзда тақсимлаш ва бошқалар.

14. КАДРЛАРНИ ЖОЙ-ЖОЙИГА ҚЎЙИШ ВА ИШЧИ КУЧИНИНГ АЙЛАНМАСИ

14.1. Ишчиларни иш жойларига жойлаштириш

Бозор иқтисодиётида инсон меҳнати машина, материал ва капиталга ўхшаб ишлаб чиқарувчи омил ҳисобланади.

Кичик ишбилармонликда тасодифий ишчиларни ишга олиш жуда ҳам хавфли бўлиб, бу корхона учун

зарар келтириши мумкин. Ишчиларни тўғри танлаш учун икки хил ички ва ташқи чегара мавжуд.

Ички чегара — бу корхона томонидан қабул қилинган ва тадбиқ қилинган меъёрдир.

Ташқи чегара — бу ўз ичига қонунлашган меъёрларни олган, регламентланган ҳужжатлардир, масалан, меҳнат ва меҳнатнинг санитария нормалари. Кадрлар бўлими ишининг мазмуни ишчиларни ишга ёллаш ва корхонанинг меҳнат резервларини сақлаш ва ривожлантиришдан иборат.

У қуйидаги босқичларни ўз ичига олади:

- мутахассисларни масъулиятли мансабга танлаш;
- ишчиларни мансабга ёллаш;
- ишчиларни ишдан бўшатиш;
- мутахассисларни сақлаш умумий режасини бажариш тизими;

Биринчи босқич қуйидагиларни ўз ичига олади:

- мансабга номзод бўлган шахслар ҳақида маълумот тўплаш;
- мутахассисларни ўз ишини бажара олишини текшириш;
- мансабга ҳар хил номзодларни қўйиб, солиштириш таҳлилини ўтказиш;
- мансабга мос келадиган номзодни танлаш;
- мансабга тайёрлаш;
- ишчининг ишбилармонлик ва шахсий сифатини текшириш учун синов ўтказиш муддатини аниқлаш.

Инсоннинг унга берилган ишнинг яроқлилиги тўғрисидаги усуллар мажмуи касб дастури дейилади. Касб дастури — бу системалашган сифатлар таҳлилининг йиғиндиси бўлиб, уларни ҳар бир ишчи келажакдаги ишини бажара олиши учун билиши керак ва ўзининг функционал вазифаларини тартибини ҳам билиши керак. Касб дастури иккита моделдан иборат:

1. Ишчи модели (ишбилармонлик, шахсий ва касб сифатлари);

2. Мансаб модели (функциялар, вазифалар, ҳуқуқий жавобгарлик ва бошқалар).

Иккинчи босқич — ишчиларни ёллаш — бу инсоннинг ҳуқуқий ишга олиниши билан боғлиқ. Меҳнат қонунлари ишловчиларнинг корхона билан муносаба-

тини бошқаради. Бу қонун корхонанинг ҳамма турларига тегишли бўлади ва ишбилармонлик тузилма ҳам бошқаради.

Бундай ҳуқуқий ҳужжатларга меҳнат қонунлари тўғрисидаги кодекс ҳам кириб, у қуйидагиларни ўз ичига олади:

- меҳнат ва жамоа шартномалари;
- иш вақтини ва дам олиш вақтини ренгламентлаш (ишлаб чиқиш);
- кафолат ва меҳнат ахлоқи;
- меҳнатни муҳофаза қилиш;
- касаба уюшмалари;
- меҳнат низомлари;
- иш ҳақи ҳақидаги умумий кўрсатмалар.

Меҳнат Кодексида белгиланган қонунлардан муҳими меҳнат шартномаси ҳисобланади.

Меҳнат шартномаси — бу корхона билан ишга олинадиган инсон ўртасидаги розилик бўлиб, бунда ишга олинган одам корхонанинг меҳнат тартибларига риоя қилган ҳолда ўз вазифаларини бажариши керак. Корхона эса унга меҳнат қонунига биноан иш ҳақи тўлайди ва меҳнат шароитини таъминлаб беради.

Меҳнат шартномаси оғзаки ва ёзма ҳолда тузилиши мумкин. Битим ва конкурс асосида ишга олинишга қараб меҳнат шартномалари ҳам турли хил бўлади.

Иш кучини тақсимлашнинг учинчи босқичи — бу ишдан бўшатишдир. Бу меҳнат қонунлари ва корхонанинг ички шартларини ҳисобга олган ҳолда амалга оширилади.

Ишчини бўшатиш унинг хоҳишига ёки маъмурий бошқарув кўрсатмасига биноан амалга оширилади.

Агар меҳнат шартномасида ишчи билан корхона ўртасида келишилган муддат тугаган бўлса, унда ишчи қонун асосида ишдан бўшатилади.

Узрли сабабларга кўра ишдан бўшатиш ўзига хос яқинлашувни талаб қилади, бунда, маъмурий бошқарув аппарати ишчи ариза бермагунича, уни ишдан бўшатишга ҳақли эмас.

Меҳнат шартномасида шундай шартлар борки, агар, улар бажарилмаса, маъмурий бошқарув органи ишчини бўшатишга ҳақлидир.

Бу шартлар қуйидагича:

- корхонанинг ёпилиши;
- ишчининг ўз ишига нолойиқлиги аниқланган бўлса;
- тез-тез ишга келмаслик;
- иш жойида ўғирлик қилиш ва ҳоказолар.

Агар корхонада касаба уюшмаси бўлса, унда, маъмурий бошқарув органи кўрсатмасига биноан ишчининг ишдан бўшатилиши касаба уюшмаси қўмитасининг розилиги билан амалга оширилади.

Ишчи кучининг тақсимланиш босқичларида фаол олиб борилган иш, корхонанинг мутахассисни тўғри танлаш масаласини ижобий ҳал қилади.

Иш потенциалини сақлаб қолиш, мутахассислар қўнимсизлигини камайтириш, ишчи кучи етишмовчилигининг олдини олишда муҳим омиллардан бири ҳисобланади. Бу масала, яъни таҳлил, мутахассислар ишининг *тўртинчи босқичида* кўриб чиқилади — у кейинги бўлимда баён этилган.

14.2. Вазифаларнинг мансабга кўра тақсимланиши

Фирмани ташкил қилишдан аввал менежерлар, ишчилар ва хизматчиларнинг иш фаолиятига тегишли бўлган вазифаларни қандай тақсимлашни ўйлаб чиқиш зарур. Умумий фаолият юритувчи бўлимлар вазифалари бўйича гуруҳларга бўлинади. Бунга кўра, ишлаб чиқариш, сотиш, пул билан таъминлаш ва бошқариш бўлимлари амалда бўлиши мумкин. Бу бўлимлар бир-бири билан узвий боғлиқ бўлиб улардаги ишчилар ҳамкорликда фаолият юритишади. Шунинг учун, мансабдор шахс вазифаларни аниқ бўлиб, тақсимлаши ва ким қандай масалаларни ҳал қилиши кераклигини билиши керак. Ишни аниқроқ ташкил этиш учун фирма ишчиларининг вазифаларини йўриқнома ҳолида ёзиб қўйиш керак. Лекин, вазифаларни тақсимлаб беришнинг ўзи етарли бўлмайди. Қандайдир вазифа топширилган кишига уни амалга ошириш учун етарли яхши шароит яратиб бериш керак бўлади. Бунинг учун эса ишчи лаёқатли, ўқимишли, тажрибали бўлиши керак. Агар, ишчининг ўзи масаланинг ечимини мустақил ҳал этолмаса, унга мансаб бўйича вазифалар юкланиши ва меҳнат натижалари ўлчаниши мумкин эмас. Бўлиб

берилаётган вазифалар ва ҳуқуқлар катта ҳажмда бўлмаслиги керак, чунки уларнинг бошқарувдаги ўрни вазифанинг бажарилишига халақит беради ва мақсадга мувофиқ бўлолмайди.

Раҳбар қўл остида ишлаши мумкин бўлган хизматчиларнинг аниқ сонини, хўжалик фаолиятининг барча омилларини текшириб чиққандан кейин аниқлайди. Вазиятта қараб, энг мақбул бўйсунувчилар сони 3 тадан 30 тагача бўлиши мумкин.

Бошқарув кўламини аниқлашда муҳим аҳамиятта эга бўлган бир неча омилларни ҳисобга олиш зарур бўлади. Менежер бажарадиган ишнинг мураккаблик даражаси ва иш тавсифидан ташқари унинг субъектив имкониятлари — жамоа билан биргаликда меҳнат қила олиш қобилиятини ҳам ҳисобга олиш керак. Менежер бошқарув ва назорат вақтларини қуйидагилар ҳисобига камайтириши мумкин:

- маълум вазифаларни бажаришда зарурий ваколатларни ишлаб чиқиш;
- аниқ ва қисқа режа тузиш;
- меҳнат жараёнининг ташкил этилиш самарадорлигини таъминлашнинг усул ва йўллари;
- назорат-текширув меъёрларини ишлатиш.

Вазифаларни тақсимлашнинг моҳияти шундаки, раҳбар ўз қўл остидагиларга баъзи бир масалаларни ечишда тўла ҳаракат эркинлигини бериб қўяди, яъни, ўзининг ҳуқуқ-мажбуриятининг бир қисмини уларга топширади, аммо тўла жавобгарликни раҳбарнинг ўзи олиб боради.

Вазифаларни тақсимлашнинг фойдали томони шундаки, у жамоада ижодий меҳнат вазиятини вужудга келтиради. Вазифанинг маълум қисмини олган ишловчи мустақил бир бўлим бўйича масъулиятни ўзига олади ва раҳбар олдида унинг учун жавоб беради, бу эса, ўз-ўзидан, ходимларни меҳнатга ижодий ёндашишга сафарбар қилувчи омилдир.

Ўз вазифасини бошқаларга топширишнинг ўзига хослиги шундан иборатки, уни амалга ошириш давомида қобилиятли менежерларни излаб топиш ва тайёрлаш мумкин. Вазифа ишониб топширилган ишловчи ўзининг раҳбарлик учун зарур бўлган мутахассислик ва ташкилотчилик қобилиятларини тўла-тўкис намоён

қилиш имконига эга бўлади. Қолаверса, иш давомида у маълум даражада билим ва тажриба орттиради. Ниҳоят вазифани ишониб топшириш ишловчиларни табиий ҳаракат эркинлиги бўлган талабларини қондиради, уларнинг ижодий қобилиятларини ошириш ва соғликларини мустаҳкамлашга имкон яратади. Ишонч ва ўзига жалб қилувчи меҳнат ижобий ҳис-туйғу уйғотади, чарчашни бартараф этади ва юқори унумли меҳнат қилишга шароит яратади.

Раҳбарнинг ўзига келсак, унинг вазифани ишониб топширишдаги ютуғи шундаки, у бир неча кундалик мажбуриятлардан озод бўлади ва ўз куч-қуввватини танҳо ўзи ечиши зарур бўлган масалаларга ва топшириқларнинг бажарилишини назорат қилишга жамлайди.

Вазифани ишониб топширишни билиш асосан субъектив тавсифдаги омилларга боғлиқ: Янги ғояларга қизиқиш ва қабул қила олиш қобилиятига эга бўлиш; баъзи бир масалалар ечимини қуйи бошқарув звеносига топширишга тайёрлилиги, унга (раҳбарга) ҳар соатдаги ва кундалик назорат ўрнига умумий назоратни амалга ошириш ва бошқалар.

Ишчилар жамоаси унча катта бўлмаган ишбилармонлик шаклларида осон жипслашади, чунки, унда ҳар бир ишловчи бир-бирини яхши билади. Кичик бизнесдаги йирикроқ, махсус ишлаб чиқаришга эга бўлган фирмаларда мажбуриятлар алоҳида ички бўлинмалар ўртасида тақсимланади. Бунда қўйилган савиядаги мувофиқлаштиришга эришиш учун қуйидаги масалаларни ечиш зарур:

- бирламчи бўлинмаларнинг турли хўжалик вазифаларини бажариш учун захираларни мувофиқлаштириш керак. Бу муаммо шу билан боғлиқ-ки, масалан, ишлаб чиқариш бўйича менежер материаллар захирасининг кўп бўлишини хоҳлайди, чунки истеъмолчиларнинг талабини тўла бажариш асосий мақсад ҳисобланади. Бухгалтер учун эса фирманинг капитали ҳаракатсиз қолмасдан, балки, айланишга тезроқ киришиши фойдалидир;
- бирламчи бўлинмалар учун қисқа муддатли фойда кўриш учун, албатта, фирманинг узоқ муддатли манфаатларига зарар етказмаслик шарти билан шароит яратиш;

- бўлинмалар маҳсулотига фирманинг кўпроқ ички нархларни ўрнатишни таъминлаш;
- корхонанинг бўлинмалар орасида тўхтовсиз ахборот алмашувига кўмаклашиш;
- фирмада ҳар хил вазифалар бўйича фикр алмашишни мувофиқлаштириш.

14.3. Кадрлар қўнимсизлиги билан боғлиқ харажатларни камайтириш

Кадрлар қўнимсизлигини камайтириш усуллари.

Кадрлар қўнимсизлиги деб — маълум вақт оралиғида ўз хоҳишлари ва маъмурият қарори билан ишдан бўшаган ишчи-хизматчилар сонининг текширилаётган вақт оралиғида (бир ой, бир квартал, бир йил) корхонадаги ишловчиларнинг ўртача умумий сонидаги салмоғига айтилади. Кўпинча кадрлар қўнимсизлиги ишчи ва хизматчиларни, мутахассислиги бўйича ишдан бўшатиш билан боғлиқ бўлади. Бу эса ўз навбатида баъзи бир салбий оқибатларга олиб келади — жумладан, янги ишловчини қабул қилиш ва ўқитиш билан боғлиқ қўшимча харажатлар қилиш зарурати келиб чиқади, жамоада, фирма ҳаётида муҳим роль ўйновчи ишчи ёки катта обрўга эга бўлган бошлиғини кетиши бошқаларга руҳий таъсир кўрсатиши мумкин.

Кадрлар қўнимсизлиги муаммоси инсоннинг ўз меҳнатига кўникиши билан боғлиқ бўлиб, у иккита масала ечилишини талаб қилади, биринчиси инсоннинг аниқ бир корхонадаги меҳнат шароитига мослашиши, иккинчиси меҳнат шароитининг инсон талабига мослашиши.

Биринчи масала янги ишловчини излаб топиш ва вазифага қўйиш вақтида ҳал этилади. Уни ушбу корхонадаги вазифалари ва, энг муҳими, меҳнат шароитлари билан таништириш зарур. Бу ерда, янги ишловчининг унинг учун янги бўлган тартибларни қабул қилишида қийинчиликлар бўлмайди, чунки унинг хоҳиши ишнинг амалдаги ҳолатига мос келади. Бундай инсонда янги ишга ва жамоага кўникиш оғриқсиз ўтади ва унча узоқ давом этмайди.

Хизматчиларда янги ишга кўникмалар пайдо қилиш бўйича махсус дастурлар ишлаб чиқиш, уларда турли

шаклдаги моддий ва маънавий қўллаб-қувватлашни кўзда тутиш мақсадга мувофиқ бўлади. Бундан келиб чиқадиган қўшимча харажатлар янги хизматчини сақлаб қолиш эвазига ўзини оқлайди.

Меҳнат шароитини инсонга мослаштириш ҳисобига кадрларни сақлаб қолиш масаласи — бу ўзига хос катта ҳажмдаги ва кенг қамровли масаладир. У шундай шароитларни яратиш билан боғлиқ-ки, улар ҳисобига ишловчи ишдан қониқиш олиши ва ушбу корхонада ишлашни хоҳлаши лозим.

Инсон, одатда ўз ишидан қачонки, қилаётган иши ўзининг хизмат вазифаси (эгаллаган лавозими), оладиган маоши уни қаноатлантирса ва жамоада ўзини қулай сезсагина мамнун бўлади.

Ишлаб чиқаришнинг муваффақиятли тараққий топиши меҳнатнинг нақадар мақсадга мувофиқ ташкил қилишга ҳам боғлиқ. Бу эса уни ихтисослаштиришга ва катта миқдордаги техникани киритишга боғлиқ. Аммо, ҳозирги вақтда бундай ишларнинг салбий оқибати сезилмоқда. Инсон меҳнати тобора оддийлашиб бормоқда. Иш бир хил, зерикарли бўлиб қолмоқда, ақлий меҳнат кам миқдорда талаб этилмоқда. Бу эса, ўз навбатида, ўз ишидан қониқмасликни келтириб чиқариши, натижада, меҳнат унумдорлиги пасайиши, ишга чиқмаслик ҳолатлари ва ниҳоят, кадрлар қўнимсизлигини юзага келтирмоқда.

Ҳозирги замон меҳнат амалиётида кадрлар қўнимсизлигини камайтиришнинг усуллари қўлланмоқда:

- ишчилар иш жойларини кенгайтириш;
- меҳнатни сифат жиҳатдан бойитиш;
- иш вақтини мослашувчан шаклда ташкил этиш;
- меҳнат гигиенасини яхшилаш;
- юқори сифатли ва унумли меҳнат учун меҳнатга ҳақ тўлашнинг илғор усулларини қўллаш ва бошқа рағбатлантириш тадбирларини амалга ошириш;
- ишловчилар ўртасидаги меҳнат можароларини ҳал этишда оддий усуллардан фойдаланиш.

Фирманинг янги қувватлар, илғор технологияни киритиш эвазига ишлаб чиқариш ҳажмини кенгайтириш ва маҳсулот турини кўпайтиришга интилиши, янги иш жойларини бунёд этиш ва ишчи-хизматчиларни ма-

лакалироқ лавозим ва вазифаларга кўтариш имконини беради.

Фаол ташаббускор кадрларни сақлаб қолишдаги қизиқиши корхона раҳбариятининг меҳнатни сифат билан бойитишга қаратади. Бу каби усулга қуйидагилар киради:

- ишловчи меҳнатига ҳар хил элементларни киритиш, масалан бир вақтда бир неча турдаги фаолиятга жавоб беришни юклаш;
- менежер ва мутахассислар учун қарор қабул қилишда эркинликни кенгайтириш;
- мажбурият, ҳуқуқ ва жавобгарлик ҳажмини кўпайтириш ва бошқалар.

Бунда хизматчиларда ўз қадр-қийматини ошириш сезгиси кўпаяди, ўз меҳнатининг маъносини сезиш кўпаяди ва шунинг эвазига меҳнатга ижобий ёндашиш пайдо бўлади. Корхона шулар ҳисобига ўз ишловчиларининг меҳнат унумдорлигини ошишига эришади ва кадрлар оқими билан боғлиқ харажатлар камаяди.

Бир неча ҳолатларда ишловчини ишга киришига сабаб, уни қониқтирувчи восита бу иш вақтини мақсадга мувофиқ ташкил қилишдир. Иш вақти деб, ишловчи ишга олувчи олдида ишлаш соатлар сони даврида ўзининг иш кучини тақдирлаш учун кўрсатишини айтадилар. Корхоналарда, қоида бўйича меъёрланган иш кучи ўрнатилади. Аммо кўп одамлар учун жалб қилувчи сифатида шундай иш турлари ҳисобланадики уларни бажариш даврида иш вақти эгилувчан шаклда ташкил этилади.

Шу каби шаклларга қуйидагилар киради:

- иш вақтининг динамика турлари, уларни давомийлигини хизматчилар ўзгартириш имконига эга бўлсалар;
- турли вақтларда бошланиб тугайдиган иш вақти.

Ишловчига ишини бошланиш ва тугаш вақтини танлаш имкони яратилади ва бошқалар. Иш вақтини эгилувчан шаклда қилиб ташкил қилишнинг устуворлиги шундаки, ишга қониқиш савиясини юқорилиги, чунки ишловчи катта ҳаракат эркинлигига эга бўлади ва жавобгарлик ҳиссиётини кўтариш уни ўз вазифаларини

самарали бажаришга ундайди. Иш вақтини эгилувчан қилиб ташкил қилиниши яхши ва малакали ишловчиларни жалб қилинишини ва уларни ушлаб турилишини енгиллаштиради.

Индустриал жамиятини иқтисодий, техник ва ижтимоий талабларини меҳнат шароитини инсон табиатига тўғри келишдек омилни аҳамиятига эгалиги билан иккинчи режага сиқиб чиқаради. Замонавий менежмент (ушбу муаммога) ўз аҳамиятини (қаратди) меҳнат гигиенаси муаммосига қаратади. Бунда, шундай шароитлар яратиш кўзда тутиладики, унда ишловчи ўзини жисмонан яхши сезсин. Бундай шароитларнинг яратилишидан мақсад ишловчи меҳнатининг унинг қобилиятига ярашалиги ва ундан қониққанлигидир. Меҳнат гигиенаси чора-тадбирлари сифатида қуйидагиларни келтириш мумкин:

- атроф-муҳитнинг соғлиққа зарарли таъсирини бартараф этиш ёки улардан ҳимояланиш (иқлим, шовқин, буғлар ва бошқалар);
- инсонни оғир меҳнатдан халос қилиш — робот, машина ва механизмлар ёрдамида жисмоний сарфни камайтириш;
- меҳнатни муҳофаза қилиш талабларига мос келувчи иш жойлари ташкил этиш;
- инсоннинг ишлаш қобилияти пасайиши муносабати билан унинг иш жойини сақлаш ёки бошқа аввалгисидан кам ҳақ тўланмайдиган ишга ўтказиш.

Корхона раҳбариятининг инсон ҳақида қайғуриши кадрлар қўнимсизлигини камайтириш билан бир қаторда, шировард натижада, пул маблағларини тежаш имкониятини беради.

Инсоннинг ўз ишидан қониқишининг муҳим омили унинг қобилияти, тажрибаси ва масъулияти ҳисобига юқори маош билан таъминланишидир. Кадрлар барқарорлигини таъминлашда бошқа корхоналарга қараганда маъқулроқ хизмат ва имтиёзлар ўрнатилиши катта рол ўйнайди.

Кўп сонли тадқиқотчилар ишга чиқмаслик ва кадрлар қўнимсизлиги ишловчининг иш бўйича тақдирланиши билан бевосита боғлиқлигини аниқлайдилар. Маош таркибини ишлаб чиқиш кадрлар бўлимининг ишидир. У бир неча омилларнинг таҳлилини ташкил

қилиш билан аниқланади, жумладан ташкилотнинг сердаромадлиги ва рентабеллилиги, у ёки бу ихтисослик бўйича ишловчилар ва малакали мутахассислар меҳнатига ҳақ тўлаш қоидалари амал қилиши ва бошқалар. Бозор иқтисодиёти тизимида меҳнат учун тақдирланиш меҳнатга бўлган қизиқишни англатади ва унга бўлган талаб ва таклиф билан аниқланади.

Корхона ўзининг меҳнаткашлари учун маошдан ташқари қўшимча имтиёзлар ҳам беради. Уларни икки гуруҳга бўлиш мумкин:

- мукофот кўринишидаги акция, қимматбаҳо қоғозлар, қўшимча пулли тақдирланишлар, ойлик мукофотлар. Улар ўрнатилган маошнинг баъзида катта қисмини ташкил этиши мумкин;
- ижтимоий режа асосидаги қўшимча имтиёзлар. Уларга кенг ассортиментда пулсиз хизмат кўрсатиш мажмуалари ёки жуда оз миқдорда ҳақ тўланадиган хизматлар ташкил қилиш. Бундан ижтимоий имтиёзлар сони ва тури, одатда, ташкилотнинг моддий имкониятларига боғлиқ. Уларнинг амалдаги турлари қуйидагилардир:
- ижтимоий таъминлаш хизматлари, меҳнатга яроқсизлик, меҳнатнинг саломатликга зарарлилигига тўланадиган қўшимча тўловлар, суғурталаш, моддий ёрдам кўрсатиш;
- ошхоналарда овқатланишга ҳақ тўлаш;
- болаларни боғчаларда бўлишига пул тўлаш;
- жисмоний соғломлаштириш тадбирларига ҳақ тўлаш;
- транспорт харажатлари учун қўшимча тўловлар;
- уй-жой ажратиш ва бошқалар.

Тақдирлашлар, ҳар хил шаклларда ҳақ тўлаш корхонанинг харажатларини кўпайтириб юборади. Аммо, ишловчиларнинг самарали меҳнати ҳисобига келадиган самара бундай харажатларни бир неча баробар қоплаши мумкин.

Кадрлар қўнимсизлигининг сабаби ички омиллар бўлиши ҳам мумкин. Улар жамоада одамларининг бир-бирига бўлган муносабати билан боғлиқдир. Масалан, раҳбар ва қўл остидаги хизматчи ўртасидаги, ҳамкасблар орасидаги муносабатлар шу жумлага киради. Инсон ўзини, қачонки, уни сиқиштиришлар бўлмаса, унинг хизматига адолатли баҳо берилса, у

на эркин сезади. Агар корхонани керагидан ортиқ қатъий қонун-қоидалар ўрнатувчи, ортиқча талаблар қўювчи авторитар (мансабпараст) инсон бошқарса корхонадаги кадрлар қўнимсизлиги демократик раҳбардагига нисбатан юқори бўлади.

Хизматчилар орасида тез-тез жанжал чиқиб турадиган жамоаларда ўз қобилиятини намоён этиш қийин, шунинг учун бундай жамоанинг кўпчилик ходимлари бошқа иш жойларини қидиришга мажбур бўладилар.

Шундай қилиб, корхона раҳбарларининг ишловчига эҳтиёткорлик билан муносабатда бўлишни талаб қилиши, жамоада яхши руҳий иқлим ўрнатиш ва меҳнатдан манфаатдорликни ошириш кадрлар қўнимсизлигига қарши курашнинг усулларидан деб қаралади.

15. ТАДБИРКОРЛАР АХЛОҚИЙ ҚОИДАЛАРИ

15.1. Бизнеснинг ахлоқ меъёрлари, тадбиркорлик этикаси

Тадбиркорлик этикаси — бу ишбилармонлик тузилмалари ва давлат, ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи, мижоз ва сотувчи, ишбилармонлар, рақобатчилар ҳамда корхона ичидаги ишловчилар орасидаги маънавийлик меъёрлари тизимидир.

Бизнес этикаси меъёрлари мамлакатдаги ишчанлик руҳи ва унинг хусусиятларини белгилайди.

Этика тушунчаси иккита жиҳатни ўз ичига олади:

- *этика* — бу, маълум жамият, кишилар гуруҳи, касбкорлар учун қўлланадиган руҳий ва ахлоқий меъёрлар тизимидир;
- *этикавий* меъёрлар ҳуқуқ билан, яъни давлат томонидан белгиланган ёки санкцияланган умуммажбурий ўзини тутиш қоидалари ва меъёрлари мажмуаси билан боғлиқдир.

Шундай қилиб, инсоннинг ҳар қандай фаолияти, шу жумладан ишбилармонлик ҳам, этика ва ҳуқуқий ўлчовлари билан баҳоланади. Амалдаги қонунчилик жамиятта ўз хоҳиш-иродасини бизнеснинг ахлоқий-ҳуқуқий ўлчовлари асосида ифодалаш учун имкон

яратади. Ишбилармон қонунни бузганлиги учун маълум жазо белгиланса, унинг бизнесда этика ва ахлоқий-ҳуқуқий меъёрларни бузганлиги учун у жамиятнинг қаҳр-ғазабига дучор бўлади. Бунинг учун, жамиятда юқори этикавий меъёрларига амал қилиниши керак.

Ўз ишини қонун бўйича олиб бориш этик ва руҳий-ахлоқий ўлчовларга риоя қилиш билан бир хил эмас. Бизнесда деярли тез-тез шундай вазиятлар яратиладики, унда, қонунни бузмай туриб этикавий меъёр ва қоидалардан оғиш кузатилади, бу эса бизнеснинг нафақат ўзи учун, балки жамият учун ҳам салбий натижалар келтириши мумкин.

Кейинги икки ўн йилликда Ғарбда бизнес этикасига риоя қилиш муаммоси жамият ҳаётида энг оғриқ нуқталардан бирига айланди. Ҳозирги шароитларда бу масала бизнинг республикамизда ҳам муҳим бўлиб бормоқда. Хуфиёна бизнес соҳасининг кенгайиши, коррупциянинг кучайиши, ноҳақ рақобат, ишлаб чиқаришда эҳтиёткорлик меъёрлари, маҳсулот сифати стандартлари билан ҳисоблашмаслик, атроф муҳитнинг ифлосланиши каби ҳолатлар ишбилармонларнинг роли тўғрисида жамиятда салбий фикр пайдо бўлишига сабабчи бўлади.

Ижтимоий тадқиқотлар натижаларига кўра бизнинг Ватанимиз ишбилармонларининг илмий савияси ривожланган мамлакатлардагига нисбатан паст эканлиги аниқланади. Бунда умуман, ҳамдўстлик мамлакатларидаги, бизнеснинг ўзи фаолият соҳаси сифатида ижобий қабул қилинсада, унинг амалга оширилиш шакли ижобий баҳолаб бўлмайдиган даражада деб баҳоланади. Ўз навбатида, ишбилармонлар ҳақидаги жамиятнинг салбий фикрлари ҳам албатта, бизнеснинг нормал тараққиётига путур етказиши турган гап.

Бизнес этикасининг асосий қоидаларига қуйидагилар киради: қонунни ҳурмат қилиш, тўғрилик, ўз сўзига ва тузилган шартномага жавоб бериш, ишончлилик, ишонч ва ижтимоий жавобгарлик, ҳеч қачон ва ҳеч қандай шароитда ўз хизматчиларини, буюртмачиларни, ҳиссадорларни, раҳбарларни, мол етказиб берувчиларни, назорат қилувчи идораларни алдамаслик мажбуриятлари ва бошқалар.

Тараққий топган давлатларда, айниқса Япония ва АҚШда фирмаларнинг «этика кодекси» ва бизнесменларнинг алоҳида касб усталари гуруҳларининг «ишбилармонлар кодекси» кенг қўлланади. Уларни цех этикаси кодекси деб ҳам аташ мумкин. Ушбу кодексларга биноан у ёки бу тармоқ фирмалари бир хил этика ўлчовларини қўллайдилар. Бундай кодекслар рақобатчиларнинг этикага хилоф хулқларини аниқлашни осонлаштиради. Ишбилармон бизнес кодексининг асосий қисмларидан бири ишбилармон ва истеъмолчи ўртасидаги муносабатлар ҳисобланади.

Энг биринчи «Бизнесмен кодекси» америкаликлар томонидан 1913 йилда ишлаб чиқилган бўлиб, унда еттита иш юритиш қоидаси қабул қилинган. Бу қоидалар битта асосга жамланган бўлиб, бу бизнес соҳасидаги усул ва сиёсатни баҳолашда уларнинг ҳақиқат ва адолатлилик тушунчаларига мос келиши билан белгиланганидир.

Вақт ўтиши билан кодекс бир неча бор такомиллашди. Натижада, бу борада турли фирмалар ва компаниялар томонидан тўпланган, уларнинг тажрибасига асосланган, умумлашган Ғарб ишбилармонлик дунёсида кенг маълум бўлган ишбилармонликнинг ўн насиҳати бунга асос бўлди. Бу насиҳатларга ҳар бир тадбиркор амал қилиши керак. Улар қуйидагилардан иборат:

Тадбиркорлик ишига оид ғоя топиш. Сиз бозорга қандай товар (мол), хизмат турларини таклиф қилаётганингиз ҳақида аниқ тасаввурга эга бўлишингиз керак. Аввал ўзингиз қила оладиган нарсадан нимани сотиш мумкинлигини ҳал қилиб, сўнгра ишлаб чиқариш керак. Янгиликни қидиринг. Рақобатдан қўрқманг. Бу — бозорда бор нарса, унга ўйланиб ўтириш ярамайди. Сизда рақобатчиларга қарши учта кучли қурол борлигини эсда тутинг: Улар сифат, нарх ва рекламадир.

Сифат — бу истеъмол хусусиятларининг (хоссаларининг) мажмуидир. Харидорга охир-оқибатда шунчаки буюмлар ёки хизматлар керак эмас. Унга ўз муаммоларининг ечими керак. Айнан шу катта пул туради ва энг кўп фойда беради. Масалан: девор блокларини ишлаб чиқариш ва сотиш мумкин. Аммо бутун куч-қувватини жамлаб, харидорга тайёр уй таклиф қилиш анча фойдалироқдир.

Бизнес-режа тузинг. Унда: Нима сотиш керак? Уларни нимадан тайёрлаш керак? Бу қанча турады? Ким уни сотиб олади? Харидорлар товар ҳақида билишлари учун нима қилиш керак? Сотувни қандай қилиб кенгайтириш ва бошқа масалалар ифодаланиши зарур.

Нархни туширишдан хавфсираманг, уни кўтаришдан қўрқинг. Фойда, иккита буюмни қиммат сотишда эмас, балки икки минг, икки миллион харидорга ўз товарингизни ёки хизматингизни уларга мос нархда сотишингиздир.

Ўз товарингизни реклама қилинг. Маҳаллий рўзномада ўз ишингиз ҳақида маълумот беринг. Харидор бўлиш эҳтимоли борларга хат юборинг. Эълонлар, плакатларга буюртма беринг ва жойларга ёпиштириб чиқинг. Сотмоқчи бўлган нарсангиз ҳақидаги маълумотларни қандай қилиб қисқа ва аниқ баён қилиш ҳақида ўйлаб кўринг.

Кредит олиш мумкин бўлса, уни олишдан қўрқманг. Сиз, ёки пул топиб кредитни қайтарасиз, ёки пул топмайсиз ва уни қайтармайсиз. Бор муаммо шу.

Юқоридаги кредит миқдори — банк таваккали учун тўловдир. Омонат банкидан уй қурилиши учун кредит олинг, уни қуринг ва ишлаб чиқариш асоси сифатида ишлатинг. Хўжалик блокини қуринг — бу сизнинг омборхонангиз бўлади. Ўша жойдан яна кредит олинг — усиз иш қилиш қийин, ёки, машинани ҳайдовчиси билан ижарага олинг.

Хайрихоҳ бўлинг. Ахир, ҳар бир ишбилармон шерик, сизга бўйсунувчи ҳар бир ходим худди сиз каби инсондир. Бундай одам билан бирга ишлаш шахсан сиз учун жуда ёқимлидир. Ўзингиз ҳам шундай бўлинг ва одамлардан бирданига кўп нарса талаб қилманг.

Бир ишингиз олдинга кетдими — дарров унга бошқасини қўшинг. Бири бўлмаса иккинчиси қолади. Аввал машина ижараси ва прокатини, сўнгра — уларни таъмирлашни ташкил қилинг.

Бугун сизнинг асосий сармоянгиз ўзингиз эканлигингизни унутманг. Бу сармояни суткасига 24 соат самарали ишлашга мажбур қилинг. *Ичманг ва чекманг* — бу сизни хонавайрон қилади.

15.2. Тадбиркорнинг шахсий хусусиятларини шакллантириш

Тадбиркор шахсий сифатларининг структуравий моделини икки хил система кўринишида намойиш қилиш мумкин. Биринчи моделда тадбиркорнинг умумижтимоий сифатлари келтирилади. Иккинчи моделда эса касб сифатлари йиғиндиси келтирилган. Биринчи модель доимо муваффақиятга эришаётганларнинг шахсий тавсифини ажратиб кўрсатишга ёрдам беради, булар:

- доимо имконият қидириш ва ташаббускорлик;
- қўйилган мақсадларга эришишда сабот ва матонат;
- самарадорлик ва сифатга томон тинмай ҳаракат қилиш;
- мақсадга қараб интилиш, айнан, ғояларнинг доимий ривожланиб бориши ва қисқа муддатли масалалар ечимини олдиндан кўра билиш, нафақат ўз фаолияти соҳасида, балки, қўшни соҳаларда ҳам доимо мижозлар, мол етказиб берувчилар ҳақида маълумотларга эга бўлишга ҳаракат қилиш, бу мақсадларга шахсий ва иш юзасидан қилинадиган алоқалардан, шунингдек чегараланган ва оммавий ахборот воситаларидан фойдаланиш;
- тадбиркорлик фаолиятининг нафақат ўз бизнеси соҳасини, балки мумкин қадар бошқа соҳаларни ҳам узлуксиз таҳлил қилиш, кузатиш, режалаш ва олдиндан кўра билиш.

Тадбиркорлар мижозлари билан алоқа ўрнатишда қуйидагиларни бажариши зарур:

- ишонтириш ва алоқа боғлаш қобилияти;
- мустақиллик ва ўзига ишониш;
- даров илғаб олишлик ва аввал тўпланган билимларни янги ўзлаштирилгани билан боғлаш;
- фаолиятининг танланган соҳасида мураккаб ишни шахсан бажара олишликга тайёр бўлишлик.

Шундай қилиб, тадбиркор бўлишга аҳд қилган киши, ўзининг имкониятлари, қобилиятлари, шу жумладан ўз изланувчилик қобилиятини аниқ ўлчай билиши керак. *Бизнес* — бу ишни чуқур билиш, кундалик тинимсиз меҳнат, бир меъёрдаги иқтисодий шароит-

даги юз берадиган доимий рақобат, унга фақат ўз ишининг устасигина туриб бера олади.

Тадбиркорнинг умумижтимоий сифатларига: маънавий сифатлар, ижтимоий, руҳий ва табиий-генетик сифатлар киради.

Маънавий сифатлар — бу тадбиркорлик фаолиятида зарур бўлган сифатлардан бўлиб, унга тадбиркорнинг дунёқараши, тарбияси, эътиқоди кабилар киради.

Ижтимоий-руҳий сифатлар — бу тадбиркорнинг жамиятга фойдали бўлишини таъминловчи, унга табиат томонидан берилган сифатлардир.

Тадбиркорнинг касб сифатларига қуйидагилар киради: ишни миридан-сиригача билиш, интеллектуал-иродавий, ташкилотчилик сифатлари.

Ишни миридан-сиригача билиш — бу кишини лавозимга сайлашда энг муҳим бўлган сифатдир.

Компетентлик — дегани тадбиркорнинг бирор масалани ечиш юзасидан ва тажрибанинг етарлилиги ва ҳуқуқий жиҳатдан асосланиши, яъни масалани ҳал қилишга ҳаққи борлигини билдиради. Шунинг учун тадбиркор, ҳуқуқ, тадбиркорлик, менежмент, маркетинг асослари соҳасида махсус билимларга эга бўлиши керак.

Интеллектуал иродавий сифатлар — бу тадбиркорнинг ақли ифодаси, сабот ва матонати каби сифатларини ўз ичига олади. Ташкилотчилик сифатларига эса тадбиркорнинг фаолиятини уюштириш ва бошқариш, шу жумладан, ишчи хизматчиларни ишга ёндашиш уларни ишонтира олиш ва илҳомлантириш каби сифатлар киради:

Тадбиркорнинг шахсий сифатлари таркибини яна қуйидаги сифатлар билан тўлдириш мумкин: одамлар билан ишлай олиш тажрибаси, олий маълумот ҳажмидаги махсус билимлар, ижодий фаоллик, омилкорлик, вазиятга баҳо бера олиш, келажакни кўра олиш ва бошқалар. Аммо, юқорида қайд қилинган ҳамма сифатларга эга бўлган тўкис бир тадбиркорни топиш қийин, чунки, одатда, бир кишида бундай хислатларнинг ҳаммаси жамул-жам бўлиши мумкин эмас. Шундай бўлсада тадбиркорлар бундай хислатларга тўлиқ эга бўлишга интилишлари лозим.

15.3. Шериклар ўртасидаги ўзаро муносабатлар

Бизнесдаги муваффақият маълум даражада тадбиркорнинг шериклари билан алоқаси қанчалик тўғри тузилганлигига боғлиқ.

Шерик деб, бирор бир биргаликдаги фаолиятнинг иштирокчисига айтилади. Бир ёки бир неча тадбиркорлик лойиҳаларини ҳамкорликда амалга ошираётган корхона ва ташкилотлар ҳам шерик бўлишлари мумкин.

Тадбиркорнинг шериклари билан алоқаларини мустаҳкамлашда қуйидагилар катта аҳамиятга эга:

- умумий ғояга қизиққан ва уларни амалга оширишга тайёр бўлган шериклар билан алоқа ўрнатиш. Шерикларни маънавий қўллаб-қувватлашлари учун эмас, балки, биргаликда унумли ишлаш учун танлаш керак. Ҳар бир шерик фирма ривожи учун ўз ҳиссасини, тажриба ва маълум малакаларини қўшиши керак.
- қариндош ва дўстлар билан ҳамкорлик қилишга алоҳида эътибор бериш керак, чунки, бизнес тадбиркорлик хавф-хатар асосида қурилади;
- бошлиқ билан тузилган келишув (контракт) шартларига қаттиқ риоя қилиниши керак. Бунда қайси шерикнинг фаолиятга қўшадиган ҳиссаси (пули, хом ашё, жиҳоз, меҳнат сарфи) албатта акс эттирилиши лозим;
- агар шерик фирманинг меҳнат жамоасига қўшилмоқчи бўлса, у ҳолда унинг мажбуриятларини бажариш муддати, ишга кириш вақти ва иш кунининг давомийлиги белгилаб берилиши керак:
- ҳақ тўлаш шартлари;
- ижтимоий имтиёзлар (берилган бўлса);
- корхона бошқарилишидаги иштироки;
- йил натижалари бўйича дивидентлар тўлаш шартлари;
- ишдан ўз хоҳиши билан ёки турли хилдаги ножўяликлар оқибатида бўшагандан ўз улушини олиш ва ҳоказолар таъминланади.

Контрактда томонлар хоҳиши билан бошқа масалалар ҳам кўрсатилиши мумкин. Контракт, одатда, маълум муддатга тузилади, томонлар унга қўл қўядилар ва биттадан нусхани олиб қоладилар.

Фирма ёки тадбиркор томонидан товар етказиб берувчи ва пудратчиларни тўғри танлаш муҳим маънога эга. Улар муносабатининг тавсифи буюртмачи фирмасининг тижорат муваффақиятига боғлиқдир. Кичик бизнесдаги тадбиркор структуралар ўзларининг муносабатларини қуйидагиларни ҳисобга олиб ўрнатишлари керак:

- хом-ашёларга сарфни, уларнинг сифати ва етказиб бериш муддатига зарар етказмасдан камайтириш;
- буюртмачи-корхоналар томонидан бир неча товар етказиб берувчилар билан узоқ муддатли муносабатларни йўлга солиш мақсадга мувофиқлиги;
- товар етказиб берувчиларга кафолатланган бозор, захиралар ёки буюртма ҳиссасини қайтадан тақсимлаш, сармоядор субпудратчилар фойдасига ҳал бўладиган узоқ муддатли шартномалар тузилиши. Мол етказиб берувчилар билан янги муносабатларнинг моҳияти қуйидагича:
- маълумотларнинг эркин алмашинуви;
- турли йўналишларда, бошқарувнинг турли поғоналарида кўп миқдорда алоқа ўрнатиш;
- умумий ишлаб чиқариш муаммоларини биргаликда ечишга, янги маҳсулот технологияларини ишлаб чиқишга субпудратчиларни жалб қилиш.

Бизнесга америкачасига ёндашишда: ишлаб чиқарувчи ва мол етказиб берувчилардан иборат гуруҳдан энг яхши команда чиқади. Ишбилармон шериклар ўртасидаги янги тизимни ўрнатади:

- буюртмачи фирмага хомашёни, яримтайёр ҳолдаги маҳсулотларни бир маромда етказиб бериш, ишлаб чиқаришни тезлаштириш, истеъмолчиларнинг ҳар бир талабининг ўзгаришига тезда жавоб бериш қобилиятини ривожлантириш, харажат даражасини камайтириш, унга етказиб бериладиган хомашё ва комплектловчи буюмлар сифатини кўтариш;
- мол етказиб берувчи фирмага ўз маҳсулотининг нисбатан узоқ муддатга сотув бозори кафолатланганлиги билан боғлиқ бўлган барча афзалликларни яратиб бериш.

Ғарбда ўтказилган кузатувлар компаниялар ўзларининг асосий шериклари билан иш юзасидан муносабат-

ларида янги қонун қоидаларини қўлланиши қуйидаги ижобий натижалар беришини кўрсатди:

- ишлаб чиқариш майдонларига талаб 40—70% га камаяди;
- фирманинг қўшимча харажатлари 30—50% га камаяди;
- туталланмаган қурилиш ва ишлаб чиқариш захиралари ҳажми 50—100 фоизга камаяди;
- ишлаб чиқаришнинг умумий сарф харажати 30—50 фоизга камаяди;
- яроқсиз маҳсулот даражаси 2 дан 0,01 фоизгача камаяди.

Ишбилармонлик муносабатларининг янги тартиб тарафдорлари, бу натижалар бир-бирига катта фирманинг кичигига ҳурмат билан муносабатда, ўз-ўзини бошқариш ва шериклар ўртасида ўзаро ишонч бўлмаганда, бу натижаларга эришиш мумкин эмас эди, деб ҳисоблайдилар.

15.4. Хизмат юзасидан муносабатлар

Бизнес ютуғи нафақат фирма ишини иқтисодий кўрсаткичларига, балки сезиларли даражада тадбиркорнинг ўз хизматчилари билан муносабати нақадар тўғри қурилганига боғлиқ. Юқори натижага эришаётган ишбилармонлар ўз ишида инсон омилига катта эътибор берадилар, яъни ўз хизматчилари билан муносабатларини ўзаро ҳурмат, тартиб, ҳақгўйлик, одиллик асосида қурадилар. Тадбиркор ва ишчиларнинг муносабатлари асосий иш битимида белгиланади. Қисман уларда қуйидагилар изоҳланади:

- Ишчи мажбуриятлари.
- Иш ҳақини тўланиши ва муддати.
- Иш кунининг давомийлиги.
- Бевосита раҳбари.
- Малака ошириш, иш ҳақини ошириш шарти ва бошқа масалалар.
- Меҳнат таътилининг давомийлиги ва шарти, касаллик варақаси бўйича ҳақ тўлаш ва бошқа енгиллик ва ижтимоий имтиёзлар.
- Ишга олинаётган ҳар бир кишига уч ойдан олти ойгача синов муддати белгилаш маъқул. Шу давр

ичида янги ишчининг айнан бирор ишни мутахассислик даражасига ва малакасига, лавозим талабларини ҳисобга олган ҳолда ўрганиш мумкин.

Инсоннинг жамоа билан киришиб кетиш, спиртлик ичимликларга муносабати, интизомийлик ва унинг касб сифатига бевосита боғлиқ бўлмаган сифатлари кузатиш манбаи бўлиб хизмат қилиши мумкин эмас. Текшириш давомида кузатилаётган ишчиларнинг зарур билим ва амалий маҳорати аниқланади. Тадбиркор бошлиқлар, мутахассислар ва хизматчиларнинг мажбуриятлари ҳажми ҳақида қўшимча кўрсатма ва низомларда кўрсатиб қисқартириш ёки кўпайтириш мумкин.

Бундай ҳолда ишчи маҳаллий шароитга нисбатан маълум кўрсатмаларда кўрсатилган вазифаларни бажара олишлиги бўйича синовдан ўтказилади.

Ишчини синаш фақат тадбиркор томонидан эмас, балки иккала томоннинг розилиги билан ўтказилади, чунки у меҳнат шартномасининг қўшимча шартларини акс эттиради.

Агар меҳнат шартномаси тузилаётганда синов ўрнатилганлиги ҳақида томонларнинг розилиги бўйича билимлар бўлмаса, ишчи синовга бардош бермаганлигини сабаб қилиб уни ишдан бўшатиш мумкин эмас.

Синов шартлари ишга қабул қилиш ҳақидаги буйрукда албатта ўз аксини топиши керак. Акс ҳолда агар у аризасида ёки оғзаки ҳолда ишга қабул қилинганлигига рози бўлган бўлса, у синов шартисиз ишга қабул қилинган ҳисобланади.

Тадбиркор структураларида касб ва лавозимлар ўзаро боғлиқлиги бу тадбиркор жамоаларнинг биргаликда ишлашга интилишини оширади, ишлаб чиқариш жараёнида ташкилотчилик ва бошқариш юзасидаги масалаларни ҳал қилишни енгиллаштиради, меҳнат жамоасининг ишчилар ўртасида у ёки бу ишчининг тақсимотини текширишни таъминлашга имкон беради. Тадбиркорнинг ўз хизматчилари билан муносабатни мустаҳкамлашда қуйидагилар катта аҳамиятга эга:

- Муаммоли ишга тааллуқли масалалар муҳокама қилинадиган суҳбат ва учрашувларни мунтазам ўтказиб туриш. Бунда тадбиркор муаммоларини яккама-якка,

ютуқларни эса бошқалар иштирокида муҳокама қилиш тартибини кенг қўллаши керак.

- Ишчи ва хизматчиларнинг фирма ишини муҳим масалаларини муҳокама қилиш ва ечишга кенгроқ жалб қилиш, фирма бўлинмаларининг бошлиқлари билан мунтазам равишда мулоқот қилиш.
- Ишчи ва хизматчилар орасида жавобгарликни ошириш мақсадида ва ишдаги бир оҳангликни йўқотиш муаммосини ҳал қилиш учун ишни вақти-вақти билан тақсимлаб бериш. Масалан, конвейерда ишлаётган ишчига бирор бир машинани бутун бир қисмини йиғишни, котибага директор ёрдамчиси вазифаларини бажаришни топшириш мумкин, булар унинг шахсий қадрият ҳиссаларини оширади.
- Ўз ишчиларининг малакасини ошириш ҳақида қайғуриш, малакали ходим фирма ишининг самарадорлигини оширади, янгиликларни фаолроқ тадбиқ этади.
- Иш ҳақини ишчининг касб маҳоратини ўсишига қараб ошириб бориш.
- Ўз хизматчиларининг фаровонлиги ҳақида доимо қайғуриш.

15.5. Мижозлар билан муносабатлар

Кичик бизнесда мижозлар билан муносабатга муҳим аҳамият бериш керак. Қишлоқ хўжалик маҳсулотларининг, яримтайёр маҳсулотларнинг ва тайёр маҳсулотларнинг кўп турларини узоқ муддат сақлаш мумкин эмас, уларни тезлик билан тарқатиш керак. Шунинг учун тадбиркор тизимининг ҳар бир ишчиси ўзи ишлаб чиқараётган маҳсулотини сотувчига дахлдорлигини ҳис қилиши керак.

Алоҳида қишлоқ хўжалик корхонаси каби кичик бизнес мижоз сифатида, даллоллик идораси, биржа, тайёрлов ташкилоти қайта ишловчи корхона, шунингдек маҳсулотларнинг доимий буюртмаси ёки харидори бўлган айрим шахслар гавдаланиши мумкин.

Мижоз ким бўлишидан қатъий назар: ташкилотми, корхонами, фирмами ёки якка шахсми — аввало тадбиркор олдида ўз муаммолари билан мурожаат қилаётган инсон эканлигини эсда тутиши лозимдир.

Тадбиркорнинг вазифаси — мижозни ўз қўлига олиб уни ушлаб қолмоқ. Ҳар бир тадбиркор (якка шахс

ёки корхона) шу мақсадда ўз ишини мижозга бағишламоғи керак.

Мижозлар истисно бўлиши мумкин эмас. Агар ҳисоб-китоб бўлимидаги қоровозбоз, қўпол котиба фирманинг раҳбари томонидан тартибга чақирилмаса, у ҳолда сотиш хизматини ва реклама компаниясини ташкил қилишга катта пул сарфлаши ва бутун ҳаракатлар бир пул бўлиб қолади. Шунинг учун ҳар бир ходимнинг хушмуомила, эътиборли, ишончли ва тартибли, ҳалол бўлиши учун тарбиялаш керак.

«Эски мижозлар»ни ўзида ушлаб қолиш, янгиларига хайрихоҳлик қилишдан тахминан беш баравар арзон эканлигини ҳеч қачон унутмаслик керак.

Бу мақсадга эришишда қуйидагиларни таъминлаш зарур:

- ҳар доим ўзини мижоз ўрнига қўйиши;
- қоровозбозликка, агар у намоён бўлса, йўл қўймаслик ҳамма усуллар билан унга қарши курашиш ва бартараф қилиш;
- мижозларни бевосита бошлиқ билан бўладиган мулоқоти учун шароит яратиш;
- харидорлар билан товар сотилгандан сўнг ҳам алоқани узмаслик;
- ҳар бир ривожланган мамлакатдаги тадбиркор аввал қуйидаги вазиятда келиб чиқади. Товар ва хомашёларга катта миқдорда пул сарфлайдиган тадбиркорлар истеъмолчиларсиз яшашлари мумкин эмас.

Масалан, АҚШда сўнгги йилларда айнан истеъмолчиларнинг кенг миқёсдаги сарфлари олимларнинг фикрига қарамай йирик иқтисодий инқирозлардан қутилишга ёрдам бермоқда. Истеъмолчилар алоҳида эътиборли ижтимоий кучга айланган ва ўзларининг талаблари билан тадбиркорлик тизимини амалда бошқармоқдалар.

Тадбиркор билан истеъмолчининг бундай тавсифидаги муносабатлари бу муносабатларда истеъмолчининг устуворлигини таъминлайди. Бу ҳодиса *консьюмеризм* («истеъмолчи» сўзидан) деб аталади. Бу термин ҳукумат ва тадбиркорлар истеъмолчиларини товарларининг сифати ва уларнинг ўзига хос таъ-

риф билан таништириб бориш кераклигини билдиради, тадбиркорлар манфаатини шулар ҳимоя қилиши керак.

16. КИЧИК БИЗНЕС ҲАҚИДА МАЪЛУМОТЛАР

16.1. Ахборотларни тўплаш ва сақлаш

Тадбиркорликдаги энг асосий масалалардан бири — ахборот билан таъминлашдир. Ҳозирги шароитда ишбилармон кишида ҳар куни маълумотлар оқими йиғилади ва у ундан тўғри фойдаланиши шарт. Биринчи навбатда у қандай маълумот кераклиги; уни қаердан олиш мумкинлиги; қандай қилиб уни тўплаш, қайта ишлаш ва сақлаш кераклиги, қандай далиллар текширувга муҳтожлигини билиш керак. Бу масалаларни тадбиркор биринчи навбатда ечиши лозим. Мўлжаллаётган шеригингизнинг ишончлик даражасини билиш учун *ассоциация* ва *консорциумларда* иштирок этиш мақсадга мувофиқ. Одатда, мақсад ва вазифалари бир хил бўлган ташкилот ва бирлашмалар қўшиладилар, айрим фирмалар эса бир эмас, балки бир неча ташкилотга қўшилиши мумкин. *Ҳиссадорлик жамиятида* иштирок этиш энг тўла маълумот беради. Шунинг учун ҳиссадор ўз олдига қўйилган бошқа масала ва мақсадлардан ташқари, маълумот йиғишни ҳам олдинга суради.

Ишбилармон, ўз ишига тааллуқли бўлган барча маълумотларни йиғиши керак. Ҳар бир учрашуви натижаларини илғаб олишга ўрганиш лозим.

Тадбиркорлик фаолиятининг дастлабки даврида мулоқотлар унча кўп бўлмайди ва осонгина эсда қолади, лекин энг оддийлари унутилиши ҳам мумкин. Суҳбат пайтида суҳбатнинг энг муҳим жойларини ёзиб бориш учун қўлингизда қалам ва қоғоз бўлгани яхшидир.

Шубҳа йўқ-ки, ҳар қандай мулоқот ҳам ҳамкорликда ишлашга олиб келмайди. Бунга хотиржам, эътибор бермаслик мумкин. Аммо, бир оз вақтдан сўнг шерикларининг бирортасида ҳамкорликда ишлаш учун янги таклиф пайдо бўлиши мумкин. Шунинг учун ҳар бир ёзувни таҳлил қилиб, келажак учун маълум хуло-

салар чиқариш керак. Агар биринчи кундан шу қоидага риоя қилсангиз, у ҳолда бизнесингиз кенгайишида кўпгина кўнгилсизликлардан халос бўласиз.

Агар тадбиркорда маълумот ва ёзувлар кўп бўлса, у ҳолда қулай бўлиши учун уларни олиш усуллари, пайдо бўлиш муносабатлари, вақти ва бошқаларига қараб бўлимларга бўлиниши керак. Агар тадбиркорда шахсий компьютер бўлса, у ҳолда маълумотлар манбаини яратиш мумкин.

Агар янги тадбиркорда ўз шахсий компьютери бўлса, у вақт ўтиши билан керак бўладиган барча материалларини бир жилдга солиб қўйиши лозим. Жилдларни қуйидагича номлаш керак. «Хомаки молиявий ҳужжатлар», «реклама хабарлари», «мижозлар билан мулоқотлар», «истеъмолчилар билан муносабатлар» ва бошқалар.

Ёзувларни мунтазам равишда бажариш керак, ўз маълумотларини вақти-вақти билан қайта кўриб чиқиши ва зиддиятларда керакли янги маълумотларни қолдириш ва эски маълумотларни янги жилдга кўчириш керак.

Маълумотларни танлаш ва сақлаш жараёнини шундай усулда олиб бориш керакки, зарур бўлган ҳолда ундан янги ходимлар ҳам фойдаланиши керак. Ҳар ҳужжатларни бир жилдга ким ва қачон тайёрлаганлиги ва унинг номи ҳақида қоғоз ёпиштириб қўйилади.

Тадбиркор тизимларининг давлат корхоналаридан фарқи — уларда, асосан иш учун зарур бўлган ҳужжатлар сақланади.

Агар тадбиркор бошқа фирма намоёндалари билан музокаралар олиб борса ва суҳбат давомида уларда ҳамкорликда ишлашга олиб келувчи умумий манфаатдорлик пайдо бўлса, албатта музокаралар тўғрисида қарор қабул қилиниши керак. Қарор шерикларнинг ҳар бири учун ёзма ҳужжат сифатида сақланади. Агар ўзаро хафачилик пайдо бўлса ёки музокаралар натижалари турлича тушунилган бўлса, у ўта муҳим томонлари айтилганига ишонч бериб, барча масалаларни яхшироқ билишга ёрдам беради ва кескинликни юмшатади. Агар музокаралар оқибатида томонлар ҳамкорликда ишлашга келишган бўлсалар, у ҳолда қарорда умумий мақсадлар, вазифалар тақсимоти ва бошқа саволлар кўрсатилади.

16.2 Иш юритиш асослари

Иш юритиш — бу тадбиркор тизимларда ҳужжатларни тузиш, расмийлаштириш, уларни кўпайтириш, қабул қилиш, жўнатиш ва рўйхатга олиш, уларнинг бажарилишини текшириш, шунингдек зарур ҳужжатларни изга солиш ва қайта ишланган ҳужжатларни айнан фирманинг ўзида сақлаш каби ишлар мажмуидир.

Иш юритиш тадбиркор вазифалари ичида муҳим ўрин эгаллайди.

Иш юритиш аҳволи оқибатида ҳар бир тадбиркор тизимининг иш услубини белгилашни гапириш муболаға бўлмайди.

Иш юритиш вазифалари кичик бизнесда асосан қуйидагиларга боғланган:

- Фирма ёки унинг бошлиқлари томонидан жўнатиладиган ҳужжатларни алоҳида китобга рўйхатга олиш. Ҳужжатлар жўнатилаётганда уларнинг номерини ёзиб қўйиш керак, шу ҳужжатни осон топиш мақсадида фирма ҳужжатнинг куни ва номерига суяниши керак.
- Ҳар бир келган хатга жавоб қисқа вақт ичида ташкилот манзилига юборилади. Ҳар бир ҳужжатнинг мазмуни ва баъзи бир саволларини аниқлаш учун ва тезкорлик билан зарур маълумотни бериш учун алоқа телефони, ҳужжатнинг жўнатилган ва тузилган куни қўйилиши керак.
- Агар илова келтирилган бўлса, у ҳолда ҳужжат охирида шу ҳақда белги бўлиши керак. Масалан: *Илова: «Спринт» асбобининг таърифи 37-бетда.* Агар хат бир қатор махсус маълумотта эга бўлса ва бошлиққа тўғридан-тўғри алоқаси бўлса, у ҳолда хат бошида, бошлиқ бутун ҳужжатнинг моҳиятига берилмасдан хатни малакали ечими учун бирор бир мутахассисга юбориши мумкинлиги ҳақида қисқа маълумот берилади.

16.3. Бизнесменнинг ташриф қоғози ва шериклар қидириш

Ривожланган мамлакатларда, ишбилармонлик амалиёти ишлаб чиққан қатор муаммоларнинг қонунқоидалари мавжуд. Улардан асосийси иложи бўлса ўзи

ҳақида доимо ёзма равишда маълумот беришдир. Дастлабки танишувда ўз ташриф қоғозини (визиткасини) бериш шартдир. Авваламбор тадбиркор ташриф қоғозларини ёзув машинасида ёки бошқа бирор бир усулда ёздириши керак. Сизни эсда сақлаб қолишларига ҳаракат қилинг, ўз ҳақингизда кўпроқ ёзма маълумот қолдиринг. Фирма фаолияти ҳақида реклама қоғози бўлса жуда яхши. У ҳолда сизни унутмасликларини ва зарур бўлганда, фирма хизматига мурожаат қилишлари эҳтимоли кўпроқдир.

Агар сиз кичик доирадаги мажлисга таклиф қилинган бўлсангиз, у ҳолда ҳар бир иштирокчига олдиндан манфаатингиз ва мавқеингизни сақлаш учун маълумотнома топширишингиз керак. Агар мажлисда кўп сонли одамлар ва фирмалар иштирок этаётган бўлса, у ҳолда, иложи борича ҳар бир жойда фирмангиз ҳақида реклама варақларини қолдиринг.

Ишбилармоннинг вазифаси — фурсатдан фойдаланиб, янги муносабатлар ўрнатишга ёрдам берадиган хабарни тарқатишдир.

Тижоратчи кўпинча турли мулоқотларда бўлиши мумкин, шунинг учун ташриф қоғози фирмаси фаолияти ҳақидаги маълумот янги шериклар топишга ёрдам бериши мумкинлигини унутмаслиги керак.

Бошқа ташрифларда, вақт ўтиши билан шерик бўлиши мумкин бўлган фирмалар ҳақида маълумот тўплаш лозимдир. Бундай фирмага аввало банклар, маслаҳат фирмалари, турли хилдаги ҳиссадорлик жамиятлари, ассоциациялар, бизнес марказлари ва бошқалар киради. Айнан шу ташкилотлар орқали энг кўп маълумотлар ўтади, шунинг учун кўпроқ айнан шуларга мурожаат қилишга тўғри келади. Масалан, сиз янги лойиҳанинг сотуви билан шуғулланмоқчи бўлсангиз, у ҳолда янги турдаги фаолиятга мос келадиган шерик топиш осон иш эмас. Агар қарз олмоқчи бўлсангиз банкка мурожаат қилишга тўғри келади. Банк хизматчиларининг ўзи сизга қайси корхонадан шерик топиш мумкинлиги ҳақида маслаҳат беришлари мумкин. Қатор маслаҳатчи фирмалари воситачилик вазифасини бажаришлари туфайли уларда кўпгина ишга оид маълумотлар йиғилади. Ишга оид маълумотлардан ташқари яна бошқа фирманинг ишончлилик даражасини белгиловчи

маълумот ҳам талаб қилиниши мумкин. Шерикни жуда эҳтиёткорлик билан, кўпинча кичик ҳамкорликдаги ишлар билан бошлаб танлайдилар. Бу қоида айниқса бизнеснинг республикамизда маълум иш тажрибасига эга бўлган фирмалари кўп бўлган ва барқарорлиги ҳамда ҳақиқий имкониятларини аниқлаш қийин бўлган жойда муҳимдир. Янги фирмалар билан ҳамкорлик қилишдан қўрқмаслик керак. У шерикликка бўлган ишончни оширади. Баъзи бир чет эллик ишбилармонлар, бизда тижорат хатарининг даражаси юқори деб ҳисоблайдилар. Аммо бу ерлик тадбиркорларнинг чет элликка нисбатан маълум устуворликлари бор, чунки биз ўз урф-одатларимиз ва имкониятларимизни яхшироқ биламиз. Бизнесда нафақат шерик олдида, балки қонун олдида ҳам ҳаққоний бўлиш керак. Маҳаллий одатта суяниб нопок бизнес билан шуғулланаёттан тадбиркорлар билан яхшиси ишламаслик керак, улар бизнесдан иложи борича узоқроқ туриши керак. Ўз ёзувларингизда эса бундай бизнесменлар ҳақида зарур белгилар қилишингиз керак. Бундай маълумотларни ўз касбдошларингиз билан алмашишингиз мумкин. Ҳар бир тадбиркор ким билан ҳамкорлик қилишни ўзи ҳал қилиши керак, лекин тўғри хулоса чиқариш учун тасодифлардан сақланиш мақсадида тўла маълумотга эга бўлиш лозим.

16.4. Махфий ахборотлар

Ҳар бир тижорат фирмасида овоза қилинмайдиган маълумотлар бор. Бундай маълумотларга қуйидагилар киради: конструкторлик, технологик, турли «ноу-хау», ихтиролар лойиҳалари, фирма намоёндалари, алоҳида шахслар билан бўлган музокаларнинг натижалари, тижорат битимларининг баъзи тафсилотлари. Табиийки, бундай маълумотларни рақобатчилардан алоҳида қўриқланади ва жойларда сақлаб, сир тутиш керак. Фирма учун зарур бўлган маълумотларнинг йиғилишига қараб уларни ҳимоя қилишнинг турли усулларини қўллаш керак. Маълумот туркумларига бўлинмагунча ва унинг ҳажми унча катта бўлмагунча катта маънога эга бўлмаслиги мумкин. Аммо вақти-вақти билан, маълум мавзу бўйича

маълумотлар йиғилиши бир маромда борса унинг қиймати ошади. Маълумотни бошқа кишига бериш ёки йўқотиш фирмага сезиларли таъсир кўрсатиши мумкин. Баъзи бир фирмаларда хоҳлаган ходим маълумотдан фойдаланиши мумкин. Натижада бу маълумот бозор нархида сотилмайди, аксинча тадбиркор кишилар орқали турли хил корхоналар ва фирмалар қўлига тушади. Ўта муҳим сирли маълумотларни пулни қўриқлагандек алоҳида эътибор билан қўриқлаш керак.

Шунинг учун ҳар бир фирмада маълумотларни ҳимоя қилиш тизимини ташкил қилиш керак. Кўп ҳолларда, маълумот сотувчи фирмалар уларда ҳимоя тизими қандай йўлга қўйилганлиги билан қизиқадилар. Улар етарли даражада ишончли бўлмаса, фирма маълумотларни ҳимоя қилиш тизимини ташкил қилиши керак. У ишончли бўлмаганда фирма ўзига зарар етказмаслик учун ўз маълумотларини сотмайди. Агар маълумот бегона қўлга тушиб қолса ва ишлаб чиқарувчи фирма бу ҳақда билса, турли хил усулларни қўллаш керак. Масалан, оддий кўчиришнинг олдини олиш учун махсус дискетлар тайёрланади. Агар маълумот оқими харидор айби билан амалга ошган бўлса фирма у билан ҳамкорликни узиши мумкин.

16.5. Ахборотларни ҳимоя қилиш

Сирли маълумотлар оқимини йўқотиш учун уларни ҳимоя қилишнинг турли тизимлари яратилади. Ҳимоя воситасининг мураккаблиги мавжуд маълумотларнинг аниқ қийматига боғлиқ. Энг содда усуллардан бири маълумотлар сақланадиган шкафларни беркитиш учун *қулфлардан* фойдаланиш. Энг ишончли усуллардан бири — маълумотларни *сейфларда сақлаш.* Компьютерларда жойлашган маълумотлар *яширин сўз (пароль) ва шифрлар* билан ҳимоя қилинади.

Яширин сўзларни қўллаш маълумотларни эгаллашни чегаралайди. *Шифрлаш* ҳаттоки нусха кўчиришда ҳам маълумотларга кириб боришга йўл бермайди.

Программалаш йўли билан ҳимоя қилиш усуллари турли-тумандир. Тасодифий сонлар кўрсаттичи программасини тузиш шарт. Яширин сўз сифатида кўрсат-

гичда пайдо бўлган бир нечта белги олинади. Агар улар клавиатура ёрдамида кўрсатилган белги билан мос келса маълумотларни шифрлашда, шунингдек тасодифий сонлар кўрсаттичи ишлатилади. Программаларни ишлатиш мураккаб бўлмаслигини ёдда тутиш керак. Бу билан математика соҳаларида шуғулланишади. Улар кодлаш назариясини, автоматлаштириш назариясини, кетма-кет чизиқли машиналар назариясини ўрганишади. Аммо фирмада ўта муҳим маълумот бўлса, у ҳолда маълумотлар ҳимоясини таъминлаш билан шуғулланувчи фирмага мурожаат қилиш мақсадга мувофиқ эмас.

Фирмага программаловчиларни жалб қилиб тузилган программаларда кўпинча маълумотни етарли даражада ишончли ҳимоя қилишга йўл бермайдиган тасодифий сонлар кўрсаттичи ишлатилади. Шунинг учун бизнес билан шуғулланишнинг дастлабки даврида маълумотларни ҳимоя қилиш муаммоларини мустақил ҳал қилиш тавсия этилади. Ўта муҳим маълумотларни ҳимоя қилиш учун юқори малакали махсус мутахассислар хизматига мурожаат қилиш керак.

III б ў л и м

Тадбиркорликнинг молиявий жиҳатлари

17. КИЧИК БИЗНЕСНИ МОЛИЯЛАШ ВА КРЕДИТ БИЛАН ТАЪМИНЛАШ ХУСУСИЯТЛАРИ

17.1. Молиявий ресурслар ва молиявий капиталнинг моҳияти ва тузилиши

Бизнеснинг асосини, шунингдек унинг кичик кўринишларини молиявий сармоялар ва молиявий захиралар ташкил қилади. Хўжалик юритувчи субъектнинг молиявий захираларини унинг ихтиёрида бўлган пул воситалари ташкил қилади. Улар хўжалик фаолиятининг турли тармоқларига юборилади: воситачи ва молиявий хизматлар, савдо-сотиқ хизматлари, инвестиция ва инновация лойиҳалари. Нақд пулнинг етишмовчилиги кичик бизнес истиқболини, уни ҳаёт топиш эҳтимолини, унинг молиявий эпчиллигини пасайтиради ва синишига олиб келади. Чунки етарли миқдорда нақд пулнинг бўлмаслиги банкларни қарз бермаслигига олиб келади. Хўжалик фаолиятини ривожлантириш учун ишлатиладиган молиявий захиралар (хомашё сотиб олиш, яримтайёр маҳсулотлар, меҳнат ускуналари, ишчи кучи) пул кўринишидаги сармоядир. Шундай қилиб молиявий менежментда тавсифланиши бўйича сармоя бу молиявий захиранинг бир қисмидир.

Сармоянинг умумий ифодаси:

$$Д \rightarrow Т \rightarrow Д_i$$
$$П \rightarrow Т \rightarrow П'$$

бу ерда: П — инвестор томонидан қарзга берилган пул маблағи.

Т — маҳсулот (тадбиркорлик фаолияти учун сотиб олинган ускуна, ишчи кучи ва хўжалик юритишни бошқа қисмлари).

П' — инвестор томонидан хўжалик фаолиятини юритиш натижасида ва қўшимча маҳсулотни сотишдан олинган пул маблағи.
(П' — П) — инвесторнинг фойдаси ёки қўшимча маҳсулот.
(П' — Т) — маҳсулот сотувидан ёки хизмат кўрсатишдан тушган пул.
(П — Т) — инвесторни хўжалик ускуналарни сотиб олишга сарфланган харажати.

Молиявий сармояни ишлатишни юқорида келтирилган жадвалда хўжалик тизимига қўйиладиган пул маблағлари тўла сарфланмайди, фақат қарзга берилади ва айланиб фойда билан инвесторга қайтиб келади. (П) молиявий захиралар сармояси қўшимча фойда келтириши учун у кўпроқ айланиши керак.

бу ерда: m — инвесторнинг фойдаси.

Йилига сармоя қанча кўп айланса инвестор йиллик даромади шунча кўп бўлади.

Молиявий захиралар сармоясини тузилишига шунингдек асосий фондлар, айланма фондлар, муомила фондларига қўйилган пул маблағлари киради. Асосий фондлар — меҳнат қуроллари йиғиндисининг қимматли кўриниши. У молиявий кўринишини ўзгартмасдан ишлаб чиқариш ва хўжалик корхона чегарасида фаолият кўрсатади ҳамда ўз қийматини қайтадан яратилган маҳсулот қийматига ўтказади.

Айланма фондлар — корхона ишлаб чиқариш фондининг бир қисмини ташкил қилади. У бир ишлаб чиқариш даврида (циклида) ишлатилади ва ўз қийматини ишлаб чиқариладиган маҳсулотга тўлалигича ўтказади. *Муомила фондлари* тайёр маҳсулотни истеъмолчиларга юборилгани, лекин тўланмагани, банк ва касса ҳисобидаги пул маблағини ўз ичига олади.

Номоддий активлар — ҳисоб-китоб тоифаси. Номоддий воситаларга физик хусусиятларга эга бўлмаган, аммо корхона активига қўшилган ва одатда унинг фойдаланиш муддати даврида амортизация тўловларини талаб қилади. Уларга қуйидагилар киради: Патентлар, лицензиялар, ноу-хоу, авторлик ҳуқуқлари ва бошқа интеллектуал мулк, шахсий мулкчиликка ва ердан, фойдали қазилмалардан ва савдо марказларидан, ЭҲМ программавий таъминотидан ва бошқалардан узоқ давр фойдаланиш. Уларнинг бир қисми ўзининг дастлабки нархини йўқотади ва вақт ўтиш мобайнида фойда келтиради.

Номоддий воситаларни сотиб олишни товар ва маҳсулот сотишдан, иш бажариш ва хизматдан келган фойда ҳисобига ҳамда банк кредити, жисмоний юридик шахсларни қайтарилмайдиган бадаллари ҳисобига молия билан таъминланилади. Оддий воситалар уларни сотиб олиш қийматлари билан ҳисобга олинадилар, уларга қўшимча (бевосита) харажатлар, баъзи бир объектларни тартибга келтириб хўжалик фаолиятига киритиш учун қилинган харажатлар қўшилади.

17.2. Кичик бизнеснинг молиявий ресурс манбалари

Унча кўп бўлмаган янги ишбилармонлар ўз ишларини ўзлари молия билан таъминлайдилар. Кўпчилик кишилар оз миқдорда бўлса ҳам ташқи манбаларга муҳтож бўладилар.

Пул ресурсларининг 4 та тоифаси мавжуд:

1. *Савдо кредити.* Бу турдаги «Пул» тўғри маънода заём воситаси ҳисобланмайди. Ҳақиқатдан бу товарлар қиймати ҳисобланади. Уни сизнинг етказиб берувчиларингиз сизга пул тўламасдан қарз қилиб берадилар ва қарзни эслатилган муҳлатларда тўлаш шарти билан.

2. *Қисқа муддатли кредит.* Банклар ва бошқа кре-

дит берувчилар, бу каби кредитлар махсус мақсадлар — муддатли кредитлар эҳтиёт сифатида келгуси мавсумда сотиш учун берилади. Бу каби кредит учун қарз бир йилга етмасдан узилади.

3. *Узоқ муддатли кредит.* Бу заёмлар бир йилдан ортиқ муддатга корхонани кенгайтириш ёки такомиллаштириш учун берилади.

4. *Акционерлик капиталда инвесторнинг қатнашиши.* Бу каби ресурслар қайтарилмайди. Сиз воситаларни оласиз ва фойданинг бир қисмини инвесторга берасиз. Бошқача қилиб айтганда, сиз ўз корхонангизнинг бир қисмини сотасиз.

Пул маблағларини қаердан олиш мумкин?

Молиявий таъминлашнинг имконли манбалари қуйидагилардир:

- тижорат банклари;
- молиявий компаниялар;
- инвестицион компаниялар;
- инвестицион фондлар;
- кредит идоралари;
- харидорлар;
- маҳсулот берувчилар;
- дўст ва танишлар.

Пулларни қаердан олиш мумкин?

Молиявий таъминнинг имконли манбалари қуйидагилардир:

- тижорат банки;
- молиявий компаниялар;
- инвестицион компаниялар;
- инвестицион фондлар;
- кредит идоралари;
- харидорлар;
- маҳсулот берувчилар;
- дўст ва танишлар;
- хайрия ташкилотлари;
- транс компаниялар ва банкларнинг траст бўлинмалари;
- давлат, халқаро ва жамият ташкилоти ва идоралар, кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш дастурида иштирок этувчилар (уларнинг марказий ва маҳаллий идоралари);

- ишловчилар;
- дастгоҳ ишлаб чиқарувчилар;
- суғурта компаниялари;
- нафақа фондлар;
- хусусий инвесторлар;
- молиявий маслаҳатчилар.

Кимга ва қаерга мурожаат қилиш керак?

Кенг тарқалган молиявий манбалар:

Банклар — банклардан ссуда олиш ниҳоятда содда. Сизга пул савдо операцияси ўтказиш учун бемалол, аммо янги корхона бунёд этиш учун бемалол эмас. Демак, сизга банкни ишонтириш керак, сиз ҳаммасини яхши ўйлагансиз ва ўз ишингизни ташкил қилишга астойдил ҳаракатга тушасиз. Бу ишда сизга ишлаб чиқарилган бизнес режангиз қўл келади.

Қуйидаги масалаларга алоҳида диққат-эътибор қилишингиз керак.

- Олинган воситалар қандай ишлатилади?
- Қарз қандай қилиб тўлаб берилади?
- Кредит олиш учун қандай таъминот таклиф этилиши керак.
- Ўзингиз танлаган фаолият учун зарур тажриба ва тайёргарликка эгамисиз?
- Бошқарув ходимларининг ва етакчи мутахассислар иши қандай?
- Ушбу бизнес соҳасининг узоқ муддатли келажак тараққиёти қандай?

Инвестицион фондлар ҳиссадорлик юқори ўсиш потенциалига эга, кичик корхоналар капиталига бадаллар тўлаш мумкин. Кўплари аниқ тармоқ, жуғрофик ноҳия, технологиялар бўйича ёки маълум ҳажм учун инвестиция лойиҳасига ихтисослашадилар. Улар билан келишув пайтида қуйидагиларни эсда тутиш зарур: инвестицион фондни бир кунда кўриб чиқиш учун 30 дан ортиқ буюртмани ва бизнес-режани қабул қилиш мумкин, улардан 10 % гина ўқиб чиқилади. Ўқиб чиқилганлардан фақат бир нечасигина яна давом этиб ўқиш учун жўнатилади ва жуда озлари молия олиши мумкин.

Демак:

- Сизнинг бизнес-режангиз ҳар томонлама касбий

устунликка эга бўлиши учун ҳамма нарсани қилиш, у аниқ тушунарли ёзилган бўлиши керак.

- Корхонани тугатиш режасини тайёрлашда «тавакқалчи» инвестор сизни бизнесдан қандай чиқишингизни аниқ билиши керак. Кўпчилик инвестицион фондлар «Етук» даражага эришган пайтда пулни юқори ўсиш потенциалига эга корхоналарга жойлаш одатига эга.

Давлат ва жамият ташкилотлари. Бугунги кунда кичик бизнесни қўллашни ўзларининг асосий вазифаси деб ҳисоблайдиган давлат ва жамият ташкилотларининг сони кўпаймоқда. Улар фақат молиявий ёрдам қилмасдан балки (қоида бўйича имтиёзли кредит шаклида) хоналар қидириб топишади, ходимларни ўқитиш ва бошқа ишларда ёрдам беради.

Бу каби ташкилотларга қўллаш учун мурожаат қилишдан олдин уларни ўзига хос талабларини билиш керак, кўплари улар учун керакли соҳалардаги кичик корхоналарга ёки алоҳида ижтимоий гуруҳларга захирага бўшатилган ҳарбийларга ёрдам кўрсатади.

Капитални жалб қилишнинг бошқа имкониятлари ҳам бор. Масалан, ихтирочи инвесторлар гуруҳидан молия олиш мумкин, бунинг учун у агар иши юришмай қолганда ўзининг ишлаб чиққан технологиясига эгалик ҳуқуқини уларга топшириши керак. Хорижий молия манбалари мавжуд. Масалан, хорижий фирмалар, улар бошқа давлатларга инвестиция қилиш имкониятларини фаол ўрганмоқдалар.

17.3. Капитал инвестицияси ва унинг турлари

Кичик бизнеснинг ишбилармонлик тизимлари томонидан молия ресурслари кундалик харажатларини ва инвестицияни молия билан таъминлашда ишлатилади.

Инвестиция — бу молиявий ресурсларни турли фаолият, асосан ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун узоқ муддатли капитал киритиш шаклида бевосита корхонани қўшимча фойда олиш ёки корхона, компания ишига таъсир кўрсатиш ниятида қимматбаҳо қоғозларни сотиб олишда ишлатилади. Инвестициялар молиявий (қимматбаҳо қоғозлар билан боғлиқ операциялар),

- ишловчилар;
- дастгоҳ ишлаб чиқарувчилар;
- суғурта компаниялари;
- нафақа фондлар;
- хусусий инвесторлар;
- молиявий маслаҳатчилар.

Кимга ва қаерга мурожаат қилиш керак?

Кенг тарқалган молиявий манбалар:

Банклар — банклардан ссуда олиш ниҳоятда содда. Сизга пул савдо операцияси ўтказиш учун бемалол, аммо янги корхона бунёд этиш учун бемалол эмас. Демак, сизга банкни ишонтириш керак, сиз ҳаммасини яхши ўйлагансиз ва ўз ишингизни ташкил қилишга астойдил ҳаракатга тушасиз. Бу ишда сизга ишлаб чиқарилган бизнес режангиз қўл келади.

Қуйидаги масалаларга алоҳида диққат-эътибор қилишингиз керак.

- Олинган воситалар қандай ишлатилади?
- Қарз қандай қилиб тўлаб берилади?
- Кредит олиш учун қандай таъминот таклиф этилиши керак.
- Ўзингиз танлаган фаолият учун зарур тажриба ва тайёргарликка эгамисиз?
- Бошқарув ходимларининг ва етакчи мутахассислар иши қандай?
- Ушбу бизнес соҳасининг узоқ муддатли келажак тараққиёти қандай?

Инвестицион фондлар ҳиссадорлик юқори ўсиш потенциалига эга, кичик корхоналар капиталига бадаллар тўлаш мумкин. Кўплари аниқ тармоқ, жуғрофик ноҳия, технологиялар бўйича ёки маълум ҳажм учун инвестиция лойиҳасига ихтисослашадилар. Улар билан келишув пайтида қуйидагиларни эсда тутиш зарур: инвестицион фондни бир кунда кўриб чиқиш учун 30 дан ортиқ буюртмани ва бизнес-режани қабул қилиш мумкин, улардан 10 % гина ўқиб чиқилади. Ўқиб чиқилганлардан фақат бир нечасигина яна давом этиб ўқиш учун жўнатилади ва жуда озлари молия олиши мумкин.

Демак:

- Сизнинг бизнес-режангиз ҳар томонлама касбий

устунликка эга бўлиши учун ҳамма нарсани қилиш, у аниқ тушунарли ёзилган бўлиши керак.

- Корхонани тугатиш режасини тайёрлашда «тавакалчи» инвестор сизни бизнесдан қандай чиқишингизни аниқ билиши керак. Кўпчилик инвестицион фондлар «Етук» даражага эришган пайтда пулни юқори ўсиш потенциалига эга корхоналарга жойлаш одатига эга.

Давлат ва жамият ташкилотлари. Бугунги кунда кичик бизнесни қўллашни ўзларининг асосий вазифаси деб ҳисоблайдиган давлат ва жамият ташкилотларининг сони кўпаймоқда. Улар фақат молиявий ёрдам қилмасдан балки (қоида бўйича имтиёзли кредит шаклида) хоналар қидириб топишади, ходимларни ўқитиш ва бошқа ишларда ёрдам беради.

Бу каби ташкилотларга қўллаш учун мурожаат қилишдан олдин уларни ўзига хос талабларини билиш керак, кўплари улар учун керакли соҳалардаги кичик корхоналарга ёки алоҳида ижтимоий гуруҳларга захирага бўшатилган ҳарбийларга ёрдам кўрсатади.

Капитални жалб қилишнинг бошқа имкониятлари ҳам бор. Масалан, ихтирочи инвесторлар гуруҳидан молия олиш мумкин, бунинг учун у агар иши юришмай қолганда ўзининг ишлаб чиққан технологиясига эгалик ҳуқуқини уларга топшириши керак. Хорижий молия манбалари мавжуд. Масалан, хорижий фирмалар, улар бошқа давлатларга инвестиция қилиш имкониятларини фаол ўрганмоқдалар.

17.3. Капитал инвестицияси ва унинг турлари

Кичик бизнеснинг ишбилармонлик тизимлари томонидан молия ресурслари кундалик харажатларини ва инвестицияни молия билан таъминлашда ишлатилади.

Инвестиция — бу молиявий ресурсларни турли фаолият, асосан ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун узоқ муддатли капитал киритиш шаклида бевосита корхонани қўшимча фойда олиш ёки корхона, компания ишига таъсир кўрсатиш ниятида қимматбаҳо қоғозларни сотиб олишда ишлатилади. Инвестициялар молиявий (қимматбаҳо қоғозлар билан боғлиқ операциялар),

ҳақиқий (маблағларни узоқ муддатта моддий ишлаб чиқаришга киритиш), ақлий (интеллектуал), (ноу-хоу, илмий ишлар) бўлишлари мумкин. Бундан ташқари инвестициялар тавакаллик (венчурли), тўғри, портфелли, аннуитет турларига бўлинади ва шу жиҳатдан фарқланади.

Венчурли капитал — бу таваккалчилик капитал киритишни белгилаш учун ишлатилади, у ўзини янги акциялар чиқарувчи инвестиция шаклида кўрсатади. Булар янги акциялар чиқарувчи инвестиция шаклида ўзини кўрсатади. Бу ерда дивертификация кенг меъёрда ишлатилади.

Тўғри инвестициялар — бу хўжалик юритувчи субъектнинг низом капиталига киритилган маблағдир ёки янгидан бунёд этилаётган корхона учун фойда кўриш ниятида ва ушбу ишбилармонлик тизими бошқарувини бошқаришда қатнашиш ҳуқуқини қўлга киритиш учун ишлатилади.

Портфел инвестицияси — бу фойда олиш мақсадида саноат, қишлоқ хўжалик, транспорт, кредит ва бошқа корхоналарга узоқ муддатли капитал маблағини киритишдир.

Аннуитет — омонатчига вақт-вақти билан тўланадиган пул маблағидир (бадал, рента ёки фойда). Унинг қуйидаги турлари мавжуд: аннуитет инвестицион режа билан — суғурта рентасини капитал маблағ билан қимматбаҳо қоғоз сотиб олишга сарфланганда ҳосил бўлади. Бу ерда суғурта қилинган шахс ҳар йилги белгиланган фойдани ҳамда қимматбаҳо қоғоздан келган фойдани олади.

Ҳар йилги аннуитетлар — суғурталанганларга йиллик бадалларни тўлаш.

Бўлинувчи аннуитет — суғурталанган шахсни вақтидан кейин меросхўрлар орасида тақсимланувчи даромад.

Кечиктирилмайдиган аннуитет (рента) — суғурта шартномаси тузилгандан кейинги тўланиши бошланган йиллик даромад.

Кечиктирилган аннуитет — (рентаси) — суғурта шартномаси тузилгандан сўнг маълум муҳлат ўттандан кейин тўланадиган йиллик даромад.

Гуруҳли аннуитет — даромад ягона суғурта шартномаси асосида бир неча физик ва юридик шахсларга

тўланадиган даромад бўлиб сўнг улар орасида тақсимланади.

Кичик бизнесда инвестицияни юридик ёки жисмоний шахслар, таваккалчилик даражасига нисбатан инвесторларга, янги бизнес ташкилотчиларига, олибсотарларга ва ўйинчиларга бўлиниб амалга оширилади.

Инвестор — бу қарор қабул қилувчи ва ўзининг шахсий, қарзга олинган маблағларини ва бошқа жалб қилинган мулкий ва маданий бойликларини инвестицион лойиҳага киритувчи жисмоний ва юридик шахсдир. У омонатчи ва қарз берувчи ролида чиқиши мумкин бўлиб амалга оширувчи инвестицияларнинг йўналишини, самарасини эркин ҳолда аниқлайди. Инвестор қарори билан инвестицияларга эгалик қилиш, ишлатиш, фойдаланиш ҳуқуқи ва уларнинг натижалари билан жисмоний ва юридик шахсларга қонунда кўрилган тартибда бериши мумкин.

Янги бизнес ташкил этувчи — бу ўзининг хусусий капиталини маълум таваккалчилик билан ишга жалб қилувчи ишбилармондир.

Савдогар — бу олдиндан ҳисобланган маълум таваккалчиликка боришга тайёр шахсдир. Инвестордан фарқли равишда савдогар ўз пулларини бирор ишга қисқа муддатда киритади.

Янги бизнес муваффақиятли тараққиёт топса у ўз пулларини киритишни янги йўналиш вариантларини белгилайди. Шу билан бирга янги бизнес ташкилотчилари ва савдогарлар, қоида бўйича шартнома ва қиймматбаҳо қоғозларни олиб сотувчилар бир-бирисиз кун кўра олмайди. Чунки иккинчилари биринчилари фаолиятини молия билан таъминлайди.

Ўйинчи-тажовузли инвестор. У ўзининг инвестицион фаолиятини у катта таваккалчиликка юз тутади ва асосан акцияларни, камроқ облигацияларни сотиб олади.

17.4. Инвестиция ва даромадларни дисконтлаштириш

Кичик бизнесда унинг молия ресурслари ичида катта ҳажмда нақд пуллар бўлиши мумкин. Шунинг учун пул масаласини сотиб олиш қобилиятини аниқлашда муҳими вақт омилини ҳисобга олишдир. Пул восита-

лари бир хил номинал қийматта эга бўла туриб ҳозирги вақтда ва маълум вақт ўтганда ҳар хил сотиб олиш қобилиятига эга бўлади. Масалан: ўртача йиллик инфляция миқдори 15 фоиз бўлганда, йил бошидаги пул массаси 10 миллион сўм бўлса уни сотиб олиш қобилияти 8 млн. 500 минг сўм бўлади. Шунинг учун ишбилармон иложи борича нақд пулни камроқ ушлаб туриши, уларни айланишга киритиши керак. Пуллар иложи борича тезроқ янги пул маблағларини келтириши муҳимдир.

Пулларни ишлатиш усулларининг энг соддаси — уларни банкда сақлашдир, бунинг учун омонатчи муддатли ва муддатсиз омонатлари учун фоиз олади. Товар ишлаш, хизмат кўрсатиш, янги маҳсулот яратиш, қимматбаҳо қоғозлар сотиб олиш ва бошқалар учун инвестицияни ишлатиш, фақат банкда сақлангандан юқори дисконт ставкаси бўйича тоза (солиқларни тўлагандан сўнг) фойда олиш мумкин бўлганда афзалроқдир.

Дисконтлаштириш — бу ҳар хил йиллардаги иқтисодий кўрсатгичларни вақт бўйича солиштириш турига келтиришдир. Ушбу операция шунга асосланганки, ҳар қандай келажакда олинадиган пул маблағи айланишга киритилиб, фойда келтиришга мажбур қилинса, унда уч йилдан сўнг пул миқдори фақатгина сақланиб қолмасдан балки кўпайиши ҳам мумкин. Инвестициялардан келадиган даромадни дисконтлаштириш — бу келажакда олинадиган умумий пул қийматини ҳозирги пул қийматига нисбатан аниқлашдир.

Ўстирилган пулни аниқлаш ва дисконтни ҳисобга олиб қўшимча даромадни аниқлашда қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$Fc = Pc(1 + i)n$$

Бу ерда: *Fc* — келажакдаги пул маблағи (кутилган қиймати), сўмда.

Pc — пулнинг бошланғич (ҳозирги, жорий) қиймати, сўмда.

(1+i) — дисконт коэффициенти, яъни даромадли меъёри ёки фоиз қийматининг биринчи бўлаги.

n — даромадни жамғарилишидаги йиллар сони ёки капитал айланишлари сони.

$$Д = Рс\ (1+i)n - Рс$$

бу ерда: Д — қўшимча даромад, сўм

Мисол. Иккита вариантдаги инвестициялаш фараз қилинади. Биринчи вариант бўйича агар 100 млн. сўм маблағ киритилиб, ҳар йили 10 фоиздан фойда олинса, режалаштирилган даромад: 100 млн. сўм х $(100\% + 10\%)^1$ ёки шу 100 млн. сўм х $(1+0,1) = 110$ млн. сўм. Икки йилдан сўнг 100 млн.х $(1+0,1)^1 = 121$ млн. сўм ва ҳоказо.

Иккинчи вариант бўйича 100 млн. сўм киритилса, даромад 3 ойдан сўнг 2,5 фоизга тенг бўлади. Иккинчи вариант фойдалироқдир, чунки 3 ойдан кейинги даромадни олиб яна айланишга киритилса қўшимча даромад келтириши мумкин.

Бир йилда тўрт маротаба айланса 100 млн. сўм х $(1+0,025) = 110,38$ млн. сўм даромад олинади. Икки йилдан сўнг — 100 млн. сўм х $(1+0.025) = 121,64$ млн. сўм.

Биринчи ҳолатдаги қўшимча даромад биринчи йилда 100 млн. сўм $(1+0,1)$ — 100 млн. сўм = 10 млн сўмга. Иккинчи йилда 100 млн. $(1+0,1)$—100 млн. сўм = 21 млн. сўм. Иккинчи вариантда юқоридаги миқдорлар 10,38 млн. сўм ва 21,64 млн. сўмга тенг.

Мураккаб фоизлар формуласи аввалги бошланғич миқдорини ҳисоблашга Рсни фоиз қийматини аниқлашга имкон яратади. Шундай қилиб:

$$Рс = Fc/Рс(1+i)n;$$
$$i = Fc/Рс - 1$$

Мисол: Уч йилдан сўнг 100 млн. сўмга эга бўлишни хоҳлаган инвестор банкка маълум миқдордаги пул маблағини 150 фоиз йиллик даромад билан қўйди.

Ушбу маблағнинг миқдори қанча бўлмоғи керак?

Рс = 100 млн. сўм / $(1+1,5)$ = 6,4 млн. сўм.

Демак дастлаб қўйилган маблағ 6,4 млн сўмга тенг бўлиши керак.

Бошқа инвестор 300 млн. сўмга эга. У бу миқдорни икки йилдан сўнг 6 марта кўпайтириш ниятида, шунинг учун қандай йиллик даромад фоизи билан ўз молиявий ресурсларини қўйиши керак.

i = (1800 минг сўм/300 минг сўм) — 1=1,45 ёки 145%

Шундай қилиб қўйилган масалани ечиш учун капитални банкка ёки компанияга йиллик даромади 145 фоиздан кам бўлмаган ўлчамда қўйиш зарур.

17.5. Кичик бизнесни кредит билан таъминлаш шакллари

Кичик бизнеснинг ишбилармонлик таркибларини кредит билан таъминлаш — бу уларга молиявий пул ёки товар шаклидаги воситаларни маълум муддатга хўжалик фаолиятини амалга ошириш учун беришдир. Кредит билан таъминлашни қуйидаги турлари мавжуд:

- Хўжалик юритувчи субъектларга пул ссудаларини ёки товарни капитал ўрнида тўғридан-тўғри бериш шакли.
- Ҳисоб-китоб турларидан бири сифатида кредит билан таъминлаш, яъни тўлов муҳлати узайтирилганлиги ҳисоби билан.

Бу ерда «Кредит» тушунчаси кенг маънога эга. *Биринчидан:* Кредит тўлаш ва фоиз тўлаш шарти билан ссуда кўринишида пул ёки товар шаклида бўлиши мумкин. Юридик ёки жисмоний шахслар қарзга восита берувчилар — кредиторлар, олувчилар — *заёмчилар* деб аталади. Кредитнинг асосий вазифаси пул воситаларини қайтариб бериш шарти билан корхоналар, ташкилотлар, тармоқлар ва ноҳиялар орасида тақсимлаш ва вақтинча бўш пул маблағларини самарали ишлатишдан иборатдир. Кредитни бошқа вазифаси бу ҳақиқий пулларни кредит пулларига (банкнотлар) ва кредит операцияларига (нақд пулсиз ҳисоб-китобга) алмаштиришдан иборат.

Иккинчидан: Кредит ўзини ссуда капитали ҳаракати шаклида намоён этади. Пул ёки товар шаклидаги ссуда қайтарилиши ва тўловли шарти билан кредитор ва заёмчи орасидаги иқтисодий муносабатни акс эттиради. Кичик бизнесда кредит билан таъминлаш кенг шаклларда тасаввур этилади бу ерда қуйидаги кредитлар ишлатилади: тижорат, банк, давлат, истеъмолчи, халқаро. Уларнинг ҳаммаси кредит берилиш муддатига қараб қисқа муддатли (бир йилгача), ўрта муддатли

(бир йилдан уч йилгача) ва узоқ муддатли (уч йилдан ортиқ) бўлиши мумкин.

Тижорат кредити — товар шаклида (берилувчи) сотувчилар томонидан харидорларга берилувчи кредит бўлиб сотилган товарни қийматини орқароқ суришдан иборатдир. Натижада ҳисоб-китоблар вексель ёки очиқ ҳисоб билан амалга оширилади. Биринчи ҳолатда харидор товар ҳужжатларини олганидан сўнг ўтказилиш сотувчи томонидан қўйилган вексельни (траттани) талаффуз этади ёки оддий вексель расмийлаштиради. Иккинчи ҳолатда сотувчи харидорнинг қарз мажбуриятларини олмайди ва қарз бўйича ҳисоб очади. Қарзни узиш даврий тўловлар сифатида қисқа муддатларда (1—2 ой) амалга оширилади.

Тижорат кредитига бўлган зарурат капитални ишлатиш ва муомила вақтини бир-бирига тўғри келмаслиги натижасида келиб чиқади. Бу ерда товарни кредитта сотиш ишлаб чиқариш жараёнининг узлуксизлигига ёрдамлашади, капитални айланишини тезлашишини ва фойдани кўпайишини таъминлайди. Ушбу шаклдаги кредит одатда қисқа муддатли бўлади.

Банк кредити ишбилармон ва корхоналарга пул ссудаси кўринишида берилади.

Банк ссудаси — бу корхона, ташкилотларнинг алоҳида фуқароларнинг вақтинча бўш воситалари бўлиб банк томонидан шартнома асосида, уларнинг розилиги билан жалб қилинади ва ссуда фонди ташкил бўлади. Кредит олиш учун кредит олувчи ва заёмчи томонидан кредит шартномаси тузилади, у ўз ичига қуйидагиларни олади. Кредит тури, миқдори, унинг берилиш тартиби ва муддати, кредит бериш шарти, фоиз тўловининг миқдори, ҳар иккала томон жавобгарлиги, кредитор ва заёмчилар тўғрисидаги маълумотлар.

Кичик бизнес тараққиёти учун Давлат кредити давлат бюджетидан энг муҳими замонавий ишбилармонлик лойиҳаларини амалга ошириш бўйича тасдиқланган дастурлар асосида берилади.

Истеъмолчи кредити — бу кредит шаклида қарз олувчи сифатида юридик шахс, қарз берувчи сифатида кредит идораси, корхона ва ташкилот чиқиши мумкин. Бу кредит шакли халқнинг истеъмол талабини

қондириш воситаси сифатида хизмат қилади ва пул ёки товар шаклида бўлиши мумкин.

Халқаро кредит — бу халқаро иқтисодий муносабатлар соҳаси бўлиб, у турли давлатлар кредиторлар ва қарз олувчилари орасида ссуда бериш, ишлатиш ва уни узиш бўйича фоиз тўлаш билан амалга оширилади. Бу турдаги кредит кичик бизнесни тараққиёт топтириш учун давлатлараро банклар ва фирмалар томонидан халқаро ёрдам шаклида берилади. Халқаро кредит ўлчами ва уни бериш шарти кредит берувчи ва олувчилар ўртасидаги кредит шартномасида ўз аксини топади. Фирманинг нуқтаи назарида бериш ва таъминлашда қуйидаги кредитлар бўлиши мумкин: Товар, валюта, таъминланган (товар, тижорат ҳужжатлари билан ва бошқа қийматлар билан) ва таъмин этилмаган (банк) кредитлар. Қарз олувчилари бўйича кредитлар *шахсий*, *давлат* ва *молиявий* бўлиши мумкин. Кредитнинг асосий шартли ҳисоб-китоб тури бўлиб (тўлаш муддати узайтирилган ҳисоб) фирма кредити, вексель (ҳисобли) ва факторинг ҳисобланади.

Фирма кредити — бу кредит бериш шаклида мол берувчи ва сотувчи тўлаш муддати узайтирилган кредитни харидорга беради. Бу каби кредит шаклининг бирдан-бир мисоли маҳсулотни истеъмолчига аванс беришдир, аванс берувчига шартномага қўл қўйилгандан сўнг ўтказилади. Вексель кредити — бу векселни банк томонидан сотиб олиш, (ҳисобли) вексель эгасидан тўлаш муддати келмасдан сотиб олишдир, яъни вексел эгаси банкдан муддатидан илгари векселда кўрсатилган пул миқдорини, тижорат тўловларини, ҳисоб тўловини ва бошқа харажатларни айиргандан кейингисини олади.

Факторинг — бу айланувчи воситаларни кредит билан таъминлашда ўртада турувчининг фаолияти туридир. Ўртада турувчи компания (банк) маълум тўлов эвазига ишбилармонлар таркибидан харидорлардан унинг ҳисобига олинадиган пул маблағини олиш ҳуқуқига эга бўлади (дебиторлик қарзини инкассага қўшиш ҳуқуқи). Шу билан бирга ўртада турувчи мижозни айланувчи воситасини кредит билан таъминлайди ва унинг кредит ва валюта таваккалчилигини ўз зиммасига олади. Ўртада турувчи товар сотувчининг

ўзаро муносабатлари факторинг бўйича шартнома билан тартибга солинади.

Очиқ ҳисоб бўйича кредит билан таъминлаш — бу сотувчини доимий харидорига таъмин этмасдан ва тез фоиз тўламасдан тўлов муддати узайтирилган шаклдаги кредитидир. Сотувчи харидорга товарни унинг манзилгоҳига товар тақсимлаш ҳужжатлари билан қарз миқдорини харидор номига очилган дебет ҳисобига ўтказади. Харидор шартномада қурилган муддатларда ўз қарзини очиқ ҳисоб бўйича узиб боради.

Овердрафт — қисқа муддатли кредитлаш шакли бўлиб банклар амалиётида ишлатилади. У Англияда пайдо бўлади. Овердрафтнинг мазмуни шундан иборатки, одатда банкнинг ишончли мижозига маълум чегарада чеклар билан қарз тўлаш ҳуқуқи берилади. Бу каби операция натижасида манфий баланс бунёд бўлади, яъни дебиторлик сальдоси — (мижозни банкка қарзи). Банк ва мижоз ўзаро шартнома тузиб унда овердрафтнинг энг катта миқдори, кредит бериш шарти, уни қайтариш тартиби ва овердрафт учун фоиз миқдори белгиланади.

18. КИЧИК БИЗНЕСДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЛОЙИҲАВИЙ ТАҲЛИЛИ

18.1. Инвестицион лойиҳалар таҳлилининг ўзига хос жиҳатлари

Жаҳон банки усули бўйича лойиҳа таҳлили вазифасига лойиҳа қийматини белгилаш киради. Лойиҳанинг қиймати унинг ижобий натижалари қиймати ва салбий натижалар айирмасига, яъни лойиҳа қиймати «фойда — харажат»га тенг.

Лойиҳа қийматини аниқлаш учун уни барча натижаларини баҳолаш ва лойиҳадан олинадиган фойдани уни амалга ошириш харажатларидан устун эканлигини баҳолаш керак бўлади, чунки кўпдан-кўп иморат ва иншоотлар келажакда узоқ даврлар ўтгандан кейин уларни ҳозирги вақтда лойиҳа бўйича зарурий харажатлари билан таққослаш бутунлай мумкин бўлмай қолиши мумкин. Баъзи бир хара-

жатларни ва лойиҳа натижаларини, масалан, қурилиш-монтаж ишларини осон ўлчаш, қийматлаш мумкин бўлади, бошқаларини осон ўлчаш ва қийматлаш етарли даражада қийиндир. Баъзи ходимларни ўқитиш сон ва сифат жиҳатидан ўлчаш мумкин, аммо саноат ишлаб чиқариш ёки қишлоқ хўжалик фаолиятида талаб даражасида ҳақиқий натижаларига баҳо бериш асло мумкин эмас. Ниҳоят баъзи бир лойиҳаларнинг натижаларини, масалан, лойиҳаларини маълум турдаги фаолиятларга таъсирини ўлчаш ҳам, баҳолаш ҳам қийиндир.

Лойиҳа харажат ва натижалари ҳар хил бўлганликлари учун уларни ҳар хил нуқтаи назардан қараш керак. Лойиҳа техник асосланганми? Тижорат бўйича яшовчанми? У ўзини-ўзи оқлай оладими? У иқтисодий асосланганми? Лойиҳа атроф муҳитга қандай таъсир кўрсатади? Лойиҳа маҳаллий ижтимоий ва маданий хусусиятларни ҳисобга олганми? Лойиҳани амалга оширишда ташкилий имкониятлар мавжудми? Шу билан бирга пировард натижада ижобий натижалар жамғарма харажатлардан ортадими ёки йўқми? кабиларни аниқлаш керак. Шунинг учун фойда ва харажатларни таҳлил қилиш учун қуйидаги саволларга жавоб олиш зарур:

— Лойиҳанинг керакли натижаси қандай?

— Турли харажатларни ким тўлайди ва лойиҳанинг ижобий натижаси кимга тегади?

— Лойиҳанинг ижобий натижаси қандай ва қачон намоён бўлади?

— Ҳар хил турдаги фойда ва йўқотишларни лойиҳага алоқадор бўлган ҳар хил гуруҳдаги юридик ва жисмоний шахслар учун жамғариш ва ниҳоят лойиҳани жамғарма қиймати тўғрисида тушунчага эга бўлиш мумкин бўладими?

— Ушбу лойиҳанинг натижаси бошқа ўхшаш ёки мумкин бўлган лойиҳаларга қараганда қандай бўлади?

Лойиҳа таҳлили лойиҳани таъсир қилиши ва ролини ҳар хил нуқтаи назардан қайтадан, уларни ишлаб чиқариш даврида кўриш имконини беради. Қуйидаги берилган саволлар рўйхатига лойиҳани таҳлил даврида жавоб берилиши талаб этилади.

Лойиҳа таҳлилининг етти бўлими.

Лойиҳа фойдаси ва харажатлари қуйидаги тутган ўринлари билан баҳоланадилар:

1. **Техникавий таҳлил:** лойиҳа техника жиҳатидан асосланганми?

2. **Бозор таҳлили:** лойиҳа маҳсулотига талаб борми?

3. **Молия:** лойиҳа молия нуқтаи назардан яшовчанми? Лойиҳа учун қилинган харажатлар истеъмолчи ҳисобига қайтариладими?

4. **Экология:** лойиҳа атроф муҳитга қандай таъсир кўрсатади?

5. **Институционал тараққиёт:** лойиҳа учун жавоб берадиган ташкилот лойиҳани амалга ошириш ва уни ишлатишда раҳбарлик қила оладими?

6. **Лойиҳани ижтимоий ва маданий муносабатларда ишлатилиши.** Лойиҳа маҳаллий шароитларни акс эттирадими? Лойиҳа баъзи бир гуруҳ одамларга салбий таъсир кўрсатадими?

7. **Иқтисод:** лойиҳанинг ижобий натижалари уни амалга оширишдаги ва ишлатишдаги харажатлардан устун келадими? Лойиҳа қандай таваккалчилик билан боғлиқ?

Ҳар қандай янги ахборотни қайта баҳолашда агар у фойдадан холи бўлмаса лойиҳани тайёрлаш даврида қабул қилинган қарорни ўзгартириш учун туртки бўлади. Лойиҳанинг таҳлилини ҳар хил бўлимлари доирасидаги изланишлар лойиҳа вазифаларини ўзаро келишиб бирлашишни ҳисобга олиб борилиши зарур.

Бу вазифалар алоҳида тармоқларни тараққиёт топтириш дастурини, маҳаллий шароитни ва минтақада лойиҳани амалга ошиши таъсирини ҳисоблаб акс эттирилади.

Ушбу вазифаларнинг тавсифига қуйидагилар ҳам боғлиқдир: биринчидан, тадбирлар ўтказилишида давлат ва шахсий манфаатларининг инобат ролини жамият танлови фойдасига (шахсан лойиҳани амалга оширилиши кимга топширилиши) ва иккинчидан давлат лойиҳалари олдида қўйилган мақсадга жамият гуруҳларини ўзаро келишувга эришиши.

18.2 Инвестицион лойиҳа циклари

«Лойиҳа цикли» тушунчасига лойиҳани ишлаб чиқариш ва амалга ошириш босқичлари киради. Жаҳон банки лойиҳалари учун муҳим аҳамиятга эга бўлганлар, 18.1-чизмада олтита босқич кўрсатилган. Вазифаларни белгилашга қуйидагилар киради: ишлаб чиқиш, тажриба ўтказиш, музокараларни амалга ошириш, уларни баҳолаш ва бошқалар.

18.1-чизма. Лойиҳа цикли.

Вазифаларни белгилаш.

Циклнинг биринчи босқичи тараққиёт топтиришнинг муҳим масалаларини бажарилишини таъминлаб, асосий белгиловчи ғояларни танлашда тегишлидир. Лойиҳанинг шу каби ғоялари сонига қурилиш лойиҳаси, кредит билан таъминлаш дастури ва бошқа ишбилармонликни тараққий топтириш, сиёсатни ўзгариши, бошқарувни ўзгариши ва бошқа қўйилган тараққиёт топиш вазифасига эришишни таъминловчи тадбирлар киради. Бу босқичда барча мумкин бўлган иқтисоднинг тараққиёт мақсадини бажарилишини таъмин этувчи ғояларнинг рўйхатини тузиш керак бўлади. Лойиҳа циклининг сўнгги босқичларида ушбу ғоялар аниқлаштирилади ва зарурий қаттиққўллик билан таҳлил қилишга берилади.

Биринчи фазада келтирилган фикрлар албатта тўлиқ ва кенг маънога эга бўлиб, даромадни тақсимлашда

лойиҳа унинг мавжуд нархини оширади. Шундай қилиб, лойиҳанинг биринчи циклида иқтисодни ривожлантиришнинг аниқ мақсад шакли шаклланган, шу тариқада иқтисодий сиёсатда Жаҳон банки билан кўприкча ҳосил бўлади, лойиҳа бўйича Жаҳон банки бир томондан кредит тақдим этади.

Иқтисодий сиёсат таҳлили иқтисодни ривожлантириш дастуридаги мақсадларни баркамоллаштиришда бир қатор лойиҳаларга эга бўлиб, бу лойиҳаларни амалга ошириш учун сиёсат ва бошқарувда бир қатор ўзгаришлар киритиш лозимлиги уқтириб ўтилган.

Лойиҳа таҳлили бу лойиҳаларни баҳолашда муқобил ишлаб чиқаришдаги таққослаш йўли билан ёки сиёсатта ўзгартириш киритиб бошқа қулай йўлини танлаш билан бу лойиҳаларни амалга оширади.

Ишлаб чиқиш.

Лойиҳа ғояси аниқлангач лойиҳанинг биринчи этапдан сўнг (яъни вазифа аниқлангач) ғояни кўриб чиқиш давом эттирилиши зарурми деган саволга жавоб топиш мақсадида қарор қабул қилиниши зарур. Бунинг учун лойиҳани барча параметрлари (яъни ҳар томонлама) узлуксиз аниқлаб кўриб чиқилади, яъни лойиҳани техник характеристикаси, унинг атроф-муҳитта таъсири, самарадорлиги иқтисодий ва молиявий бажарилиши мумкинлиги, махсус ва маданий жиҳатидан маъқуллиги ҳамда ташкилий чоралар бўйича маъқуллиги.

Лойиҳага ишлов бериш жараёнига қуйидагилар киради: бошланғич босқичда тавсия этилган ғояларни янада аниқроқ ўрганиб чиқиб, бир неча хил текширишлар ўтказилиши мумкин, шулар жумласидан: лойиҳалаш, тузиш, иқтисодий ва молиявий жиҳатларини кўриб чиқиш, маъмурий бошқаришни ўрганиб чиқиш. Буларнинг ҳаммаси лойиҳани бажарилишига, кейинчалик ундан унумли фойдаланишга атроф муҳитни муҳофаза бўйича муқобил вариантини топиш, лойиҳани маҳаллий аҳолига таъсири ва ҳоказо. Биз лойиҳани қанчалик ҳар томонлама кўриб чиқсак, маъқул бўлмаган лойиҳалардан қутилиб энг зарур ва маъқул лойиҳа устида тўхташимиз мумкин бўлади.

Текшириб чиқиш.

Мутахассислар хулосаси.

Текшириб чиқиш — лойиҳага молиявий пул ажратишдан олдин ўтказиладиган охирги баҳо ҳисоблана-

ди. Лойиҳани кўриб чиқишнинг хулосасида ушбу лойиҳанинг мақсадга мувофиқлилиги, ҳаётга тадбиқ этиш мумкинлиги, ҳамда ундан келажакда кўп фойда келтириши мумкинлиги аниқлаб чиқилади. Текшириб чиқиш вақтида асосий эътибор энг яхши вариантига ҳамда унинг иқтисодий самара, ажратиладиган харажатлар, бошқаришдаги ўзгаришлар ва ҳоказо, хуллас лойиҳани амалга оширишдаги ишлар кўриб чиқилади.

Келишув жараёни.

Маслаҳатлашиш жараёнида банк ва қарз олувчи лойиҳа бажарилишини таъминлашга алоқадор чора-тадбирларни кўриб чиқадилар. Ўзаро маслаҳатлашиш натижасида бир қарорга келишгач, ушбу қарор юридик мажбурият кучига киради ва у кредит олишда ҳужжат ҳисобланади. Маслаҳатлашиш тугагач, текшириб кўриш акти (далолтаномаси) ва тайёрланган ҳужжат Банк бошқарувчисининг маърузаси билан бирга кредитларни тақсимловчи директорларга кўриб чиқишга юборилади.

Амалга ошириш.

Бу босқичда лойиҳа керакли ташкилотларга тарқатилади. Амалга ошириш этапида барча кўринишдаги ишлар кузатиб борилади ва назоратта олинади, ҳамда ишлар қайси мамлакатда бажариладиган бўлса, шу ердаги маъмурий орган ва инспекторлар томонидан кузатиб борилади. Текшириш тартиблари маслаҳатлашиш стадиясида келишиб олишиши керак.

Баҳолаш.

Баҳолаш этапида қуйидагилар аниқланади: кейинги лойиҳалардан фойдаланиш учун, лойиҳа мақсади аниқланганлик даражаси баҳоланади ва тажриба хулосалари аниқланади. Бу этап давомида лойиҳани бажаришдаги ҳақиқий натижалар яъни режалаштирилган бўлса шундай бажарилаяпти. Мустақил молиявий муассасалар, масалан Жаҳон банки ўзларига лойиҳаларни баҳолашни қоида қилиб олганлар.

18.3. Инвестицион лойиҳа менежменти

Инсонлар лойиҳа мақсадига эришиш учун аниқ мақсад билан ишламасалар ҳеч қайси лойиҳа самарали бўлмайди. Қачонки лойиҳа менежери кўпчилик ишловчиларга раҳбарлик ва ташкилотчилик қилиб, зарур

томонга йўналтира олса, ушбу лойиҳа муваффақият қозонади. Менежерлар ишловчилар билан ўзаро борлиқ муносабатда бўлиб, ишловчиларни лойиҳа натижаси билан қизиқтира олса, шундай лойиҳа кутилган натижани бериши мумкин.

Менежерлар лойиҳа асосида қурилган, масалан корхонани ишга туширилиши учун унинг ташкилий тузилиш структураларини, токи лойиҳа кўзда тутилган фойдани келтира олса, ишлаб чиқишлари лозим. Менежерлар учун турли масалаларнинг аҳамияти лойиҳанинг типини аниқлашда, унинг қайси минтақа ёки мамлакатда фойдаланилиши катта аҳамиятга эга. Менежерлар учун баъзи масалалар илгаридан маълум ҳисобланади, чунки бундай масалалар билан аввалги лойиҳаларда дуч келишган.

Баъзи қийинчиликларга менежерлар илк бор дуч келиши мумкин, шунинг учун менежерга иш режасини тузишда ёрдам керак. Шу сабабли лойиҳа менежерлари лойиҳа қандай шароитларда амалга оширилаяпти ёки ишга туширилаяпти каби масалаларга яқиндан ёндашадилар. Менежментта тажриба ва маълум иш қобилиятига эга бўлишлик асосий аҳамиятга эга.

Лойиҳа мақсадини аниқлаш, уни режалаштириш, ишга раҳбарлик ва иш бажариш жараёнида ёрдам бериш менежер учун асосий вазифа ҳисобланади. Иш жараёнини назорат қилиш, бюджетни кузатиб бориш, ишлаб чиқариш ҳажми ва лойиҳа ресурсларини кузата билиш менежернинг асосий бажарадиган вазифаси бўлиб қолади.

Менежментнинг тажрибаси, бажарадиган фаолияти ва контексти. Контекст деганда лойиҳа бажарилаётган ташқи ва ички муҳит, режаси ёки режалаштирилаётган бизнес тушунилади. Ташқи муҳит ўз ичига қуйидаги омилларни олади:

1. Физикавий омиллар: танлаган жой, иқлим, жуғрофик тузилишнинг хусусиятлари ва ҳоказо.

2. Иқтисодий омиллар: ички ва халқаро.

3. Маданий, ижтимоий ва сиёсий омиллар.

4. Технологик омиллар: имконият ва ўзгаришлар ички муҳитта асосан қатнашувчилар, маблағ қўювчилар ва мижознинг ўзаро қуйидаги алоқалари.

5. Лойиҳа эгаси — давлат ёки директорлар кенгаши, акционерлар ёки хусусий шахс.

6. Фойдаланувчи, бозор, харидор, мижоз, фойда олувчи шахс ва ҳоказорлар ана шуларнинг талаб ва истакларини эътиборга олиш керак.

7. Иш жараёнига жавобгар бўлган бош ташкилот, вазирлик ёки корпорация.

8. Лойиҳани бошқарувчи команда ёки бизнес штатидаги ходимлар ва маслаҳатчилар.

9. Жиҳозларни етказувчи ёки хизмат кўрсатувчи ижарачилар, чакана савдо фирмалар ва ҳоказолар.

Уильям Смит ҳокимликнинг 3 йўналишини кўрсатади: назорат, таъсир ўтказиш ва эътироф этиш. Тажрибада ишга бундай ёндошиш фойдали бўлди, бу йўл-йўриқ Африка учун қишлоқ хўжалигида ишловчи менежерларни тайёрлашда дастурий асос бўлди. Жералд Эгап менежерлар тайёрлашда марказий ўринни мижознинг хоҳиши ва талабига қаратди. Менежмент тизими яқин ва узоқдаги муҳит билан чегараланади. Ж. Эгапнинг «мақсадга мувофиқ» деб ҳисобланган омиллари ишчи муҳитта тегишли. Бу таассуротлар менежментнинг самарадорлигига ижобий ва салбий таъсир этиши мумкин. Ж. Эгапнинг иррационал омилларига қуйидагилар киради:

1. Ижтимоий омиллар: мукофотлар ва ҳаёт сифати.

2. Сиёсий омиллар: ҳокимият, ресурслар ва маънавият.

3. Мукофотта, ҳокимликка ва ҳаёт тарзига индивидуал таъсир бериш.

Макдоналд Бенжамин бўйича: лойиҳа бошқаруви ўтказилаётган муҳит қуйидаги 3 гуруҳ омилларидан иборат:

1. Ички муҳит: стратегия, сиёсат ва вазифалар.

2. Яқин муҳит: шартномачилар ва мол етказиб берувчилар, лойиҳа бажарилишидан манфаатдорлар.

3. Ташқи муҳит: давлатнинг ташқи иқтисодий сиёсати, давлат бўлимининг бошқарув тизими, ижтимоий-иқтисодий тизим, сиёсий муҳит ва бошқалар (инфляция, бозор ва ҳоказолар).

Ф. У. Грег менежерлар тайёрлашда 4 та гуруҳ омилларини ажратишни таклиф этди:

1. Сиёсий ва ижтимоий таъсир.

2. Иқтисодий омиллар.

3. Ҳуқуқий.

4. Технологик ўзгаришлар.

Менежментнинг вазифаси ва бажарадиган иши.

Баъзан менеджментнинг усталиги ва бажарадиган ишидаги фарқни аниқлаш жуда мураккаб бўлади.

Менежментнинг 6 хил вазифалари мавжуд:

1-вазифа: *Раҳбарлик.* Менеджерлар командасига бажариладиган мақсад ва вазифани аниқ ва тушунарли қилиб бера олиши:

а) мижоз ва унга жавоб берувчи ким ҳисобланади — лойиҳа эгалари менежер фаолияти натижасида ютишлари ҳам, ютқазишлари ҳам мумкин;

б) мижоз бозорни аниқлайди ва лойиҳа маҳсулотидан манфаатдор. Мижоз билан муносабатни қандай олиб бориш керак? Вазифа қандай?

2-вазифа: *Режалаштириш.* Режалаштириш 2 хил бўлади:

а) стратегик режа — мақсад ва мижоз ўртасидаги ижтимоий иқтисодий муҳит;

б) ҳаракат режаси — бу ишлаб чиқариладиган маҳсулот сифати, унинг иқтисодий самарадорлиги ва бажариладиган иш ҳажмини белгилайди. Ташкилотчилик элементлари ва менежмент.

3-вазифа: *Ишга раҳбарлик қилиш ва ёрдам бериш.*

1. Меҳнатни бўлиниши, моддий ва молиявий ресурсларни тақсимлаш.

2. Иш программасини, иш кўзини билиб бажариш.

4-вазифа: *Мувофиқлаштириш.*

1. Ташқи муносабат ва ахборот.

2. Ички муносабатлар.

5-вазифа: *Бажаришни назорат қилиш.*

1. Ҳар бир соҳани, материални, молиявий томонини, бухгалтерия ҳисоботларни ва ижтимоий омилларнинг назорати.

2. Вақти-вақти билан иш бажарилишини назорат қилиш.

6-вазифа: *Натижага мўлжал.* Мукофотлаш тизимини қўллаш. Ёлланган профессионал бошқарувчиларни таклиф этиш ва бошқалар.

Менежернинг билими — моҳирлиги.

Моҳирликнинг ривожланиши менежментнинг қуйидаги асосий вазифаларидан иборат:

а) *меҳнат ресурсларини режалаштириш:*

1. Ишни нимадан иборатлигини ёзиб чиқиш ва ишловчилар штатини жамлаш режаси.

2. Шахсий ишловчилар тўпламини бутлаш.

3. Лойиҳани шакллантириш.

4. Штатдаги ходимларга ва маслаҳатчиларга раҳбарлик қилиш.

5. Штатдаги ходимларни ўқитиш ҳамда юқори хизмат поғонасига кўтариш.

б) *ишга олинаётган кадрларнинг миқдор жиҳатидан самарадорлиги:*

1. Билим.

2. Асосламоқ.

3. Мажбурият.

4. Мос келишлик.

в) *ходимлар орасидаги алоқалар:*

1. Штатдаги ходимлар ва бўлимлар ўртасидаги мажбурият ва жавобгарликни тақсимлаш.

2. Айрим ходимлар ишини режалаштириш ва уни баҳолаш усули.

3. Эътибор билан тинглаш маҳорати.

4. Ишни тўғри ташкил этишни ўргатиш.

5. Суҳбат ва маслаҳат ташкил этиш.

6. Мажлис ўтказиш.

7. Муаммоларни ажратиш ва уни ечиш.

8. Ўзининг иш вақтини режалаштириш.

г) *амалга ошириш:*

1. Лойиҳа ва режа дастурини асослаш.

2. Режалаштириш йўллари ва уни амалга оширишни назорат қилиш.

3. Тизимлар ва усуллар.

4. Таклифлар, контрактлар, хизмат кўрсатиш ва материал сотиб олиш.

5. Ишлаб чиқариш ва маҳсулот молларини бошқариш.

6. Маркетингни бошқариш.

д) *молиявий режалаштириш ва менежмент:*

1. Харажатларни ҳисоблаб чиқиш ва баҳолаш.

2. Иқтисодий ва статистик усуллар.

3. Жамғарма фондини бошқариш.

4. Молиявий назорат ва тафтиш.

е) *ахборот тизимларини бошқариш:*

1. Ахборот тизимлари.
2. Сифат ва миқдорни кузатиш.
3. Иш графигини текшириш.
4. Иш ҳолатини ҳисоботи ва назорати.

18.4. Инвестицион лойиҳанинг устуворлиги

Бу боб лойиҳанинг аҳамияти ва узоққа чидамийлиги, ундаги қуйидаги масалаларнинг, яъни ундан фойдаланиш, техник томондан хизмат кўрсатишга, жорий таъмирлаш ва лойиҳани бошқаришга, ундан иқтисодий самара олишга қаратилган. Давлат ва халқаро ваколатхоналар: режалаштиришни тараққий эттириш биринчи галда лойиҳани ишлаб чиқиш, уни таҳлил қилиш ва қайта ишлашга қуйидаги масалалар бўйича ишлатиш, техник хизмат кўрсатиш ва жорий таъмирлаш лойиҳа узоққа чидамлийлигига (устуворлигига) эътибор берадилар.

Лойиҳани амалга оширишни кузатувчи назоратнинг мураккаб тизими ва режалаштирилган ҳамда ишлаб чиқариш ва молиявий фаолиятини таққослашни фақат баъзи-бир мамлакатларгина, масалан жаҳон банки аъзоларигина доимо лойиҳани ишга тушириш ва техник хизмат кўрсатиш бўйича, ҳамда ушбу лойиҳа режадаги иқтисодий самарадорлигига ета оладими, йўқми, шу ҳақида ҳисобот олиб борадилар. Захирадаги ресурслар камая боргани, инвестиция дастурининг бажарилиши ҳақида ахборот йўқлиги сабабли, инвестиция ҳақида ўйлашни мажбур этади, бу эса доимий назоратта талабни оширади, ҳамда лойиҳанинг устуворлиги ортиб боради.

Кейинги йилларда кўтарилган масала бўйича қизиқиш ортганига қарамай, ҳозирги даврда лойиҳа устуворлиги ҳақида ахборотлар ниҳоятда кам. Оз миқдордаги ахборот лойиҳа чидамлилиги қониқарли бўлмаганлигини кўрсатади. Жаҳон банки лойиҳаларини (фойдаланишни) баҳолаш бўлимининг (ОЕД) маърузасига биноан 557 лойиҳа 1986—1988 йилларда уларнинг кўрсаткичи баҳоланганда 52% бўлиши мумкин деб баҳоланган, 15% лойиҳанинг устуворлиги шубҳа остида,

33% лойиҳанинг устуворлиги аниқ эмас деб топилган. Буларнинг асосий сабаблари:

- техник хизмат кўрсатишга бўлган харажатларнинг ортиши, жорий таъмирлашнинг қимматланиши ва инфраструктура бузилишининг тезлашиши;
- лойиҳа самарадорлигининг пасайиши;
- сервис (хизмат) сифатининг пасайиши;
- баъзи фойдаланувчилар учун лойиҳа натижаларини билишнинг мураккаблиги, атроф-муҳитга ёмон таъсир кўрсатиши ва бошқалар.

Лойиҳанинг устуворлигини аниқлаш.

Кўп иқтисодчилар ва халқаро ваколатхоналар лойиҳа узоққа чидамлилигини тараққий эттиришда шуни аниқладиларки, лойиҳанинг давомийлик қобилияти унинг иқтисодий самарадорлигини таъминлашга боғлиқ эканлигини топади. Жаҳон банкининг иқтисодий ривожлантириш институти (ЖБ ИРИ) лойиҳа устуворлигини қуйидагича аниқлайди: Агар лойиҳа бир нечта йил ишлагандан сўнг олинган фойда олдиндан кўзлаган фойдага тенг ёки кўп бўлса, унда лойиҳа чидамли деб ҳисобланади.

Лойиҳанинг устуворлиги кўпинча унинг миқдорий кўрсаткичларида кўрсатилса ҳам унинг сифат кўрсаткичи асосий ҳисобланади. Ишлаб чиқариш тармоқларидаги лойиҳалар учун, масалан, саноатда, унинг фаолиятидаги ишлаб чиқариш ҳажмидаги фойдаланиш коэффициенти билан аниқланади. Аммо Жаҳон банки молия ажратаётган лойиҳаларда бошқа мақсад кўзда тутилади, масалан: субсектордаги сиёсат, технологияни бериш ёки қурилишини ташкил этиш, бу сифатли деб баҳоланади.

ЖБ ИРИ таъкидлаши бўйича устуворликни аниқлаш меҳнат ресурсларини тараққий эттиришда ҳам миқдор кўрсаткичига эътибор бериш керак. Лойиҳа устуворлиги нисбий тушунча, у кўп кўрсаткичлар билан баҳоланиши керак — бу кўрсаткичлар лойиҳанинг сифати ва миқдор жиҳатидан фаолиятини бирлаштирилади. Асосий ғоя — унинг умрбоқийлигини аниқлаш. Бу қуйидагилардан иборат: ҳар қандай лойиҳа, у қишлоқ хўжалигига тегишлими, шаҳар, саноатга, транспортга ёки энергетика соҳасигами — у узлуксиз маҳсулот чиқиш учун тузилганми? Ушбу са-

волларга жавоб бериш керак. Баъзи лойиҳалар учун (масалан: уй-жой ёки йўл қурилиши) белгиланган муддат 30 йилга хизмат қилишини ташкил этади.

Лойиҳа муваффақиятини баҳолаш.

Лойиҳа муваффақиятини баҳолашда унинг фойдали натижалари давом этишини маълум муддатда ҳисобга олади. Бамбергер ва Чема лойиҳа устуворлигини аниқлашда альтернатив ёндошишни таклиф этадилар. ОЕД фойдаланадиган ёндошга чидамийлик капитал ажратишнинг фойдаси ҳисобланади. Агар лойиҳани бир неча йил ишлатилгандан сўнг ундан олинган фойда уни ишга туширишдан олдинги кўзланган фойдадан кўп бўлса, бундай лойиҳа узоққа чидамли ҳисобланади. Агар бошқа томондан ҳисобланган фойда кам чиқса, лойиҳа чидамли эмас деб ҳисобланади. Иккинчи ёндошишда лойиҳанинг чидамийлиги қатор кўрсаткичлари асосида аниқланади, уларда лойиҳани пухталилиги унинг асосий кўрсаткичлари бўйича ҳисобланади.

Лойиҳани чидамийлигига қатор омиллар таъсир кўрсатади. ЖБ ИРИ 4 та асосий омилларни фарқлайди: иқтисодий ёки молиявий, техник, ташкилий ва стратегик. Бамбергер ва Чема ўз томонларидан таассуротларнинг кенг турларини эътиборга олади, масалан: лойиҳа тайёрланган ва амалга оширилган, лойиҳа ташкил этилган, унга ташкилий омиллар маҳаллий (миллий ва халқаро сифатида), бунда режалаштирувчи органлар ва лойиҳа менежерлари лойиҳани охирги омилига сезиларли таъсир кўрсата олмайдилар.

18.5. «Олва» хўжалиги инвестицион лойиҳасининг тижорат таҳлили

Барча лойиҳаларни тайёрлашда таркибий қисми бўлиб, бу лойиҳани тижорат таҳлили ҳисобланади, натижада лойиҳанинг тижорат ҳаёт қобилияти аниқланади ва ишлаб чиқарадиган маҳсулотнинг асосий тавсифи, кутиладиган сотув ҳажми ва унинг баҳоси, ҳамда уни сотиш усуллари аниқланади.

Аниқ лойиҳанинг тижорат таҳлилини ўтказганда асосий эътибор лойиҳа маҳсулотига бўлган келажакдаги талабига қаратилади, ҳамда келажакдаги нарх-

наво кўзда тутилади. Қуйида Тошкент вилояти Юқори Чирчиқ туманидаги «Олға» хўжалигининг аниқ лойиҳаси кўриб чиқилади. Бу хўжаликда тижорат таҳлили ўтказилган. Тижорат таҳлили ўтказишнинг асосий мақсади қуйидагилардир:

1) тайёр ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажми ҳисобида тайёр маҳсулотнинг бозор нархини тушириш таҳлили;

2) хўжаликдаги бор имкониятларни текшириш — бўлар хўжалик молларини Тошкент ва Чирчиқ шаҳарларида маълум ўрин эгаллашини кўрсатиш;

3) хўжаликда чиқариладиган маҳсулотга бўладиган талабни ўрганиш;

4) хўжаликдаги рақобат қила оладиган соҳани текшириш;

5) маҳсулотни сақлаш, ташиш, юклаш ва тайёр маҳсулотни сотиш ва юзага келган ҳолатни текшириш.

«Олға» хўжалигининг умумий майдони 2733 гектар, шулардан қишлоқ хўжалик экинлари 2515 гектарга экилади. Хўжаликнинг асосий майдонида дон маҳсулотлари етиштирилади — улар 870 гектар. Дон маҳсулотлари қор-ёмғир ёғадиган жойларда экилади. Суғориладиган ерларга сабзавот маҳсулотлари, картошка полиз экинлари ва кўпйиллик ўтлар ўстирилади.

Ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар, дондан ташқари, Тошкент ва Чирчиқ шаҳарларида сотилади, бир қисми туман тайёрлов идораларига (шартнома асосида) сотилади ва умумий овқатланиш пунктларига сотилади. Хўжалик тижорат штатига эга эмас.

Етиштириладиган қишлоқ хўжалик маҳсулотлари «Дала-бозор» принципида тарқатилади, чунки хўжалик тайёр маҳсулот сақлайдиган омборлари ва қайта ишлайдиган корхонага эга эмас. Шу сабабли хўжалик ўзи етиштирган маҳсулотларни сарф этилган пулдан ҳам кам баҳога сотишга мажбур.

Асосий ўринни бўғдой ташкил этади, 1996 йил 610 тонна эди, шундан 50% давлат буюртмаси, 10 фоизи — уруғликка қолдирилди.

Жадвалдан кўриниб турибдики, бўғдойга бўлган талаб ўзгарувчан. Бундан маълум бўладики, бўғдой ишлатилишда биринчи ўринда туради.

Бўғдойдан энг керакли озиқ-овқат тайёрланади, бунга нон ва нон маҳсулотлари киради. Аниқланган нарх

18.1-ж а д в а л

«Олга» хўжалигининг 1996 йил шаҳарга сотган дон маҳсулотлари схемаси

Буғдой (610 т)			Арпа (260 т)		
давлат буюртмаси	уруғлик	хўжалик учун	давлат буюртмаси	уруғлик	хўжалик учун
50% 30,5	10% 61	40% 224	30% 130	10% 26	40% 104

ва ҳажм жойлашишга тўғри келади. Аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш учун давлат нархларни pG га тенг ҳолатда аниқлайди. Шу нархда ишлаб чиқарувчилар (хўжаликлар) маҳсулотни qS ҳажмида ишлаб чиқаришга тайёр. Шу пайтда истеъмолчилар шу нархда qD-qp-qS-фарқи камёбни ташкил қилади шу камёбни йўқотиш учун давлат ишлаб чиқариш ҳажмини ва буғдой экиш майдонларини qG да сақлаб туради.

18.2-ж а д в а л

Дон экинларининг бозор учун зарур бўлган 10 та кўрсаткичи таҳлил қилинган

Бозор тавсифи (кузатилган белгилари)	Баҳо шкаласи								
	қониқарсиз			қониқарли			яхши		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Иш фаоллиги.		x							
2. Баҳо даражаси.		x							
3. Бозорнинг тўлалиги.						x			
4. Маҳсулот сифати.				x					
5. Товар ассортименти.	x								
6. Рақобат.				x					
7. Ахборот алоқалари.				x					
8. Аҳолининг ҳаёт тарзи.					x				
9. Иқтисоднинг ҳуқуқий тараққиётини созлаш.				x					
10. Маданий ва миллий одатларнинг ўхшашлиги.							x		
Ўртача баҳо									
Бозорга чиқишнинг мақсадга мувофиқлик баҳоси	Ўринсиз			Катта таваккалчилик			Муваффақиятли		

Ўзбекистон бозорида донга бўлган талаб ва таклифни кўриб чиқамиз (Тошкент шаҳри, 18.2-чизма).

Келажакда агар давлат томонидан буғдойга буюртма бекор қилинмаса бозорда буғдойни эркин нархда сотиш тўхтайди. Ҳозирги шароитда бир тонна буғдойнинг таннархи 5—6 минг сўмга яқин. Давлат уни бир тоннасини ўн икки минг сўмдан олмоқда. 1996 йилда хўжаликда етиштирилган карам ҳажми 46,8 тонна бўлиб унинг сотилиши шундай бўлган: 10% (4,7 Тн.) аҳолининг истеъмолчига қолдирилган бир қисми туман тайёрлов корхоналарига жўнатилган, қолгани Тошкент бозорларига олиб келинган. Хўжалик шундай қилишга мажбур бўлиб қолди, чунки хўжаликнинг омборхоналари бунга мос келмайди. Бундан хўжалик анча зарар кўради. Бу зарар маҳсулотни арзон нархда сотиш натижасида келиб чиқади. 80% дан ортиқ етиштирилган сабзини хўжаликнинг ўзи Тошкент бозорларида сотди. Картошка бозор нархида талаб ва таклифлар асосида сотилмоқда. Умумий ҳажмдан 10% аҳолига сарф қилинган, бу 30 тонна 60% бозорларда сотилган (184 Тн.) 29% (90 Тн.) омборхоналарга уруғликка олиб қўйилган.

18.2-чизма. Ўзбекистонда давлат бошқарувининг бозорда буғдойга бўлган талабларга таъсир қилиши.

Бу ерда: GFP — Давлат томонидан белгиланган нарх.
D — Талаб.
S — Таклиф.
P — Бир мувозанатдаги нарх.
q — Бир мувозанатдаги ҳажм.
qS — Давлат томонидан белгиланган нархларнинг «ҳақиқий» ҳажми.

18.3-жадвал

«Олма» хўжалиги маҳсулотининг бозордаги ҳолати, 1996 йил

Маҳсулотни сотиш жойи	Карам		Сабзи		Ҳўл мевалар	
	тонна	%	тонна	%	тонна	%
Маҳаллий истеъмол	4,7	10	1,45	5	7,7	10
Тошкент бозорларида сотилган	—	—	23,2	80	10	13
Чирчиқ бозорларида сотилган	—	—	4,35	15	59,3	77
Туман тайёрлов идораларига сотилган	42,1	90	—	—	—	—
Жами	16,8	100	29	100	77	100

18.4-жадвал

Картошка

Маҳаллий истеъмол	Тошкент шаҳрида сотиш	Уруғлик учун омборхонада сақлаш
10%	61%	29%
30 Тн.	184 Тн.	90 Тн.

18.5-жадвал

Томатлар

Маҳаллий истеъмол	Туман тайёрлов идораси	Тошкент шаҳри консерва заводи
10%	10%	80%
36,7	36,7 Тн.	293,6 Тн.

18.2-жадвални текширув таҳлилидан маълум бўлди-ки томат билан буғдой орасида анча фарқ бўлиб, томатнинг талаби буғдойга нисбатан пастроқлиги аниқланди ва аниқланган нарх p ва q га тўғри келади. Бозорлар томат билан тўлдирилганлиги сабабли, бошқа бозорларни ўзлаштириш ва чиқарилаётган маҳсулот турларини ўзгартириш зарур.

18.3-чизма. Ўзбекистон бозорларидаги томатга бўлган талаб ва таклифларнинг эгри чизиқлари.

бу ерда: **p** — тенг вазнлик нарх.
q — тенг вазнлик ҳажм.

«Олға» хўжалиги томонидан таклиф эгилувчи эмас, чунки ихтисослашган сақлаш омборлари йўқ, дастлаб ишлаб чиқилган маҳсулотнинг бир қисми мажбурий равишда тўғридан-тўғри далада тортган нархда сотилади. Томатларни Тошкент ва Чирчиқ бозорларига олиб бориш йўл алоқасининг мураккаблиги (махсус транспортнинг йўқлиги эвазига катта миқдордаги маҳсулот яроқсиз ҳолга келади) катта транспорт талаб қилади. Бу аҳволдан чиқишнинг бирдан-бир йўли сақлаш омборларини қайта қуриш ёки уни қайта ишловчи кичик заводни қуришдир.

Иқлим шароитлари хўжаликда томат етиштириш учун катта харажатлар талаб қилмайди. Етказилган ҳосилнинг асосий қисми Тошкент шаҳри бозорларида сотилади, бу эса маҳсулотнинг умумий ҳажмининг

80%ни, маҳаллий истеъмол 10%ни, ноҳия тайёрлов ташкилотлари 10%ни ташкил этади.

Лойиҳада кўзда тутилган кичик ишлов берувчи заводни ишга тушириш хўжалик учун томат маҳсулоти бозорини кенгайтириш имконини очиб беради. Ўша вақтда «Олға» хўжалиги маҳсулот етказиш учун зарур бўлган ресурсларни (ўғит, кимёвий воситалар) шартномавий нарх билан олган. Шахсан, аммофосни, калий хлоридни Қўйлик районлараро бирлашмасидан шартномавий нарх билан, заҳарли кимёвий воситаларни район қишлоқ хўжаликкимёдан (олтингугурт, қарате, децис, дроз, омайд, гербицидлар) шартномавий нархда олган.

Бозор нархида «Ўзнавсабзавотуруғ»дан уруғлик экиш материалларини олади. Шуни таъкидлаш зарурки, хўжалик ўзини-ўзи таъминлаш шароитига алоҳида уруғлик материаллар бўйича, қисман пиёз уруғи, люцерна уруғи, кенаф ва бошқа ўсимликлари бўйича ўтди. Маълум даврдан кейин уларни экишда ишлатиш мақсадида қишлоқ хўжалик маҳсулоти ишлаб чиқаришдан фойда топиш истаги билан, уруғлик экиш материаллари билан хўжалик уларни хўжаликлараро уруғчилик омборларига топшира бошлади. «Олға» хўжалигининг ишлаб чиқарган маҳсулоти учун қуйидаги сотиш бозорлари шакллантирилган: (18.6-жадвал).

— район савиясидаги тайёрлов ташкилотлари Тошкент ва Чирчиқ шаҳарларида;

— давлат сектори тайёрлов ташкилотларида;

— хўжалик бозори савиясидаги кичик кўтара бозорларида;

— хўжаликнинг ўзини ва қўшни хўжаликлар аҳолиси учун.

Бозор шароитларидан келиб чиқиб «Олға» хўжалиги ўз маҳсулотини давлатга ва бошқа истеъмолчиларга шартнома асосида ёки хўжалик бозорларида талаб ва таклиф асосида сотиш имконига эга. Давлат асосан бошоқли дон маҳсулотини буюртмага асосан сотиб олади, у асосий ишлаб чиқариш ҳажмидан 50%ни ташкил этади.

Сабзавотчилик маҳсулоти хўжалик томонидан Тошкент ва Чирчиқ бозорларида ҳамда хўжалик бозорларида сотилади. Сабзавотчилик маҳсулотининг асосий турлари аввалдан тузилган шартнома асосида жўнатилади.

18.6-жадвал

Қишлоқ хўжалик маҳсулотининг 1995 йилда ишлаб чиқарилиши ва уни бозорга сотилиши.
(«Олга» хўжалиги бўйича)

Кўрсаткичлар	Каноп	Дон	Картошка	Сабзавот жами	Меваларр	Гўшт тирик вазнда	Пилла	Жун
Тонна	8	741	660	2200	86	10	115	1.2
Сотув бозори	Давлат	Д-т	Тошкент шаҳри бозорлари				Давлат	
Буюртмачилар (шартнома бўйича)	Тайёрлов ташкилоти	Завод ККЗ	(РПС)	Тошкент шаҳри консерва заводи		Тайёрлов ташкилотлари		
Истеъмолчи етказиб бериш	Хўжалик ҳисобидан		Даладан ва омбордан буюртмачи ҳисобига		Буюртмачи ҳисобига	Хўжалик ҳисобига	Буюртмачи ҳисобига	

18.7-жадвал

«Олга» хўжалигида етиштирилган маҳсулотни Тошкент бозорига 1994 йилда олиб борилган ҳажми

Кўрсаткичлар	Картошка	Сабзи	Пиёз	Бодринг	Томат	Бошқалар	Меваларр
Ишлаб чиқилган тонна	493	200	760	40	30	1430	10
Рақобатчилар	Колхоз Соҳибкор Жамбул хўжалиги Қуйи-Чирчиқ районн		Жамбул хўжалиги Қуйи Чирчиқ районн	Соҳибкор хўжалиги	Намдонак хўжалиги Паркент районн	Соҳибкор хўжалиги	Авангард хўжалиги
Рақобатчиларнинг устунлиги	Бозорга яқин жойлашгани транспорт харажатларини камайтиради		-!!-	-!!-	Бозорни яхши жойлаштиради	Маҳсулотни истеъмол қилувчилар билан турғун муносабатда бўлиш.	

Хўжалик сабзавотчилик маҳсулотини етиштириш бўйича шартнома тузган. Шунга асосан маҳсулотни Тошкентдаги янги консерва заводининг кичик корхонаси «Фирдавсий»га беради.

«Олга»да етиштирилган маҳсулотнинг Тошкент бозорига 1994 йилда олиб келинган ҳажми:

— картошка — 498 тн;
— сабзи — 200 тн;
— пиёз — 760 тн;
— томатлар — 30 тн;
— бошқа сабзавотлар — 1430 тн.

Сабзавотчилик маҳсулотининг бозордаги асосий рақобатлари, булар «Соҳибкор» ва «Жамбул» хўжаликлари Юқори Чирчиқ райони (картошка), «Соҳибкор» хўжалиги (сабзи), «Жамбул» (пиёз), Паркент райони, «Намданак» хўжалиги (томатлар), Ўрта Чирчиқ райони, «Авангард» хўжалиги (мевалар).

Хўжаликнинг бозордаги рақобатчиларини аниқлаш ўзининг имконларини назорат қилишга, рақобатчиларни устунлик томонларини ҳисобга олишга ва тижорат ҳаракатидаги камчиликларни бартараф этиш чора тадбирларни ишлаб чиқишга имкон яратади.

Буғдой бозорига қараганда томат бозори ўзига кўпроқ жалб этади. (5.8 балл 18.8-жадвал). Бу бозорда биринчи навбатда якка ҳокимликнинг йўқлиги, юқори ишчанлик фаоллиги ва эркин ўрнатиладиган нархлар билан тушунтирилади. Шу билан бир қаторда бозорни томат билан тўйилганлиги унчалик катта эмас. Бу эса бир неча сабаблар билан тушунтирилади:

— томат ташишда махсус транспортнинг йўқлиги, шу сабабли тайёр маҳсулотни бозорга етказишда катта йўқотишларга йўл қўйилади;

— хўжаликда маҳсулотга бирламчи ишлов берувчи цехнинг йўқлиги;

— бир турдаги маҳсулотни рақобат савиясини катталиги, шунинг учун ишлаб чиқариладиган маҳсулот ассортиментини кенгайтириш лозим.

Юқорида айтилганидек, ҳозирги даврда қишлоқ хўжалик маҳсулотини эркин сотилиш тизимида тўлақонли бозор шаклланмаган. Этаплар билан лойиҳалашни ишлашга киритишда ва бозор муносабатларининг шакланишида бозорни мажмуа изланишининг зарурати пайдо бўлади.

Шундай қилиб, қуйидаги тадбирларни ўтказиш тав-

сия этилади. Бозорнинг амалий-услубий изланишида тўла тижорат таҳлили ишлаб чиқилиши ва ундаги мавжуд камчиликлар бартараф қилиниши зарур.

18.8-жадвал

Томатни бозорда сотилишини баҳолаш

Бозор тавсифи (кузатиладиган белгилар)	Баҳолаш шкаласи								
	Қониқарсиз			Қониқарли			Яхши		
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1. Ишдаги фаоллик							x		
2. Нарх савияси						x			
3. Бозорни тўйдирилганлиги								x	
4. Маҳсулот сифати						x			
5. Товар ассортименти					x				
6. Рақобат							x		
7. Алоқа йўллари тараққиёти			x						
8. Халқнинг ҳаёт савияси				x					
9. Иқтисодни ҳуқуқий йўлга солиш тараққиёти					x				
10. Маданий ва миллий анъаналарнинг бир-бирига тўғри келиши							x		
Ўртача баҳо			3	4	5 2	2 6	3 7	8	
Бозорга чиқишнинг мақсадга мувофиқлиги баҳоси	Мақбул эмас			Катта таваккалчилик			Муваффақият мумкинлиги		

Бозорга жалб қилинишни ўртача кўрсаткич $3+4+10+12+21+8=58/10=5,8$ — маркетинг масаласи бўйича махсус штат бунёд этиш, унинг вазифасиг бозор аҳволини хўжалик маҳсулоти учун умумий кўринишда, қисман ўрганиш киради:

а) ихтисослашиш масаласини ўрганиш, яъни бошк турдаги маҳсулот ишлаб чиқарилишига ўтиш, у катт муваффақият билан қишлоқ хўжалиги маҳсулоти бозо рида рақобатга бардош бериш қобилиятига эга бўлиш

б) сабзавотчиликнинг аниқ маҳсулоти учун бозо танлаш, у ерда томатни хўжалик катта фойда била рақобатчилардан ўтиб сотиши мумкин бўлсин;

в) давлат ҳиссасини бошоқли дон ишлаб чиқаришда камайтириш сиёсатини олиб бориш;

г) янги технологияни меҳнат ҳажмини камайтириш учун сотиб олишни иқтисод нуқтаи назаридан асослаш масаласини ўрганиш;

д) ҳосилдорликни ошириш ҳисобига маҳсулот ҳажмини кўпайтириш муаммоси бўйича изланиш олиб бориш, бу эса унинг таннархини пасайишига имкон беради, шунинг ҳисобига рақобатчиларга нисбатан арзонроқ маҳсулотга эга бўлишади;

е) ишлаб чиқариладиган маҳсулот ассортиментини кўриб чиқиш, бу эса маҳсулотни бошқаларга нисбатан рақобатбардошлигини мустаҳкамлайди.

19. КИЧИК БИЗНЕСНИ ЮРИТИШДА ФРАНЧАЙЗИНГ ТИЗИМИ

19.1. Франчайзингнинг моҳияти

Баъзида маълум билимга, тажрибага, қобилиятга эга бўлган ишбилармонга ўзининг шахсий бизнесининг ташкилий шаклини танлаб олиш учун дадиллик, мардлик хусусияти етишмайди, шу сабабли у ўзига ишлатиш учун тайёр корхонани имтиёзли шарт билан бошқа давлатдан ёки Ўзбекистондан, йирик фирмадан ёки уларнинг технологиясидан, товар маркаси (белгиси)дан фойдаланиш ҳуқуқига эга бўлади, яъни франчайзинг олади.

Франчайзинг — бу ўзаро манфаатли битимга асосланган бизнес олиб бориш усулидир. Бу битим йирик компания ҳамда майда фирма ёки алоҳида ишбилармонлар ўртасида тузилади. Бу битимнинг моҳияти кичик бизнесга ўз ишини махсус танланган жойда ва маълум вақт давомийлигида олиб бориш имконини беришдан иборат.

Дунёнинг кўп давлатларида франчайзинг ўзининг яшаш қобилиятига эгалигини исбот қилди. Ишбилармонликнинг франчайзинг тизими АҚШда, Канадада, Японияда, Ғарбий Европада муваффақият билан тараққиёт топмоқда. Кўплаб маълум ва машҳур хорижий давлатлар корпорациялари, яъни «Макдональдс», «Адидас», «Кока-Кола» ва юзлаб бошқалари булар франчайзингли компаниялардир. Масалан, франчай-

зинг «Дока-пицца» дастгоҳ ва технологияларни етказиб беради, ҳар хил турдаги материал ва жиҳозлар билан таъминлайди (наклейкалар, реклама плакатлари, буклетлар, услубий тавсияномалар), ўқитишни ташкил қилиш, оригинал фирма кўрсатмаларини бериш ва бошқа ўз ишини йўлга қўйиш учун зарур бўлган нарсаларини етказиб беради.

Ҳамкорлик давлатлари орасида биринчи франчайзингли тизимлар пайдо бўлиб, Россия Федерациясидаги «Интерконгресс-Силлинг» (Санкт-Петербург) фирмаси фаолият кўрсатмоқда.

19.2. Франчайзингнинг асосий турлари ва қоидалари

Тадбиркорлик фаолиятидаги франчайзинг тизими франчайзинг битимига асосланади. Шу битимга асосан йирик фирма бошқа фирма ёки ишбилармонларга ходимларни тайёрлашда, дастгоҳларни созлашда, технологияни ўзлаштиришда, ташкилий масалаларда, рекламада, таъминотда, маҳсулот сотишда ёрдам кўрсатиш мажбуриятини ўз зиммасига олади.

Бу хизматлар учун кичик фирма уларга вақти-вақти билан тўловлар тўлаб туради ҳамда ўз капиталининг бир қисмини инвестиция қилиш ва маркетинг, менежмент бўйича хизмат кўрсатиш мажбуриятини ўз зиммасига олади.

Франчайзингнинг асосий принциплари: франчайзернинг «ноу-хау»сини франчайзат капитали билан бирлаштириш. *Франчайз* — лицензия асосида бизнес олиб бориш учун маълум белгиланган миқдордаги бадал.

Франчайзинг тизими ўзининг афзаллик томони ва камчилигига эга. Агар уни франчайзер кичик фирма нуқтаи назаридан қаралганда, унда ушбу тизимнинг фойдали томони қуйидагилардан иборат: франчайзернинг сотиб олиш учун тўлаган тўлови зарурий капитални таъминлайди ва келажакдаги молия билан таъминлаш ташқи заёмларсиз амалга оширилади, шу билан биргаликда бу тизим қандайдир янгиликни амалиётда кичик таваккалчилик билан текшириш имконига эга бўлади.

Камчилик қуйидагилардан иборат: франчайзер ўз даромадини ушбу тизим қатнашчилари билан бўлиша-

ди, бу эса унинг ўзининг бўлинмаларига тўла эга бўлган фирмаларга қараганда даромад савиясини пасайтиради.

Франчайзер фойдали томони франчайзата (кичик фирма) нуқтаи назаридан шундан иборатки, кичик шаклдаги бизнеслар ташкил этиш учун кам капитал харажат талаб қилади, бу эса эркин ишбилармон бўлиш учун қўшимча имконият яратади.

Харидорлар учун кенг маълум бўлган фирманинг ва унинг маҳсулотининг номи франчайзатга қўшимча харажатларсиз аввал бунёд этилган товарнинг «имидж»ини ва олдиндан текшириб кўрилган шаклларини ишлатишга имкон яратади. Ундан ташқари бош фирма келажакда янги киритилаётган техник воситалар, технологиялар ва реклама қийматини бир қисмини қоплаш мажбуриятини ўз зиммасига олади ва барча зарурий хизматлар кўрсатади.

Франчайзингни иккита асосий тури мавжуд: товарли ва ишбилармонли. Товарли франчайзинг франчазиатга ҳар хил товар гуруҳларига тегишли бир тўплам товарни сотиш билан боғлиқ тўланадиган ҳақ франчайзиатлардан маълум шароитларда ундириб олинади. Баъзи бир ҳолатларда ушбу тўловлар кафолатли хизматга ҳақ тўлаш билан ва биргаликдаги реклама харажатлари билан боғлиқдир.

Товар франчайзингининг муҳим элементлари — бу франчайзиатлардир. Улар иккита вазифани бажарадилар: савдо корхоналарини барпо этиш учун капитал етказиб бериш ва уларга раҳбарлик қилиш.

Ишбилармонга (ишчан) франчайзинг ҳар хил турдаги ва шаклдаги хизмат кўрсатиш бўйича келишувлар тузиш йўли билан ва бизнесни берилган ҳуқуқ, имтиёз ҳамда тавсия қилинган шаклда маълум вақт даврида аниқ жойда бажарилиши билан амалга оширилади. Хорижий давлатларда шахсий корхоналарга давлат томонидан махсус имтиёзлар берилади. Масалан, бюджетдан шаҳар транспортининг ишини ташкил қилиш ва уни ҳаракат составини тўлдириш учун маблағ ажратади (янги транспорт воситалари билан). Шахсий корхоналар имтиёз ёки ҳуқуқдан фойдаланганлари эвазига солиқ тўлайдилар.

Ишчанлик франчайзенги ҳақидаги келишув франчайзер ва франчайзиатлар орасидаги муносабатларни охиргисига (франчайзиатларга) қуйидаги хизматлар

кўрсатилишини акс эттириш мумкин, хизматчиларни ўқитиш, мутахассислар томонидан корхонанинг қурилиши учун майдон танлаш, асосий фондларни ижарага топшириш ёки тайёр корхонани эксплуатация қилиш, хўжалик фаолияти соҳасидаги билим ва тажрибалар билан таъминлаб бериш.

Франчайзинг хусусийлаштиришнинг бирдан бир истиқлол шаклларидан ҳисобланади. У мулкни давлатдан маълум шартлар эвазига сотиб олишни ва қандайдир товарларни ёки хизматларни кўрсатиш ишлаб чиқарилиши шарти билан берилади.

19.3. Кичик ва катта бизнес корхоналари ўртасидаги шартномавий муносабатларда франчайзинг тизими

Ҳар қандай франчайзинг тизимининг асосий вазифаси франчайзинг шартномаси ҳисобланади. У франчайзинг ва франчайзиатларнинг қонун ва вазифаларини ўз ичига олади. Шу билан бирга қабул қилинган келишувга биноан ҳеч қайси бир томон бошқа томоннинг солиқ ва қарзига жавоб беришга мажбур эмас. Шунинг учун шартнома имзоланишдан аввал франчайзинг, франчайзер ва франчайзиатларнинг асосий вазиятларини чуқур кўриб чиқиши керак ва уни имзолашдан аввал омилкор мутахассис билан маслаҳатлашиш зарур.

Шартноманинг шу ёки бошқа бўлимларининг зарурлиги, франчайзер ёки франчайзиатларнинг келишилган шартлар асосида мажбуриятларни бажаришлари бўйича аниқланади. Шартнома тузишда қуйидагилар аниқланиши шарт:

— Маҳсулот сотиш учун франчайзиатда техник, франчайзерда эса хизмат кўрсатиш имкониятлари борми?

— Рақобатчи маҳсулоти билан солиштириб сотиш учун таклиф қилган франчайзернинг маҳсулоти ноёбми?

— Франчайзиат учун маҳсулот тайёрлаб берувчи ва аниқ бир ёрдам кўрсатувчи, франчайз унинг олдида қайси даражада жавобгар бўлади?

— Корхонанинг (франчайзернинг) молиявий аҳволи қайси ҳолда, франчайзиат кимнинг маҳсулоти билан савдо қилмоқчи?

— Шу асосда ишловчи бошқа корхона эгаларининг асосий фаолияти ва иш услуби қандай?

— Франчайзингда ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган ва ҳар доим ўзгариб турувчи технология, имконият ва ресурслар борми?

— Франчайзинг шартномасининг давомийлиги қандай?

— Шартномани ўзгартиришга қандай шартлар ва харажатлар керак?

— Маҳсулотни чет элдан келтириш қандай муддатда амалга оширилади, узилиш хавфи йўқми, чет эл валютасида йўқотиш мумкинми?

— Маҳсулот нархига таъсир кўрсатиш билан боғланган ҳолда импорт учун бож қўйиладими ва қандайдир қоида борми?

— Франчайзга келадиган, франчайзиатнинг корхонага (франчайзерга) тўлаши керак бўлган лицензия тўлови пул миқдори қанча? (агарда у қўйилган бўлса). Бу пул миқдори қоидага кўра корхонанинг рекламаси учун доимий харажатга, маҳсулотни олға силжиши учун тадбирлар уюштиришга сарфланади.

Франчайзинг шартномасини тугатишдан аввал қуйидаги саволларни ҳал қилиб олишлари шарт: ўз ишини қариндошларига мерос қилиш имконияти; корхона турар жойини ўзгартиришнинг мақсадга мувофиқлиги; тадбиркорлик фаолиятини кенгайтиришнинг мақсадга мувофиқлиги.

19.4. Франчайзда даромадлар ва молиявий муносабатлар

Франчайзинг капитални сафарбар қилиш воситасидир. Берилган тизим франчайзерга кўпгина инвесторлар маблағларини жалб қилишда, ўзининг хусусий ишининг эгалари бўлишига интилувчилар учун имкониятлар беради. Бунда сарфланган маблағлар йиғиндиси қоидага кўра, акционернинг ёки жалб этилган маблағидан, одатдаги инвестиция маблағлари ҳисобига таъминлаши мумкин бўлган, ўша биргаликдаги ҳаракатни бир оз оширади.

Франчайзернинг даромадига биринчи галдаги унга тўланадиган бир маротабалик мукофот (АҚШда, масалан 25 дан 100 минг долларгача) ва ҳар доим ажратиладиган маблағлар (3 дан 12 фоизгача) қўшилади.

Франчайзиатта кўчмас мулкни, жиҳозларни, мулкни ижарага бериш, маҳсулот сотиш ва хизмат кўрсатиш ҳамда франчайзиатнинг турли савдо корхоналарини сотиб олиш ва қайта сотиш франчайзер даромадининг манбалари ҳисобланади.

Франчайзиатлар фойдаланган, молиявийлаштириш услуби, уларнинг хусусий молиявий маблағи ва банк кредитлари бирикмаларидан ҳамда мол-мулкни гаровга қўйишдан иборат. Бошқа ҳолларда керакли маблағ кўпинча кичик тадбиркорларнинг маблағларини оширади.

Одатда мавжуд бўлмаган молия манбаларини топиш учун дастур ишлаб чиқаришда франчайзер иштирок этсагина, улар ўз ишларини ташкил қила оладилар ва уни керакли даражада ривожлантирадилар.

Чет эл мамлакатларида бундай маблағ қўйиш манбалари қуйидаги фаолият натижасида ташкил қилиниши мумкин:

1. Франчайзер ер майдонларини сотиб олади ва омонатчиларга уни қайтадан сотади. Франчайзер шарти ва режаси бўйича омонатчи майдонда ободончиликни амалга оширади. Кейин франчайзер ободонлаштирилган майдонни ўзининг турли корхоналарига ижарага олиб, уни франчайзиатта қайтадан ижарага беради.

2. «Кичик бизнес учун капитал қўйилма компанияси» ташкил этилади. Бундай компаниялар кичик корхоналарга ссуда бериши мумкин ва ўз маблағини унга акция ҳолда қўяди. Бу компанияларни жалб этиш учун франчайзер кафиллик қилади, франчайзиатнинг ссудасига аниқ чекланиш қўйилади (масалан, ссуда учун фоиз олинади ва буни франчайзиат франчайзорнинг маҳсулотини сотиб олиш ва хизмати учун ишлатилиши мумкин).

3. Франчайзиатларга ижарага бериладиган, савдо корхоналарини қуриш учун, жавобгарлиги чекланган шерикчиликни ташкил этиш ҳақида оммавий таклифлар қилинади.

4. Кўчмас мулк бошқаруви ташкил этилади ва франчайзиат орқали тугатилган иш давом этади. Кўчмас мулк орқали молия таъминланади (бино ва ер майдонлари).

5. Биргаликдаги реклама ташкил қилинади.

6. Бошланғич ва кейинги ўқитиш франчайзер ёрдами орқали ташкил қилинади.

7. Ўқишга қандайдир бизнес орқали лицензияларнинг турли хил солиштирма паст нархда сотиб олинади.

8. Қўйилган маблағнинг бир қисмидан молиявийлаштириш имкониятидан фойдаланилади. АҚШда 1990 йилнинг охирларида франчайзинг келишувлари орқали 533 минг кичик фирмаларни ўз ичига қамраб олинган. Уларнинг айланма маблағи 716 млрд. долларни ташкил этган. Франчайзинг тизими орқали 30 фоиздан ошиқ турли савдо ташкил этилади, бу 1813 млрд. долларни ташкил этади. Бу сумманинг катта қисми автомобилларни сотишга ва бошқа товарлардан маҳсулот (370 млрд. доллардан ортиқ) ва автомобилларга ёқилғи қуйиш манбаларига (115 млрд. доллар) тўғри келади.

20. КИЧИК БИЗНЕСНИНГ ҲАЁТИЙ ЦИКЛЛАРИ

20.1. Кичик бизнеснинг ҳаётий циклининг дескриптив модели

Корхонанинг ҳаётий цикли — бу унинг ишлаб чиқариш фаолияти даври ҳисобланади. Корхонанинг ҳаётий циклининг тўртта босқичи мавжуд: бунёд этиш, ўсиш, дифференциациялаш, жипслаштириш.

Биринчи босқич корхонани бозорда пайдо бўлиши билан тавсифланади, *иккинчиси* — корхонани тараққиёт этиш суръати, унинг бозорда тутган ўрнини мустаҳкамлаш билан, *учинчиси* — хўжалик фаолиятини дифференциация қилиш, янги бозорларга суқилиб кириш, *тўртинчиси* — янгилик киритиш, стратегияни қайта кўриб чиқиш билан ёки банкрот бўлиш билан изоҳланади. АҚШ изланувчилари тадбиркорлик ташкилотини қуйидаги ҳаётий циклини ажратиб кўрсатадилар (худди тирик жондек):

1. Туғилиш даври.
2. Болалик даври.
3. Ўспиринлик даври.
4. Дастлабки етуклик даври.
5. Ўрта етуклик даври.
6. Охирги етуклик даври.
7. Қариш даври.
8. Тикланиш даври (фаолиятини тўхтатиш, банкрот бўлиш пайти).

1. *Туғилиш даври* янги харидорнинг талабини қондириш, бош бозор майдонини янги сегментини эгаллаш. Асосий мақсад рақобатга бардош бериш, шунинг учун барча ишларда ташаббускорлик, муваффақиятга эришиш, чексиз меҳнатсеварлик ҳукм суради. Ташкилотни тавсифли белгиси бўлиб жанговарлик, иложи борича кўпроқ фойда олишга интилишлик ҳисобланади.

2. *Болалик даври* — бу ҳаёт циклидаги энг хавфли босқич ҳисобланади. Бу босқичда асосий мақсад қисқа муддатли муваффақият ҳисобланади, тавсифли белгиси бу мақсад сари интилиш, рақобатчи ташкилотларга асосий аҳамият бериш. Бу босқичда 90% корхоналар банкрот бўладилар. Бунда режалаштириш усули «ололганингни юлиб қол» шиори остида бўлади.

3. *Ўспиринлик даври* — бу босқич ташкилотни барқарорлик жараёнининг шаклланишини бошланишидир. Фаҳм-фаросатли таваккалчилик ўрнига илмий ҳисобкитоблар ишлатилади. Ташкилот бозорда ўз майдонини эгаллаб даромад олишни барқарорлигини режалаштиришни амалга оширади.

4., 5., 6. *Дастлабки етуклик даври* — бу ташкилотни янги фаолият соҳаларига аста-секин кириб бориши, дифференциацияни ва диверсификацияни кучайиши, фаолият кўламларини кенгайиш босқичидир. Бунда ташкилот қуйидаги жараёнларни ўтади: миллий, мультимиллатли, Жаҳон аҳамиятига эгалик. Бу босқичда бошқарув усули марказлаштирмаган бўлиши зарур.

7. *Қариш даври* — ўсишнинг сусайиши ва катта қийинчиликларни мавжудлиги. Бундай қийинчиликларга корхона бардош беролмаслиги мумкин. Бунда бош вазифа ташкилотни сақлаб қолиш, барча воситалар билан жамоа мақомини қўллаб-қувватлаш. Бунда ташкилотнинг модели бюрократия, раҳбарлик тури эса маъмурий бўлиб қолади.

8. *Тикланиш даври* — фаолият тараққиётининг жонланиши корхонага тўла мажмуавий ўзгаришларни ўтказиш зарур. Бошқарув усули — уйғотувчанлик бераҳмсизлик белгилари билан ажралиб туради, агар раҳбарлик сусайса банкротлик содир бўлиши мумкин.

Кичик бизнес корхоналарини у ёки бу ҳаёт цикли босқични босиб ўтиш сезиларли равишда бозорда пайдо бўлаётган шароитга ҳамда давлатнинг олиб бораётган иқтисодий сиёсатига боғлиқдир.

Корхоналар ишининг самарадорлиги кўпинча уларнинг ташкилий таркибига ҳамда раҳбарлик усулига боғлиқ, уларнинг турлича бирлашиш ходимларни ишга бўлган қизиқишини ошириб қолмасдан балки ташкилот турига хос ички чекланишлар ҳисобига қизиқиш камайиб кетиши ҳам мумкин.

20.2. Кичик бизнес корхоналарининг ҳаётий циклини бошқаришни самарали ташкил этиш усуллари

Бозор иқтисодига ўтиш бошқарув масалаларига бошқача муносабатни талаб қилади: яъни, уларни хўжалик юритувчи субъектини ичкарисидан эмас ташқарисидан, очиқ истиқлолига қараши керак. Фақат шундай йўл билан тадбиркорлик фаолиятининг мақсадини корхоналарни ҳаёт циклини ҳар қандай этапида ошириш мумкин.

Биринчи икки босқичда «хўжалик юритувчи субъектни туғилиши» ва «болалик даври» хусусий бизнесни ташкил қилиш билан боғлиқ муаммоларнинг мавжудлиги билан тавсифлидир. Бунга сабаб Ғарбий мутахассислар ҳисоби бўйича банкротликни деярли 60% корхонани бошқара олмасликда ва тадбиркорлик фаолиятини самарасиз режалаштирилиши сабаб деб биладилар.

Кичик ва ўрта корхоналар бошқаруви меҳнатни паст савияда тақсимланиши билан тавсифланади. Бу эса баъзи бир тадбиркорни ҳаддан ташқари иш билан бандлиги сабаби ҳисобланади ва шунинг учун бошқарув меҳнатни тўғри тақсимлаш, тадбирларни мақсадга мувофиқ ўтказиш ва ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш муҳим аҳамиятга эга.

Кичик бизнес бўйича мутахассислар бошқарувни мақбул шаклларини излаб топишда қуйидаги фикр мулоҳазаларга аҳамият берадилар: ҳар қандай бошқарув усули маълум вазифа ва мақсад билан боғлиқ бўлмоғи керак.

Раҳбарнинг хулқи ҳар хил мақсадларга эришишга имкон яратади. Шунинг учун ҳар хил турдаги бошқарув хулқига тўғри келадиган, вазият учун тўғри келадиган бошқарув усулини топишга ҳаракат қиладилар. Бу эса қарорларни излаш, қабул қилиш ва бажарили-

шини ҳамда улар оқибатини назорат қилишни тақазо қилади.

Кичик бизнес корхоналарда раҳбарликни ишга ва одамга мўлжаллаган такомиллаштирилган усули кенг тараққиёт топмоқда. Корхона раҳбарлари ишловчилар меҳнатини тўғри ташкил қилишни таъминлаш эмас, балки корхонани молиявий, маъмурий, тижорат ва моддий бойликларини тўғри ишлатиш масаласини ҳал қилиши ҳам керак.

Шунинг учун бошқарувни доимий такомиллаштирилиши фирмани тез ўзгарувчи ташқи муҳитга кўникиш қобилиятига боғлиқ, *яъни табиий ташкилий жараёнлар* аралашиш таъсирини пасайтириш ўрнига кўпайтириш зарур. Ўз ишининг устаси ҳисобланган тадбиркорлар учун ўз ташкилотини вақтида янгилашни ўз онги билан тушуниш муҳим ҳисобланади. Менежернинг бирдан-бир асосий вазифаси — корхона тараққиётининг истиқлолини қуришдир.

Корхонанинг ишини яхшилаш учун раҳбарлар тартиб интизомни яхшилаши ишловчилар орасида вазиятларни, низоларни бартараф этиши унинг натижасида жамоада психологик муносабатларни соғломлаштириш зарур.

Улар кўпинча бундай вазиятларни сезишлари, безовта бўлишлари ва уларни бартараф қилишлари зарур. Фирманинг раҳбари ўз вақтида одамлар онгидаги бу каби қарама-қаршиликларга тушуниб етиши, ишловчиларни барча куч, билим ва тажрибаларини корхона фаолиятини яхшилашга сафарбар қилиши лозим.

20.3. Кичик бизнес корхоналарининг молиявий мослашувчанлигини таъминлаш

Фирманинг ҳаёт циклини ҳар қандай босқичида, унинг молиявий мослашувчанлигини зарурий савияда ўз вақтида баҳолаш ва қўллаб-қувватлаш муҳим ҳисобланади.

Корхонанинг молиявий мослашувчанлиги — бу кўрсатгичлар мажмуаси бўлиб, унинг активлари қанчалик ликвидлилигини, қўшимча молиявий воситалар олиш имконияти қандайлигини, ишга киритилмаган капиталини фоизи қанчалигини ва корхона ўзининг инвестицион ва ишлаб чиқариш фаолиятини ўзгартириш қобилиятига қай даражада эга эканлигини аниқлайди.

Корхонанинг молиявий мослашувчанлигини аниқлаш учун қуйидаги баҳолаш тизими ишлатилади:

- активларни юқори ликвидлилиги;
- активларни сифат тузулиши ва уларни нарх тавсифи;
- активларни ўзини ўзи сақлаш даврининг давомийлиги;
- корхонанинг ўзи сиёсатини ташқи муҳит ўзгаришларига боғлаб ўзгартира олиш қобилияти.

Активларнинг ликвидлилиги — бу моддий бойликларни сотиб нақд пулга айлантиришдаги енгилликдир. Корхонанинг баъзи бир активлари ўзаро шундай боғланган бўлишлари мумкинки, биттасини йўқотиш бошқасини самарали ишлатилишига сезиларли таъсир кўрсатиши мумкин.

Корхона ўз материал активларини бошқа активларни келтирадиган даромадига салбий таъсир кўрсатмасдан сота олиши унга молиявий устунлик келтиради. Масалан, «Холдинг» компаниясининг акцияларини сотиш бошқа тез сотилувчи қимматбаҳо қоғозларни, облигацияларни сотилишига салбий таъсир кўрсатмайди.

Корхоналарда ўзгармас бозор нархига эга активларини бўлиши, уларни етарли ликвидлилигини тавсифлайди, чунки нархни кучли ўзгариши фирманинг активларини сотилишини бартараф этади. Узоқ муддатли активлар қисқа муддатлилигига қараганда таваккалчиликка эга, чунки биринчисидан озод бўлиш анча қийинроқдир.

Активларни ўзини-ўзи қоплаш даври уларни иқтисодий рентабеллиги савиясини аниқлайди, яъни корхона учун ҳаётий муҳим кўрсаттичдир. У қуйидаги ифода билан аниқланади:

$$Ри = \frac{ННЭИ}{А - МТ} \times 100$$

Бу ерда: *Ри* — активларни иқтисодий рентабеллиги;
ННЭИ — нетто-натижа, инвестицияни ишлатиш натижалари (баланс даромад Қ қарзлар бўйича молиявий харажатлар), сўмда;
МТ — муддати узайтирилган тўловлар (кредиторлик қарзлар) сўмда;
А — активлар, сўмда.

Агар иқтисодий рентабеллик формуласини бошқа-

ча қилиб ўзгартириб айланмани (айланма 1) кўпайтирсак, бу каби операциядан активлар рентабиллиги миқдори ўзгармайди, аммо иккита муҳим кўрсаткичга эга бўлиш мумкин.

Тижорат маржаси (тм) ва трансформация коэффициенти (тк) қуйидагича бўлади.

$$Ри = \frac{ННЭИ}{А—МТ} \times \frac{айланма}{айланма} = \frac{ННЭИ}{айланма} \times \frac{айланма}{А—МТ}$$

Тижорат маржаси — 100 сўм активлар айланмаси қандай ишлатиш натижасига олиб келишини кўрсатади. Улар одатда фоизда берилади. Юқори савиядаги даромадга эга корхоналарда тижорат маржаси 2 ва 30% дан ошади, бошқаларда эса 3—5% га зўрға етади.

Трансформация коэффициенти активларнинг ҳар бир сўми эвазига қанча сўм айланма олинишини кўрсатади, яъни активларнинг ҳар бир сўми қандай айланмага трансформация қилинади. Тижорат маржасини активларни айланувчанлиги десак ҳам бўлади.

Активларни сезиларли айланмасига эришиши корхоналарни анча муваффақиятга эришганлигидан дарак беради. Аммо бу муваффақиятга эришиш учун қанча меҳнат сарф бўлганини баҳолаш фақат тижорат маржаси ва трансформация коэффициенти ёрдамида эришилади.

Масалан, агар 105 млн. сўм баланс даромади 150 млн. сўм молия ишлатиш харажатлари ҳисобига олинганда, унда тижорат маржасининг савияси етарли даражада юқори 105/150=7% ўз аҳамиятини юқори трансформация коэффициенти ҳисобига йўқотади (150/(180+120)). Бундан келиб чиқадики, ойига 2 сўмдан актив киритиш керак бўлади. Бу каби корхонанинг иқтисодий рентабиллиги атиги 3,5 га (7% х 0,5) тенг бўлади.

Иқтисодий рентабилликни йўлга солиш, унинг иккита қисмига таъсир кўрсатиш ҳисобига амалга оширилади: тижорат маржаси ва трансформация коэффициенти.

Амалиётда бу каби кўрсаткичларни юқори савиясини таъминлаш анча қийин, чунки активлар айланмасини кўпайтирсак трансформация коэффициенти ошади, тижорат маржа эса пасаяди, агар бир вақтда активларни ишлатилиш самараси ошмаса.

Тижорат маржасига нарх сиёсати, харажатлар ҳажми ва таркиби таъсир кўрсатади. Трансформация коэффициентига корхонанинг фаолияти тармоқланган шароитлари, ҳамда унинг иқтисодий стратегияси таъсир кўрсатади.

Активларни ўзини-ўзи қоплаш даври сезиларли равишда корхонанинг молиявий турғунлигига таъсир кўрсатади, масалан, корхонанинг қимматбаҳо қоғозларини иккита йўналиш бўйича ишлатишга имкони бор.

Биринчиси бўйича 100 млн. сўмли акцияларни киритишда бир йилдан сўнг даромад 100 млн. сўм бўлади ёки 100%, иккинчи вариант бўйича кўрсатилган акцияларни киритишда ўн ойдан сўнг, даромад 25 млн. сўмга, яъни 25% тенг бўлади.

Бу ерда қимматбаҳо қоғозларни ишлатилишининг иккинчи йўналиши корхонани катта молиявий эгилувчанлигини таъминлайди, чунки активларни айланиш даври қисқаради.

Уч ойдан кейин олинган пул маблағлари миқдори яна айланишга киритилса, қўшимча даромад келтиради. Бир йилда акциялар тўрт марта айланса қўшимча даромад 144 млн. сўмга тенг бўлади, яъни биринчи йўналишдаги қимматбаҳо қоғозларни ишлатилишига қараганда 44 млн. сўмга тенг бўлади.

1 та айланма 125% x 100 = 125 млн. сўм.
2 та айланма 125% x 125 = 156,2 млн. сўм.
3 та айланма 125% x 156,2 = 195,2 млн. сўм.
4 та айланма 125% x 195,2 = 244,0 млн. сўм.
244% x 100 = 144 млн. сўм.

Юқорида келтирилган мисолдан кўринадики, активлар айланишини берилган миқдорига эришиш учун қанча маблағ ишлатилган бўлса, корхона фаолиятини қайта қуриш ҳолатини конвертация қилиш учун шунча куч сарф қилиш керак бўлади.

Корхонанинг молиявий эгилувчанлиги сезиларли даражада унинг ўз фаолиятини йўналишини ташқи муҳитга қараб ўзгартира олиш қобилиятига боғлиқ. Фирма тараққиёт топиши учун молиявий ресурсларга кириш имконига эга бўлиши керак.

Кира олиш қобилияти ва молия билан таъминланиш миқдори назорат қилиниши қийин бўлган омиллар таъсир кўрсатади. (Масалан, банк билан бўладиган муносабат). Шунинг учун корхона раҳбарини ўз диққатини ўзининг бировдан қарзга олинадиган маб-

лағига ва қониқарли фоизга эга кредит олишга қаратилиши керак.

20.4. Кичик бизнес корхоналари ҳаёт циклининг муҳим босқичларида қимматбаҳо қоғозлар портфели

Кичик бизнесда кўпчилик тадбиркорлик таркибларининг қисқа ҳаётий даври корхоналарда бозор иқтисоди шароитида хулқий билимларни ўзлаштиришга сабаб бўлувчи заруриятдир.

Бу тараққиёт топган давлатларни кўп йиллик тажрибаси асосида қимматбаҳо қоғозлар портфели билан ишлашни ўрганишдан иборатдир.

Қимматбаҳо қоғозлар портфели — бу бутун бир танҳо бошқариладиган қимматбаҳо қоғозларга киритилган маблағлар йиғиндисидир.

Қимматбаҳо қоғозлар портфелини бошқариш — портфел таркибини таҳлил қилиш, тартибга солиш ва режалаштириш, уни шакллариш фаолиятини амалга ошириш ва қўйилган мақсадларга эришиш учун унинг зарурий ликвидли савиясини, у билан боғлиқ бўлган харажатларни камайишини сақлаб қолишдир.

Портфел қуйидаги мақсадлар учун бунёд этилади: фоиз олиш, капитални сақлаб қолиш ва капитал учун ўсишни таъминлаш (қимматбаҳо қоғозларни курс қийматини ошиши ҳисобига). Ушбу мақсадлар мақбул бўлишлари ва турли турдаги қимматбаҳо қоғозлар портфелига тўғри келиши керак.

Қимматбаҳо қоғозлар портфелининг тури — бу *портфелнинг умумийлаштирилган тавсифидир* унинг мақсадли вазифалари ёки унга кирадиган қимматбаҳо қоғозлардир.

Ёш тадбиркор таркиблари учун кўпроқ қуйидаги турдаги қимматбаҳо қоғозлар тавсифлидир: ўсиш портфели, даромад портфели, таввакалчилик капитали портфели.

Ўсиш портфели бозорда курс қиймати бўйича тез ўсувчан акцияларга мўлжалланган. Портфел эгаларига дивидентлар унча катта бўлмаган ўлчамда тўланиши ёки бутунлай тўланмаслиги мумкин.

Даромад портфели юқори кундалик даромад олишига йўналтирилган. Бир текис тўланиб турган фоизни ва бу каби портфелга кирувчи қимматбаҳо қоғоз-

ларнинг курс қийматига нисбати ўртача бозорникидан юқоридир. Уларни курс қиймати анча секин ўсиб боради.

Таваккалчилик капиталининг портфели «Ташаббускор» турндаги корхоналарнинг қимматбаҳо қоғозларидан ташкил топган. Бу корхоналар ҳар томонлама янги технология ва янги маҳсулот чиқариш асосида тез кенгайиш стратегиясини танлаб олганлар.

Етук корхоналар ўзларининг хўжалик фаолиятларида (юқорида келтирилган қимматбаҳо қоғозлар портфеллари билан бир қаторда) кенг мувозанатлаштирилган ихтисослашган портфелларга кенг меъёрда мўлжалланган.

Балансировка қилинган портфеллар қисман курс қиймати тез ўсувчи қимматбаҳо қоғозлардан, қисман эса юқори даромадли қимматбаҳо қоғозлардан ташкил топган. Шундай қилиб капитални ўстиришдан ва юқори даромад олишдан мақсад шуки, умумий таваккалчиликлар балансировка қилинганлигидир.

Ихтисослаштирилган портфеллар қимматбаҳо қоғозларни умумий мақсад бўйича бирлаштирмай, балки алоҳида ўлчамлар билан бирлаштиради, масалан:

— Ўзгармас капитал ва даромад портфели депозит сертификатларини ўз ичига олади.

— Қисқа муддатли фоизлар портфели қисқа муддатли қимматбаҳо қоғозлардан ташкил топган.

— Ўрта узоқ муддатли фондлар портфели белгиланган даромад билан, қоида бўйича, облигациялар ҳисобига шаклланади.

Камёб инфляция иқтисоди ва ишлаб чиқариш ҳажмини пасайиши, мулк таркибини ўзгариш жараёнини чуқурлашуви шароитида портфелни шаклланиши ўз кўринишини ўзгартириб туриши мумкин. Бу тизим ўз ичига қуйидаги мақсадларни олиши мумкин:

1. Капитални сақлаш ва кўпайтириш.
2. Қимматбаҳо қоғозлар сотиб олиш.
3. Камёб мол-мулкни қимматбаҳо қоғозлар ёрдамида қўлга киритиш.
4. Таъсир соҳасини кенгайтириш ва мулкни қайта тақсимлаш, «холдинг» қимматбаҳо қоғозларининг таркибларини бунёд этиш.
5. Қимматбаҳо қоғозлар бозорининг нотўғрилиги шароитида курсни ўзгарувчанлигидаги олиб-сотарлик ўйини.

6. Ҳосил мақсадлари (бозорни хабарлаш, ортиқча бозорлардан суғурталаниш).

Қимматбаҳо қоғозлар портфелини корхонанинг ҳар қандай тараққиёт имконида бошқариш портфелини энг юқори даромадга эришишга йўналтирилган бўлмоғи зарур, яъни қимматбаҳо қоғозлар инвестициялардан келадиган даромад пул маблағларини жалб этиш харажатларидан ортиқ бўлиши лозим.

Қимматбаҳо қоғозлар портфелини ноликвидлийлигини икки ҳолатда кўриш мумкин:

— кредитлар олдида ўз мажбуриятини вақтида узиш қобилияти, улардан қарзга олинган, улар ҳисобига қимматбаҳо қоғозлар портфели ёки унинг бир қисми шаклланган пул ресурсларини қайтариш;

— қимматбаҳо қоғозларнинг барча портфелларини ёки уларнинг бир қисмини пул воситасига унча кўп бўлмаган курс қийматидаги йўқотишлар ҳисобига айлантириш қобилияти.

21. КИЧИК БИЗНЕСДА БАНКРОТЛИК

21.1. Банкротлик — рақобат курашининг объектив ҳодисасидир

Банкротлик — бу хўжалик юритувчи субъектнинг иқтисодий қашшоқлиги, уни қарз мажбуриятлари бўйича тўловга қобилиятсизлиги, хўжалик судининг қарори билан ошкора эълон қилинганлигидир. Ўз ишининг маъноси билан банкротлик — бу бозор иқтисодидаги оддий ҳолат, рақобат курашидаги табиий жараёндир, унда ночор тадбиркор таркиби ўзининг хўжалик фаолиятини тўхтатишидир. Рақобат курашининг натижаси — бу ишлаб чиқариш тараққиётини ишдаги ташаббусни рағбатлантиришдан иборатдир.

Бозор муносабатлари шароитида тадбиркор ва корхоналар талаб бўлмаган ёки қимматбаҳо маҳсулот чиқарувчилар ёки уни ишлаб чиқарилишидан воз кечиши ёки тугатилиши керак. Тугатилган корхонада меҳнат ишлаб чиқариш ва молиявий ресурслар янги фирмалар бунёд этилишида асос ҳисобланадилар.

Хўжалик юритувчи субъектларини банкрот бўлиш моҳияти барча кредиторлар талабини қондиришдан иборат, яъни улар манфаатини қондиришидир. Банк-

ротликга учраган тадбиркор ёки корхона мулкини сотишдан асосий мақсад кредиторларга қарзни қайтаришдан иборатдир. Шу билан бирга кўпчилик давлатлар қонунияти шу жумладан бизнинг республикамизда ҳам оғир молиявий аҳволга тушган, хўжалик юритувчи субъектга ёрдам кўрсатишга аввалги турғунликни тиклашга ва яна тўлаш қобилиятига эга бўлишига йўналтирилган.

Банкрот — бу жисмоний ёки юридик шахс (хўжалик юритувчи субъект), хўжалик суди қарори билан ошкора иқтисодий қобилиятсиз қарздор деб аталишидир. Аммо банкротлик балки хўжалик юритувчи субъектнинг ҳаддан ташқари қарздори билан боғлиқ бўлиши мумкин. Бу иккинчи вариант амалиётда тадбиркорлик таркибини соғломлаштириш (санация) усули сифатида ишлатилиши мумкин.

Жаҳон амалиётида — *Санация* (лотинча *sanatio* — даволаш, соғломлаштириш) маъносини билдиради, бу — саноат, савдо корхоналарини, банкларни ва бошқаларни банкротликдан сақлаб қолиш учун йирик банклар ва давлат томонидан ўтказиладиган тадбирлар тизимидир.

«Иқтисодий қашшоқлик ва банкротлик ҳақидаги» қонун банкротлик жараёнини фавқулоддаги воқеа деб қарайди. Корхонанинг фуқаровий ҳуқуқий мажбуриятларини бажармаслиги, қарзларини активлардан ортиқлиги субъектни банкрот деб билишга асос бўлолмайди.

Баъзи бир ҳолларда кредиторлар судга мурожаат қилиб қарздорларни банкрот деб билишни талаб қилмоқдалар, бунинг ўрнига улар оддий йўл билан ўз ҳақларини ҳуқуқ ва шартномага асосан ундириб берилишини талаб қилганлари маъқул бўлар эди. Тўлай олмаслик қобилияти узоқ муддатли бўлиши, айрим сабабларга кўра ўзгарувчан бўлиши ҳам мумкин.

Банкротликни янги маросимини киритилишида қарздор ва кредиторлар орасида қарзларни тўлаш тўғрисида тинчлик йўли билан келишиш имкони кўзда тутилади. Тинчлик йўли билан келишувнинг қарорини кредиторларнинг умумий мажлисида қабул қилинади ва хўжалик суди тасдиқлайди.

Банкротлик замини — бу маълум ҳақиқий ҳолат бўлиб, уни аниқ шароитни ҳисобга олиб баҳолаш зарур. Ҳар қандай тўхтатилган тўловни банкротлик за-

мини деб ҳисобламаслик керак. Агар тўловларни тўхтатилиши ёмон ният натижаси бўлса, унда у жиноят жараёни сабаби ҳисобланади. Шунинг учун ёмон ният ва қалбаки банкротлик муаммосини қўшимча равишда қайта кўриб чиқиш талаб этилади.

21.2. Кичик бизнес корхоналари инқирозга учрашининг асосий сабаблари

Тадбиркорлик таркибининг фаолиятини иқтисодий натижалари сезиларли тебранишларга мойилдир ва улар кўп омилларга боғлиқ. Бу эса кўпчилик хўжалик юритувчи субъектлар кўтарилиш ва пасайиш босқичларини босиб ўтади, кўплари банкротликга яқинлашсалар, бошқалари банкротликга учрайдилар.

Чет давлатлардаги кўп йиллик корхоналарнинг оёққа туриши ва тараққиётига оид тажрибалардан келиб чиқадики, фирмани молиявий кризиси ва банкротлигининг сабаблари — бу талабни қисқариши, ишлаб чиқариш ҳажмини пасайиши, уни издан чиқиши ва маълум бошқарув тизимининг йўқлигидир.

Тараққиёт топган турғун иқтисодий ва сиёсий тизимга эга давлатларда банкротликга 1/3 қисмига ташқи омиллар ва 2/3 қисмига ички омиллар сабабчи бўлар экан.

Бизнес амалиётида банкротликни олдиндан айтиб бериш учун Е. Альмашнинг «Z-ҳисоби» ишлатилади.

$$\text{Z-ҳисоб} = \frac{(1{,}2\ \text{ОК} + 1{,}4 \times \text{ДТ} + 3{,}3 \times \text{АФД} + \text{СХ})}{\text{А} + 0{,}6 \times \text{ОАБК} / \text{П}}$$

Бу ерда: ДТ — даромадни қайта тақсимлаш;
СХ — сотиш ҳажми;
А — барча активлар;
ОАБК — оддий ва имтиёзли акцияларнинг бозор қиймати;
П — барча пассивлар.

Z-ҳисоб	банкротлик эҳтимоли
1,8 ва ундан кам	жуда юқори
1,81 дан 2,7 гача	юқори
2,8 дан 2,9 гача	мумкин
3,0 ва юқори	жуда паст

Хўжалик юритувчи субъектнинг банкрот бўлиш имконини баҳолашда қуйидаги кўрсаттичлар нисбатини таҳлил қилиш зарур:

— барча активларга оборот капиталини нисбати;

— қарзларни акционерлик капиталга нисбати;

— барча пассивларни барча активларга нисбати;

— асосий капитални акционерлик капиталига нисбати;

— соф фойдани барча активларга, операциялардан келиб тушадиган нақд пулларни барча пассивларга нисбати;

— соф фойда плюс кредит бўйича фоизни кредит бўйича фоизларга нисбати.

21.3. Тадбиркорларнинг ўзига хос хато ва камчиликлари

Кичик шаклдаги хўжалик юритувчи субъектларнинг молиявий қашшоқлиги ва банкрот бўлиши тадбиркорлар, раҳбарлар, фирманинг менежерлари томонидан йўл қўйиладиган бир қатор камчиликларга боғлиқ.

Умумий хатолар ва камчиликлар ичидан иш бошловчи тадбиркорларнинг, кичик фирма раҳбарларининг, етук ёшдаги корхона менежерларининг ўзига хос хатоларини ажратиб кўрсатиш мумкин.

Иш бошловчи тадбиркорларни ва етук фирмаларининг менежментларини хато ва камчиликларини туркумлаш шуни кўрсатадики, бизнесни ташкил этишда имкониятларни, ресурсларни ва таваккалликларни ҳаётий циклини барча босқичларида пухта таҳлил қилиш керак бўлади.

21.4. Кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектларни тугатиш ва қайта ташкил этиш шарт-шароитлари

«Банкротлик» ҳақидаги қонун давлат ҳудудида хўжалик юритувчи субъктлари билан биргаликда уларнинг мулк шаклидан қатъий назар юридик ва жисмоний шахсларнинг мулкий муносабатларига таъсир кўрсатади.

Банкротлик институтининг мақсади ўз хўжалик фаолиятини давом эттираётган субъектларини ва уларнинг кредиторлари орасидаги ўзаро муносабатларни

тартибга солишдан иборатдир. Бу каби фаолиятини мумкин эмаслиги ёки йўқлигига, асос бўлмаганда кредиторларни талабини имкон борича қондириш, юридик шахс банкроти йўқотиш, жисмоний шахсни қарзлардан озод қилишдир.

Қарздорга (банкротта) нисбатан хўжалик суди томонидан қуйидаги чоралар кўрилиши мумкин: санация, тугатиш, тинчлик келишуви.

Бу ерда санация деганда таркибни қайта тузиш тартиби, мулк ҳуқуқини ўзгариши, қарздорни мулк томонидан, ёки ваколат берилган идора, ёки бошқа шахслар томонидан ушбу қарздорни ва унинг меҳнат жамоасини сақлаб қолиш ниятида молиявий қўллаб-қувватлаш тушунилади. Агар хўжалик суди қарздорни мулки банкротлик иши бўйича олиб бориладиган ишлар харажатига етмаслигини аниқласа, унда суд қарздорни банкрот деб эълон қилади ва банкротлик ишини тугади деб ҳисоблайди.

Банкротликни эълон қилгандан кейин хўжалик суди томонидан тайинланган бошқарувчи кредиторларни ва қарздорни ҳуқуқ манфаатларини ҳимоя қилади ва банкротлик тўғрисидаги ишни ниҳоясига етказишга кўмаклашади.

У қарздорни мулкини бошқаради, унинг сақланишини ташкил этади, кредиторлар талабини банкрот бўлгани мулки ҳисобига қондиради, қарздорга юридик шахсга нисбатан уларни хўжалик фаолиятини ташкил қилади.

Қарздорни хўжалик фаолиятини ташкил қилишда бошқарувчи шартнома тузиш ва кредит олиш ҳуқуқига фақат кредиторлар розилиги билан эга бўлади. Кредиторларни умумий мажлисини қарори чиқмагунча бошқарувчига юридик шахсни тугатиш ман этилади. Юридик шахсни тугатилиши банкротлик ишини тугатилганидан кечикмай амалга оширилади.

Агар банкротлик тинчлик келишуви тузиш билан тугаса ёки банкротлик ишини хўжалик суди тўхтатса, ёки қарздорда ўз фаолиятини давом эттириш учун барча шикоятлардан сўнг етарли мулки қолса унда юридик шахс тугатилмайди.

Тинчлик келишуви — бу қарздор ва кредиторлар орасидаги қарзларни тўлаш тўғрисидаги келишув бўлиб, унда қарзларни камайтириш ёки уларни тўлаш мудда-

ти узайтириш ва бошқа томонларни келишуви билан амалга оширилади диган шартномалар кўзда тутилади.

Тинчлик келишуви тузилган деб қуйидаги ҳолатларда ҳисобланади:

1. Қарздор қарзларни ярмидан оз қисмини тўлашни таклиф этганда унга рози бўлиб 2/3 дан кам бўлмаган мажлис кредиторлари ўрнида бўлган қатнашчилари овоз берса, агар уларнинг талаблари 2/3 дан кам бўлмаган имтиёзсиз қиймат талабларни ташкил қилса.

2. Қарздор қарзларини ярмидан кам қисмини тўлашни таклиф қилса, агар бунга барча қатнамаётган кредиторларнинг 3/4 қисми рози бўлиб овоз берса, агар уларнинг талаблари 3/4 қисмидан кам бўлмаса.

Тинчлик келишуви барча имтиёзсиз кредиторлар учун, уларни овоз беришда қатнашганлигидан қатъий назар тўғри деб топилади. Уни таъсир қилиш муҳлати кредиторларнинг умумий мажлисида қарздорнинг таклифи асосида белгиланади. Хўжалик суди бошқарувчининг ёки кредиторнинг таклифи билан тинчлик келишувини қуйидаги ҳолларда тугатади, агар:

1. Қарздор атайин ёки қалбаки банкротликни амалга оширса.

2. Қарздор тинчлик келишувида кўзда тутилган мажбуриятларини бажармаса.

3. Тинчлик келишувининг таъсир қилиш муддатининг ярмидан кам бўлмаган қисми ўтгандан кейин қарздор тинчлик келишувини шартини бажара олмаса.

Агар тинчлик келишуви тугатилса, унда банкротлик ишини кўриш яна тикланади.

21.5. Ишдан бўшатилаётган ишловчиларнинг ҳуқуқий кафолатлари

Агар корхона банкрот деб топилса, корхонани бошқарувчи раҳбар меҳнат шартномаларининг шартини бажаришни давом эттиради ёки уларни қонуний ҳужжатларга асосан бекор қилади.

Иш берувчилар банкрот деб топилганда уларнинг ишчиларига тўланмаган маош компенсация сифатида Давлат томонидан тўланади, бунда тўланадиган пул миқдори икки ойлик ўртача маошдан ортиқ бўлмаслиги зарур (агар республика қонуниятида бошқа нарса кўзда тутилмаган бўлса).

Агар ишчиларга иш берувчини банкротлиги сабабли давлат компенсация тўласа, меҳнат шартномасини тугатилишида ёки бошқа қонуний ҳужжатлар асосида банкротлик иши кўрилишида шу компенсацияни тўлаган давлат идораси кредитор сифатида чиқади.

Қарздорни банкротлиги муносабати билан яшаб туриши учун пул маблағи — ҳаёт кечириш учун бутунлай маблағи бўлмаганда берилади. Бунда қарздорнинг аризаси асосида хўжалик суди унга ва унинг қарамоғидагиларига банкротнинг мулки ҳисобидан яшаш учун зарур бўлган маблағ миқдорида икки ойгача тўлаб туради. Айрим ҳолларда, бу муддат хўжалик суди томонидан узайтирилиши мумкин.

IV б ў л и м.
Кичик бизнес ва маркетинг

22. МАРКЕТИНГНИ ФИКР ЮРИТИШ УСУЛИ

22.1. Маркетинг мақсад ва вазифалари

Кичик бизнесдаги хўжалик юритувчи субъектлар ҳар доим харидорни мўлжал қилиб қуйидаги саволларга жавоб топишлари керак: Қанча? Қай даражада сифатли? Нимадан? Қачон маҳсулот ишлаб чиқарилиши керак? Бундан маълумки кичик тадбиркорлик таркиблари сони, сифати, фазовийлиги ва вақт ўлчамлари бўйича чекланган.

Улар бозорни эгаллаш учун амалга ошираётган хўжалик операцияларининг харажатларини харидорлар учун олиб бориладиган рақобат курашида ютиб чиқиш учун камайтириб боришлари зарур. Натижада потенциал харидор унинг таклиф этган товарини харид қилади. Бу муаммони ечишда маркетинг муҳим дастак ҳисобланади.

Маркетинг (инглизчадан *market* — бозор) — бу маҳсулотни ишлаб чиқаришдан бошлаб токи уни сотишни ташкил этилишигача бўлган мажмуавий тизимдир. У аниқ харидорларни талабини қондириш, бозорни ўрганиш ва олдиндан кўра билиш асосида фойда олишга мўлжалланган.

А. Хоскинг айтиши бўйича маркетинг — бу биз сотишимиз мумкин бўлган маҳсулотни сотиш эмас, балки сотиладиган маҳсулотни ишлаб чиқаришдир.

Маркетингни асосий мақсади — бозорни ҳар томонлама ўрганиш, таҳлил қилиш ва конъюнктура ўзгаришини олдиндан билиш асосида юқори фойда олишдир.

Бизнес муаммосини кенг қулайлилиги ва кўп рўйхатлиги шу жумладан унинг кичик шаклларини, бир қатор мақсад муаммоларини ишлаб чиқариш жараёнида, сотишда, реклама ишларида куйиши ва ечи-

лишини кўзда тутади. Шунинг учун иқтисодий адабиётда «Маркетинг» тушунчаси тўғрисида турли туман таклифлар ўрин олган ва бир неча турдаги маркетинг ажратиб кўрсатилган.

Маркетинг — бу харидорни маҳсулот ёки хизматта бўлган талабини аниқлаш ва уни сўнгги истеъмолчига даромад олиш мақсадида сотишни изоҳлаш ва тарқатиш жараёнидир.

Маркетинг — бу менежментнинг жавобгарлиги даражасини аниқлаш, олдиндан кўриш ва талабларни қондириш учун рағбатлантириш жараёнидир (маркетинг институти).

Маркетинг — бу сотиш бозорларини бунёд этиш ёки талабни бунёд этиш (В. Хойер — қандай қилиб Европада самарали бизнес қилиш мумкин. М. 1990 йил).

Конверсион маркетинг — бу маркетинг турларидан бири. Унинг тавсифли белгиси зарурий шароит яратиб товар ва хизматларни таклиф қилиш учун талабни бунёд этиш ва шакллантириш. Конверсион маркетинг мақсади мазкур товарга нисбатан баъзи тоифадаги фуқаро ва корхоналарни салбий муносабатини бартараф этиш ва уларни потенциал истеъмолчилар доирасига жалб қилишдан иборатдир. Бу учун мақсадга мувофиқ йўналтирилган реклама фаолияти, ҳар томонлама тарқалган сервис хизмати ва юқори даражадаги таъминлов ўта зарурдир.

Маркетинг «Микс» (маркетинг мажмуаси) — корхоналар томонидан ишлаб чиқарилган товарга бўлган талабга таъсир кўрсатиш учун зарурий маркетинг тизимидир. Бу каби воситаларга қуйидагилар киради: товар, нарх, сотувнинг ўрни ва шарти, реклама ва рағбатлантириш.

Ҳар бир кўрсатилган элементни ишлатилишини ҳисобга олиб маркетинг «Микс» қуйидагиларни билдиради: истеъмолчини мўлжал қилиш, унинг талабини ўрганиш, истеъмолчи талабини ҳисобга олган ҳолда маҳсулот ва хизмат ассортиментини шакллантириш, барча товарни охирги истеъмолчигача қониқтирадиган то ҳаракатта келтирувчилар учун эгилувчан нарх белгилаш сиёсатини олиб бориш, қулай ва амалга оширилиши мумкин бўлган олди-сотди жараёнини амалга ошириш, сотувчиларни ва воситачиларни маҳсулот сотгани учун истеъмолчиларни эса ушбу фирмани маҳсу-

лотини сотиб олгани учун турли рағбатлантириш ва сийлаш чора-тадбирларини ишлатиш.

Ремаркетинг — товар ўзига бўлган талабни пасайишини сеза бошлаганда ремаркетингни қўллаш керак бўлади. Бунда маркетинг хизмати бозорда товарга бўлган талабни пасайишини бартараф этиш вариантларини излаб топади.

Қўлловчи маркетинг — корхонанинг маркетинг фаолиятининг бир тури бўлиб товар ва хизматга бўлган талабни етарли савиясини сақлаб қолишни таъминлаб беради. Қўлловчи маркетингнинг мақсади — талаб ва таклиф мувозанатини доимий диққат эътиборини талабни ўзгартирувчан омилларга қаратилиши ҳисобланади.

Тараққиёт топтирувчи маркетинг — корхонанинг маркетинг фаолиятини бир тури бўлиб у товар ва хизматга бўлган потенциал талабни қондириш ва барча товар учун реал талабни излаб топишдан иборатдир.

Тараққиёт топтирувчи маркетингнинг асосий мақсади — маркетингни белгилаш ҳаракатини талаб тараққиётини керак томонига йўналтириш.

Синхрон маркетинг — бир қатор товарларни мавсумий истеъмол қилинишида сотишни барқарор қилиш учун ва талабни ўзгаришини пасайтириш учун қўшимча чоралар эҳтиёжи кўрилиш пайдо бўлган ҳолатларда ишлатилади.

Рағбатлантирувчи маркетинг — маркетинг тури бўлиб, талабни шакллантириш ва рағбатлантиришга йўналтирилган. Рағбатлантириш маркетингни ишлатилишининг уч хил соҳаси бўлиши мумкин:

1) истеъмолчи ушбу товар унинг ҳеч қандай манфаатга эга эмас деб ҳисоблаганда;

2) товар учун сотилиш регионни тўғри танламаганда эмас;

3) истеъмолчи ва бозор янги товар вужудга келишга тайёр бўлмаганда.

Кичик бизнес субъекти хўжалик фаолиятига маркетинг киритилиши тадбиркорлик самарасини оширишга кўмаклашади.

Кичик шаклдаги хўжалик юритиш субъектларини кундалик амалиётида маркетингни стратегик масалаларини амалга оширилиши қуйидаги йўналишларида амалга оширилади:

1) энг кўп ахборотни бозорни эгаллаб турган муҳит тўғрисида ўз вақтида олиш ва уни тўғри таҳлил қилиш;

2) маркетинг мақсадларини тўғри қўйиш ва уларга эришишнинг асосий йўллари;

3) ресурсларни мақсадлар билан, мақсадларни эса истеъмолчилар талаби билан мақбул бирлаштириш. Маҳсулот тури ва ассортиментини бозор талабини юқори даражада қондириш учун шакллантириш;

4) жамоа билан ишлаш, шахсий тадбиркорлик фаолиятини потенциал харидорлар, ишловчилар орасида тан олиш ва қўллашга эришиш учун ташвиқот ишларни олиб бориш;

5) бозорда сотиш тармоғини бунёд этиш орқали, рекламалар сотувини рағбатлантирувчи тадбирларни ўтказиш, сотувчи воситачиларни, ўз харидорларини ва бозор майдонини топиш учун ҳаракат қилиш;

6) маркетинг тизимини янги фирма шароитига мослаштириш учун кундалик бошқарув ишини ташкил этиш.

Маркетингни кичик бизнесда самарали ишлаш шартлари қуйидагилардан иборат: тараққиёт топган бозорни мавжудлиги, ишлаб чиқарувчини эркинлиги, ахборот тўплаш тизимини, барча учун тушунарлиги, тадбиркорларнинг тайёрланганлиги ва ҳоказо.

Тадбиркорликда маркетинг вазифалари

Харидорларни маҳсулот ва хизматга бўлган талабини аниқлаш, уни мувозанатини ва маркетинг ҳаракатини зарурий йўналишдаги талабни таъминлаш	Сотувни баҳолаш	Савдони тараққиёт топтириш ҳамда халқни бандлигини харидорлар заруриятини ва талабини баҳолаш ҳисобига ошириш	Ишлаб чиқариш ресурслари ва хизматларни тақсимлаш оралиғидаги мусбатни белгилаш	Мақсадли харидорлар билан шахсий ёки биргаликдаги фойдани олиш ниятида кўнгилдаги алмашувларни ўрнатиш, мустаҳкамлаш ва қўллаб-қувватлаш

22.1-чизма. Маркетингни тадбиркорлик фаолиятидаги масалаларни ўзаро таъсир кўрсатиш.

22.2. Маркетинг фикр юритиш усулини узлуксиз такомиллашуви

Маркетинг концепцияси — бу барча турдаги тадбиркорлик фаолияти истеъмолчи талабини қондириш учун хизмат қилиш.

Маркетингни англаш эволюцияси — натурал товарларни алмашувчидан токи мураккаб бозор маркетинг тизимигача бўлган машаққатли йўлни босиб ўтди. Ўта оддий хўжалик таркибида ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар бир-бирига яқин турадилар ва бир-бирларини яхши биладилар. Хўжалик юритувчи субъектлар уларга маълум бўлган истеъмолчилар талабини қондириш керак бўлган маҳсулотни ишлаб чиқарадилар.

Ушбу ҳолатда уларнинг товарларини етарли даражада етказиб беришдан келадиган потенциал йўқотиш унча катта эмас. Аммо бу каби ишлаб чиқариш жуда оз, унинг ўсиш имкониятлари чекланган. Халқ сонини ўсиши билан қандай қилиб товар ва хизматлар таклифини кўпайтириш мумкин деган муаммо пайдо бўлади.

Ушбу муаммони ечими ишлаб чиқаришни капитализация қилиш ва машина техникасини кенг ишлатилиши деб топилди. Аммо машиналарни самарали иши учун уларни корхонада тўплаш керак, ҳамда энергия билан таъминлаш зарур.

Ишлаб чиқарувчи фақат ўзининг талабига хос бўлган аниқ билимини ишлатмасдан тахминий маҳсулотни ишлаб чиқишга мажбур. Бунда харидор чиқарган товарни олмаган ҳолда, белгиланган йўқотиш вазияти ҳосил бўлади. Лекин талаб таклифдан ортиқ бўлганда бу катта муаммо бўлмайди.

XIX асрдан бошлаб ишлаб чиқариш деярли самаралироқ бўлиб таклиф тез фурсатда, талабдан ортиқ бўла бошлади. Бу ўз навбатида бошқа муаммони келтириб чиқарди: ортиқ товарларни нима қилиш мумкин? Жавобини классик иқтисодий назариясидан олиш мумкин: агар таклиф талабдан ортиқ бўлса, унда талабни кучайтириш учун нархни пасайтириш керак. Аммо бундай ечим кўпчилик корхоналарни банкротликга олиб келади.

Агар товар нархи пасайса, унда фойда ҳам камаяди, унинг керакли миқдорсиз фирма рақобат кураши-

да енгилади. Асримизнинг 30-йилларида кўпчилик кучсиз компаниялар ўзларини банкрот бўлганлигини эълон қилдилар, натижада барча давлатларда кўплаб ишсизлар пайдо бўлди. Фирмаларни бозор фаолиятини бошқарилишида янги ёндашиш усулларини ишлаб чиқилган маҳсулотга талабни рағбатлантиришни янги усул ва воситаларини аниқлашни яратиш зарурияти туғилди.

Бозорни ўрганиш натижасида товарни ишлаб чиқариш босқичига харидорнинг талаби аниқланади ва самарасиз ишлаб чиқариш минимал миқдорга келтирилади.

Собиқ иттифоқ иқтисодий адабиётида асримизнинг 80 йилларининг ўртасигача маркетинг тараққиёт топган давлатларининг бозор иқтисодининг тавсифли томони деб ҳисобланар эди. Режали хўжалик юритиш тизимида ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар манфаати ўзаро яқин боғланган ва жамият маркетинг хизматига мухтож эмас деб ҳисобланган.

Мустақилликга эришгандан сўнг Республикамиз бозор иқтисодига ўтиши билан маркетинг муаммосини ўрганиш талаби бирдан ошиб кетди. Тадбиркорлик амалиётига маркетингни англаш мажбуриятда киритилди. Бу эса жаҳон амалиётида чуқур текшириб қурилган масалалар мажмуасини ҳал қилишда кўмаклашади; яъни:

- сотувчи ва олувчи ўртасидаги икки томонлама муносабатни бозорни ўрганиш, товарни тақсимлаш ва ҳаракатлантириш ҳамда рекламани ташкил қилиш ҳисобига тиклаш;
- халқнинг сотиб олиш қобилияти, истеъмолчиларнинг сони, сифати ва тавсифи билан боғлиқ бўлган ишлаб чиқариш кўрсаттичларини белгилаш;
- сотиш жараёнини рағбатлантириш учун рекламанинг самарали усулларини тараққиёт топтириш;
- истеъмолчилар манфаатини қондириш билан боғлиқ барча тадбиркорларнинг асосий мақсади сифатида мувофиқлантиришни амалга ошириш.

Бизнесда бундай фикр юритиш усулини ишлатиш кичик шаклдаги хўжалик юритиш самарадорлигини оширади, чунки товарлар ва кўрсатиладиган хизматлар доимо талабга эга бўладилар.

22.3. Кичик бизнес маркетингининг вазифалари

Маркетингни фикр юритишнинг умумий тизими қабул қилиниш ёки қилинмаслигидан қатъий назар барча турдаги бизнесда маркетинг вазифасини бажаради.

Маркетинг вазифаси — бу тадбиркорликнинг муҳим вазифаси корхонани ишлаб чиққан товар ва хизматини алмашув жараёни билан боғлиқ бошқарув тизими.

Кичик бизнесда харидор ва хўжалик юритувчи субъектлар муносабатлари мажмуаси бўйича жавобгарлик тўғридан-тўғри маркетинг тизимига ҳисобланади. Ечиладиган масалаларга асосан маркетинг вазифаси бир неча кичик вазифаларга бўлиниши мумкин. (22.2-чизма).

Вазифа (масала)	Кичик вазифа
1. Бозор талабини тўла ҳисобга олиш.	Маркетинг изланиши.
2. Ишлаб чиқариладиган маҳсулотни муқобил ассортиментини аниқлаш.	Маҳсулот чиқариш ва маҳсулот турини режалаштириш бўйича сиёсат ишлаб чиқиш.
3. Харидор учун маҳсулот нархини аниқлаш.	Нарх сиёсати, нарх белгилаш.
4. Товарни етказиб бериш.	Тақсимлаш. Тақсимлаш каналини танлаш ва бошқариш.

22.2-чизма. Маркетингнинг кичик вазифалари.

22.4. Маркетинг тадқиқотлари, олдиндан билиш ва режалаштириш, бошқариш ва маркетинг назорати

Маркетинг тадқиқотлар — бу товар ва хизматларни айирбошлаш ва ишлаб чиқарувчининг сотиш билан боғлиқ барча маълумоти ва муаммоларнинг мақсадли тўпламини таҳлил қилишдир. Маркетинг тадқиқотлари муайян товар бозорининг мавжудлиги ва уни эгаллаш ҳамда мустаҳкамланиб қолиш каби саволларга кўпроқ амалий жавоб беради. (А. Хоскинг). Маркетинг тадқиқотини ўтказиш қуйидаги тартибда амалга оширилади:

- масалани қўйилиши ва фирма олдида турган муаммоларни аниқлаш;

- тадқиқот мақсадларини аниқлаш ва харажатларнинг қийматини баҳолаш;
- ахборот тўплаш ва уни туркумлаш;
- дастлаб берилган, сўнг ҳисобланганларни таҳлил қилиш;
- тавсияномаларни ишлаб чиқиш.

Маркетинг тадқиқотларининг асосий йўналишлари — бозорни ўрганиш ва маркетинг мажмуасининг асосий элементларини, товарни, товар нархини, товар харажатини ва сотишни рағбатлантириш натижаларини таҳлил қилиш. Маркетинг тадқиқотлари натижасида олинган ахборот тадбиркорлар учун хўжалик стратегиясини ишлаб чиқишда ва амалга оширилишида муҳим аҳамиятга эга. Уни маркетингни бошқарувчини вазифалари асосида ишлатилиши А. Хоскинг томонидан бир неча омилларини ҳисобга олиб кенг тасвирланган: яъни:

- харидорлар талабини бир хилга келтириш;
- харидор бозорини тавсифлаш;
- харидорнинг хулқи ва харажат имкониятларини ўрганиш;
- сотиш ва пуллашни ўзгариши;
- реклама харажатлари ва уларни ўзгариш йўналишлари;
- товарни ҳаракатлантириш тадбирлари;
- бозорни кенгайтириш имкониятлари;
- харидорни кенгроқ ва аниқроқ тавсифлаш (яъни ёши, оила таркиби, даромадлар савияси маълумоти, жуғрофик тақсимланиши, узоқ муддат ишлатиладиган товарга эгалиги, улар қаерда ва қандай сотиб олинади, ахборот қандай воситалар билан олинган ва бошқалар);
- асосий рақобатчилар томонидан эгалланган бозор қисми;
- тақсимланиш таркиби;
- бозор ҳолатига таъсир кўрсатадиган асосий ижтимоий-иқтисодий кучларни аниқлаш;
- товарларни ва уларни сезилишини ўрганиш;
- маҳсулот белгиси (маркаси);
- товарни жойлаштириш;
- шакли, ўлчамлари, ҳимояланиш хусусияти, ёрлиқлари ва этикеткаларининг турлари;
- хизматлар, реклама, алоқа йўллари, сотилишда изланишлар;
- тақсимлаш, нарх ва сотиб олишга қизиқтириш;

- экспорт бозорлари.

Тадбиркор томонидан қабул қилинадиган маркетинг қарорларни кўпчилиги келажакда пайдо бўладиган ҳодисаларни баҳолашга асосланган. Уларни тўлароқ ҳисобга олиш учун маркетингда узоқ муддатли (3 дан 5 йилгача), ўрта (1 дан 3 гача) ва қисқа муддатли (1 йилгача) ҳисобланган (прогноз)лар мавжуд.

Кичик бизнес миқёсида янги товар ассортиментлари бўйича янги товар майдонига чиқиш ва инвестициялар ҳақидаги қарорлар ва маркетинг стратегияси билан боғлиқ бўлганда узоқ муддатли олдиндан билиш ишлаб чиқилади. Ўрта ва қисқа муддатли прогноз асосан молия, хом-ашё материаллар, иш кучи, ишлаб чиқариш режалари ва маркетинг тактикасини ўз ичига қамраб олади.

Маркетинг бўйича мутахассислар тадбиркорликда маркетинг асосида режалаштиришни башорат қилишда улар ўртасидаги сезиларли фарқни кўриб чиқадилар. А. Хоскинг таърифлаши бўйича, узоқ муддатли режалаштиришда талаб асосан ташқи омиллар билан аниқланиши, сўнг эса компания маркетингни мажмуасини ўзгариши билан аниқланиши фараз қилинади.

Маркетингни режалаштириш — бу бир неча вариантдаги муқобил режалар ичидаги энг яхшисини танлаб олиш жараёнини ҳисоблаш мумкин. Кичик шаклдаги хўжаликларни маркетинг режалаштирилишига қуйидагилар киради:

- фирма хўжалиги ичидаги бўлинмаларининг фаолият ҳаракатларини мувофиқлаштириш;
- ташқи муҳитнинг кутиладиган тараққиёти омилларини ва уни ўзгарувчилик даражасини аниқлаш;
- фирма ходимларини кутилмаган ҳолда пайдо бўлганда бефойда ҳаракатларини камайтириш;
- бажарувчилар оралиғидаги самарали муносабатларни таъминлаш.

Маркетингнинг стратегик режаси корхонанинг хом-ашё, меҳнат, молия ва бошқа ресурсларни самарали ишлатилишига мўлжал қилиб йўналтирилган. Фирманинг мақсадларини ва имкониятларини навбатдаги 3—5 йил учун ўзаро боғланиши учун маркетинг соҳасида стратегик маркетинг дастури келажаги ишлаб чиқилади. Ушбу дастур бозор конъюнктурасининг ўзгаришлари асосида тартибга солиб турилади.

Дастур учта ўзаро боғлиқ блокдан ташкил топади: фирманинг мақсадлари, фирманинг хўжалик портфели стратегияси ва фирманинг ўсиш стратегияси.

Фирманинг мақсадлари уларни аҳамияти асосида гуруҳланади. Бош мақсад ва сўнгги савия мақсадлари аниқланади, (мақсадлар дарахти). Мақсадлар дарахтини қуришда вақтинчалик интервал қоидасидан фойдаланилади, сўнгра узоқ муддатли, ўрта муддатли ва қисқа муддатлар ажратиб кўрсатилади. Вазифавий белги ёрдамида фирманинг бош мақсади ва унинг бўлинмалари мақсадлари аниқланади.

Фирманинг ишлаб чиқарадиган маҳсулоти ҳамда кўрсатадиган хизмати фирманинг хўжалик портфелини ташкил этади. Ушбу портфель товарларнинг ассортимент ва хизматлари гуруҳлари асосида, бозорнинг йўлланишига қараб стратегик хўжалик бўлинмаларига (СХБ) тақсимланадилар.

СХБ портфели ҳамда уларни тараққиёт топиш йўналишлари асосида фирманинг хўжалик портфели стратегияси аниқланади.

Фирманинг ўсиш стратегияси — фаолият доирасини кенгайтиришнинг асосий йўналишларини белгилаш билан боғлиқдир. Американинг «Бостон консалтинг гуруҳи» кичик фирмалар стратегиясини тўртта асосий турини таклиф этади: (22.3-чизма).

«Қалбаки қўзиқорин»	«Чақувчи асаларилар»
«Доно пескар»	«Хамелеон»

22.3-чизма. Кичик фирма стратегиясининг асосий турлари.

Кичик фирма томонидан «Қалбаки қўзиқорин» стратегияси танлаб олинганда барча диққат-эътибор йирик компаниянинг маҳсулотини кўчириб олишга қаратилади. Уни ишлаб чиқиш икки вариант асосида, йўлга қўйилиши мумкин:

1) асосий, патентланган вариант — йирик корхонанинг маҳсулот белгиси асосидаги маҳсулотни ишлаб чиқариш;

2) асосий товарга ўхшаш «сохта» нусха, кичик фирма ишлаб чиқариши мумкин бўлган маҳсулот.

Нухса кўчириш фаолияти асосан омбор, фармацевтика, электроника ва рўзғорда ишлатиладиган радиоаппаратура учун зарур предметларни ишлаб чиқа-

риш шаклида олиб борилади. «Қалбаки қўзиқорин» вируси жуда жони қаттиқ бўлиб чиқди, чунки нусхалар албатта асосий маҳсулотга нисбатан анча арзон нархда сотилади.

Кичик фирмаларда илмий изланиш билан боғлиқ харажатларнинг бўлмаганлиги сабабли товарни арзон нархда сотишлари мумкин бўлган асосий маҳсулот чиқарувчи йирик компаниялар бу каби ишлар учун ҳамда ривожланиши учун катта харажатларни сарф қилишлари маҳсулот нархини юқори бўлишига сабаб бўлади. Аммо нархни пасайиши билан нусхани сифати пасайиб кетиши ҳам мумкин, яъни «Қалбаки қўзиқорин» билан заҳарланиш ҳам мумкин.

«Доно пескар» стратегиясини мақбул ўлчамини кичик хўжалик юритувчилар йирик ишлаб чиқариш самарасиз бўлган тармоқларда ишлатилади. Масалан, йирик фирмалар учун сартарошхоналарга, унча катта бўлмаган кафеларга, ихтисослашган кичик магазинларга, йирик серқатнов йўллардан четда жойлашган ёқилғи бериш шахобчаларига маблағ сарфлаш самара бермайди. Бу ерда фойда унча катта бўлмайди, лекин маош харажатлари юқоридир.

Кичик бизнеснинг тадбиркорлик таркиби мақбул ўлчам стратегиясини кўзласа унда унинг ўсиб-улғайиш имкони чекланган бўлади; унинг йирик корхоналар билан рақобат курашида ўзини сақлаб қолишида бир томондан қўл келса иккинчи томондан ушбу хўжалик юритиш субъекти фаолиятини кенгайтиришида тўсиқ бўлади.

Бозор иқтисодиёти тараққиёт топган давлатларда кўплаб кичик фирмалар «чақиб олувчи асаларилар» каби йирик компанияларни кичик самарасиз ишлаб чиқариш билан чекланиб қолмасдан улардан халос бўлишга киришади, бу эса йирик компанияларни умумий харажатларни камайишига олиб келади. Кичик фирма учун алоҳида хўжалик юритишнинг кичик элементи йирик компанияларни кичик бўлинмасига ўхшаб оралиқ маҳсулоти эмас, балки бу пировард натижа маҳсулоти. Аммо кичик бизнес субъекти бу каби стратегияни танлаб у тўла йирик корхонага қарам бўлиб қолади. Бу каби вазиятдан чиқиш учун, битта йирик фирмага тўғри келадиган айланма қисмини чеклаш тактикаси ёрдамида ушбу ҳолатдан қутилиб қолиш мумкин. Кичик бизнес корхоналари рақобат курашида

«Хамелеон» тактикасини йирик компаниянинг «рангига кириш» учун ишлатадилар.

Бу каби стратегияга мисол қилиб франчайзингни кўрсатиш мумкин. Кичик бизнесда маркетингни тактик режалаштириш аниқ топшириқлар тизимини яқин келажақдаги корхонанинг тадбиркорлик стратегиясини ўз ичига олади, яъни: ассортиментли, савдо, нарх, реклама, молиявий ва кадрлар бўйича.

Маркетингни амалдаги режаси яқин мақсадларининг ҳозирги ҳолати маркетинг вазиятини тавсифлаш, имкониятлар таҳлилини, рақобатчиларни кучли ва заиф томонларини, молиялар ҳаракатини режалаштирилган даромадлар ва харажатлар мувозанатини, ташкилий-бошқарув ҳаракатларини назорат қилишни йўлга солинишини ва уларни амалга оширилишини ўз ичига олади.

Маркетинг бошқарилиши — бу маркетинг мажмуасининг элементларига таъсир кўрсатиш жараёни бўлиб харидорлар билан белгиланган мақсадли алмашувини шахсий ёки икки томонлама фойда олиш учун қўлланади.

Маркетинг фаолиятида самарали натижаларга эришиш (товар)ни маҳсулот ўзининг нархи, бозорда жойлаштириш ва ҳаракатлантириш чоралари билан боғлиқ.

Маркетинг бошқарувчининг ташкилий таркиби идораларнинг яхлит тизими бўлиб, ишчи-хизматчиларни самарали ишлашини хўжалик юритувчи субъектни олдига қўйган мақсадга эришишини таъминлайди. У қуйидаги турлардан ташкил топган бўлиши мумкин: функционал, товар функционал ва бозор-функционал.

Маркетинг бошқарувининг функционал ташкилий таркибий бўлинмалар жавобгарлигини ва уларнинг ихтисослашувини маркетинг вазифаси бўйича аниқлашни кўзда тутади. Яъни: ассортиментни режалаштириш ва янги маҳсулотни ишлаб чиқариш, маркетингда изланишлар олиб бориш, товар ҳаракатини ташкил этиш, реклама ва сотувни рағбатлантириш, хизматлар ва савдо хизматини ташкил қилиш.

Маркетинг бошқарувининг товар-функционал ташкилий таркиби товарга мўлжалланган ва таркибий бўлинмаларнинг бир қисми ихтисослашиши товар ассортиментларининг алоҳида гуруҳлари бўйича қурилган.

Маркетинг бошқарувининг бозор функционал ёки регионал ташкилий тизими бўлимлари функционал бўлинмаларини қўшимча ташкил қилиш регионал бозорларига ёки истеъмолчилар турларига йўналтирилган.

Шундай қилиб маркетинг бошқарувининг ташкилий таркиби фаолият турларини тадбиркор-менежерлар ёки фирманинг алоҳида таркибий бўлинмалари орасида аниқ тақсимланишини белгилайди (22.4-чизма).

22.4-чизма. Маркетинг бошқарувининг ташкилий таркиби.

22.5-чизма. Маркетинг бошқарувининг товар-функционал ташкилий таркиби.

Маркетинг мажмуаси элементлари	Маркетинг мажмуаси элементларига таъсир этувчи тадбирлар
Товар	Маҳсулот ишлаб чиқариш сиёсатини яратиш. Ишланаётган маҳсулотнинг ассортиментини аниқлаш ва кенгайтириш. Товарлар тавсифини истеъмолчи талабига биноан яхшилаш. Янги маҳсулот яратиш.
Нарх	Нарх сиёсатини аниқлаш ва хизмат кўрсатиш. Сотув бозорини аҳволини ҳисобга олиб нарх сеткасини маҳсулот ҳаёти даври учун яратиш. Маҳсулотни рақобатбардошлигини ошириш чора-тадбирларини яратиш
Ҳаракатланиш	Товар ва хизматларни тақсимланиш сиёсатини ишлаб чиқиш. Тақсимланиш каналини бошқариш. Тақсимланиш ҳажмини режалаштириш ва назорат қилиш. Маҳсулотни омборга жойлаш, упаковка қилиш, етказиш
	Сотувни рағбатлантириш сиёсатини шакллантириш. Сотув натижаларини таҳлил қилиш. Савдо агентлар фаолиятини координация қилиш, реклама фаолиятини амалга ошириш

22.6-чизма. Товарни сотилиши мақсадидаги тадбирларни бошқарув чизмаси.

Стратегик назорат хўжалик юритувчи маркетинг субъектлари фаолиятини муҳим бозорда ҳақиқий жараёнлар оқимига тўғри келишини текшириб туришдир. Даромад олиниши бўйича назорат қилиш тадбиркорлик таркиби фаолиятидан олинган даромадни ва кўрган зарарларни, харажат ва натижаларни солиштириш асосида таҳлил қилиш. Йиллик режа назорати — бу амалдаги назорат бўлиб, қўйилган масалалар ечими ва кўзланган мақсадга эришишдир.

22.7-чизма. Маркетинг бошқарувининг бозор-функционал ташкилий тизими.

Тадбиркорликнинг самарадорлигини оширишда муҳим ўрин маркетинг назорати ҳисобланади (22.8-чизма).

22.8-чизма. Маркетинг назоратининг асосий шакллари.

22.5. Тижорат таҳлили асосида бозорни ўрганиш

Маҳсулотингизни юқори сифати уни муваффақият қозонишига олиб келади деган анъанавий фикр тижорат ишлари учун асос бўлолмайди. Шунинг учун ҳали маҳсулот чиқарилмасдан олдин дастлабки этапда шундай бозорни танлаш керакки, унда ҳозирги вазият учун фирмани номи ҳаммага маълум бўлганда сиз етарли даражада муваффақият билан бозорда товар сотишингиз мумкин.

22.7-ж а д в а л

Бозор турлари

Бозор — бу инсонларга эскитдан таниш бўлган амалдаги ва потенциал харидор ва сотувчилар бирлигининг иқтисодий алмашув шакли	
Бозорнинг асосий турлари	Бозорнинг қўшимча турлари
1. Харидорлар бозори. 2. Сотувчилар бозори. 3. Халқаро бозор. 4. Регионал (давлатлар гуруҳини қамраб олувчи). 5. Миллий бозор. 6. Маҳаллий бозор. 7. Маълум турдаги ёки маҳсулот гуруҳи бўйича бозори.	1. Ҳосилсиз. 2. Махсус товар ва хизматлар. 3. Товар (хом ашёвий). 4. Истеъмол. 5. Асосий. 6. Қўшимча. 7. Ўсувчан. 8. Потенциал. 9. Танланувчи. 10. Стагнацияли ва бошқалар.

Тадбиркорликни оммавий тараққиёт этиш даврида, вақт ва ахборот тақчиллик шароитида давлат ичида, мустақил республикаларда ва балки хорижда потенциал бозорлар топиш зарур (22.7, 22.8-жадваллар). Шунинг учун иккинчи этапда потенциал бозорларни тез фурсатда маълум (ҳозирча потенциал товар учун) тижорат муваффақиятини кафолатлайдиган диагностика қилиш тавсиф этилади.

Корхона учун иқтисодий кенглик бу энг аввал товар ва хизматларни эркин алмашувидаги шароит бўлиб ушбу жараён қатнашчиларининг манфаатига боғлиқдир. Бизнинг ҳолатда иқтисодий кенглик деб товар алмашуви учун ишлаб чиқарувчи (коммерсант билан) ва истеъмолчи орасидаги ҳақиқий шароитларни бунёд этилишидир.

Бунёд этилувчи вазиятни кенгликда фараз қилиш учун 3 та ўлчамни ажратиб кўрсатиш мумкин:

1) таклиф этилувчи товар тури;

2) иқтисодий жараёнларида иштирок этилувчилар сони;

3) алмашув жараёнларининг таркиби.

22.8-ж а д в а л

Бозор инфратаркиби

Капитал бозори	Ишлаб чиқариш воситалари бозори	Меҳнат бозори
Фонд биржаси. Суғуртали. Аудиторли. Брокерли компаниялар. Тижорат банки. Давлат суғурта назорати. Давлат солиқ инспекцияси. Қимматбаҳо қоғозларни назорат қилиш давлат инспекцияси. Давлат мулки фонди. Регионал созлаш инвестицион фонди. Илмий-техник дастурлар фонди. Турғунлик фонди Инновацион фондлар.	Товар биржаси. Савдо уйлари. Савдо-воситачи корхоналар. Тижорат маркази ва компаниялари. Лизинг компаниялари. Акционерлар. Ярмаркалар. Давлат резерв ва суғурта фондлари нарх ва стандартлари назорати. Давлат инспекцияси. Контракт тизими. Якка ҳокимлик (монополияга) қарши қўмита.	Меҳнат биржаси. Кадрлар тайёрлаш маркази. Бандлик фонди. Бизнеснинг тижорат маркази Тадбиркорликка ёрдам бериш давлат фонди. Нафақа фонди. Меҳр-шафқат фонди ва бошқалар.

Бу ерда ҳар бир ўлчам бир хил турдаги вазият тўплами кўринишида тавсия этилади. Шундай қилиб иқтисодий майдон шу сўзнинг қисқа маъносида бир хил вазиятлар тўплами кўринишида тавсия этилади, улар ҳар хил «Ўйин қоғозлари» кўринишида қонунларда, йўриқномаларда, шартномаларда тавсифланиши ва белгиланиши мумкин.

Аммо ҳар бир турдаги вазият унинг ўзига хос хусусиятларига эга, улар албатта корхона стратегия ишлаб чиқишида диққат-эътиборга олиниши керак. Фақат бу каби шароитларни баҳолашдан кейин корхонанинг давлат билан бўладиган молиявий муносабатлар масаласини (мулк шакли, солиқлар, кимга бўйсиниш масаласи, шахсий ва ҳал этилувчи капитал ва бошқалар) мулоҳаза қилиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Аммо ушбу масалалар иккинчи даражали ҳисобланадилар, улар муваффақият шароитини тавсифлайдилар, чунки ҳар қандай тижорат фаолияти асосини товар ва хизматлар сотиш жараёни ташкил қилади. Ўйин қандай қоидалар билан олиб борилиши тактик савияда ҳал қилиниши кераклиги ўз манфаатини энг кўп даражада қондирилиши учун қандай мулк шаклини танлаш амалга оширилиши аниқланади.

Шундай қилиб иқтисодий кенглик тушунчасига нима ўтказилади ёки ҳозирги кунда умумлаштирилиб кўрсатилади — бозор шароитими? Амалиёт кўрсатишга бозорга бир неча турдаги товар (ноу-хау) маҳсулоти, хизматлар тавсия этилиши мумкин. Унда қуйидагилар фарқланадилар:

- «К» — истеъмолчи бозор.
- «Р» — ишлаб чиқариш воситалари бозори.
- «С» — олиб сотиш бозори.
- «S» — давлат бозори.
- «Г» — молия бозори.

Бозордаги қатнашувчилар сонига қараб 3та турдаги бозорни ажратиб кўрсатиш мумкин (22.10-жадвал):

- оммавий бозор;
- яккаҳокимлик бозори;
- олигопол (бир неча қатнашувчилик бозори).

Уларнинг ҳар бирининг ўзига хос тижорат фаолияти шароити пайдо бўлади. Айирбошлаш жараёни таркибига боғлиқ ҳолда бозорни ҳар томонлама ёки сегментланган эгаллаш, бунда бу бозорлар, энг муҳими ўртача аҳамиятга эга бўлишлари мумкин, яъни улар тўйдирилган ёки камчилиги бўлган бўлишлари мумкин.

Бу шакллар истеъмолчилар томонидан ҳам ва ишлаб чиқарувчилар томонидан кўриб чиқилиши мумкин. Ушбу асосий уч турдагисини бирлаштириш барча муқобил вазиятни матрица шаклидаги талаб-таклифни олишга имкон яратилади. Матрицада асосий турлар ва улар асосида вужудга келадиган бозор муносабатларининг турлари кўрсатилган.

Бозорда юзага келадиган ҳар қандай вазият айрибошлаш жараёнига маълум талаблар қўяди, чунки амалиёт кўрсатадики, маълум вазиятларда қатъий аниқ *иқтисодий шароит юзага келади, булар даврида иштирокчилар* манфаатларига риоя қилинади, бу шартларни бузиш ёки «Ўйин қоидасини» бузилиши иқтисодий зарарга олиб келади (қоида бузганлиги учун тўлов). Айирбошлаш жараёнининг таркиби тўртта бир турдаги вазиятни ажратиб кўрсатишга имкон яратади, улар зарурий миқдорда ҳолатни тавсифлайди ва бозордаги ўйин шароитини ва хулқ стратегиясини аниқроқ белгилашга имкон яратади.

Умумий вазият иккита асосий ўлчамни бирлаштирилиши билан изоҳланади: бозорни тўйдирилиши ва бозор талабини қоплаш усуллари билан. Бир неча ўлчам бўйича иккита асосий вазиятни ажратиб кўрсатиш мумкин: бозорни тўйдирилган бўлиши ёки бозорда етишмовчиликни, қониқтирилмаган талаб бўлишидир.

Бозорда талабни қониқтириш усули бўйича ажратиб кўрсатиш мумкин ҳар томонлама ёндашиш, унда битта фирма барча талабларни қондиришга ҳаракат қилади ва сигментли ёндашиш бир неча ва кўп фирмалар бир турдаги товарни ва хизматни ишлаб чиқариб улар ҳисобига барча талабларни қоплашга уринадилар.

22.11-ж а д в а л

Иштирокчилар бўйича сегментация

Талаб, таклиф	Кўп	Бир неча	Битта
Кўп	Тўла ҳуқуқли рақобат (II бозор)	Олигополли талаб бўйича	Якка ҳокимлик талаб бўйича
Бир неча	Олигополли таклиф бўйича	Икки томонлама олигополли (О-бозор)	Чекланган якка ҳокимлик талаб бўйича
Битта	Ишлаб чиқарувчининг якка ҳокимлиги	Ишлаб чиқарувчининг чекланган якка ҳокимлиги	Икки томонлама якка ҳокимлик (М-бозор)

Шундай қилиб бозор муносабатларида тўртта асосий вазият пайдо бўлади, улар иқтисодий майдонни чизма кўринишида ўз аксини топадилар. Ўз ишини бошламоқчи бўлган тадбиркор учун тўйдирилган бозорлар нима билан тавсифланиши ва қандай шароитларда бу бозорларга кириш учун қандай ҳаракатлар қилиш кераклигини билиш муҳимдир.

Бу ерда кичик корхоналар кўп куч ва маблағ сарфлаб ўз товарларини тараққиёт топган давлатлар бозорига олиб чиқишга уринмоқдалар. Мазкур бозорларда уларнинг товарларига ўхшаш товарларнинг борлигини кўриб, етарли эканлигини билиб, у бозор бундай товарларни кутмаганлигига ишонч ҳосил қилиб товарни тайёрлаш учун кўп харажат сарфлаганликларига ачинадилар, пушаймон қиладилар.

Шунинг учун ўз ишингни бошлаган пайтда вақтинча иштаҳага чек қўйиш керак ва аввал ўз имиджингни бунёд эт, рақобатбардош маҳсулотни ёки хизматни ярат, шундан кейингина ўзингнинг шуҳратпарастлик хатти-ҳаракатингни қониқтиришга ҳаракат қилиш керак. Аммо бунинг учун бозорни бошланғич даражада эгаллаш учун кафолатланган тижорат муваффақияти керак.

Шунинг учун ҳар хил таркибдаги алмашув жараёнлари бўлган бозорларда корхоналар хулқини нима билан фарқланишини солиштириш қизиқ кўринади. Шундай фикр тарқалганки, яъни тўйдирилган бозор бу товарни доим савдода бўлишидир. Аммо бу белги тўйдирилган бозор маъносини ҳамма вақт акс эттиравермайди. Тўйдирилган бозорни тавсифлашда гап зебу зийнат товарлари тўғрисида эмас, балки унча юқори даромадга эга бўлмаган халқ ёки корхона ўзининг кундалик эҳтиёжи учун сотиб оладиган товарлар ҳақида кетиши керак.

Фақат бу каби товарни етарли сони бозорни ташқи тавсифини бунёд этиш шароитига эга бозор тўйдирилган бозор бўлолмайди. Шундай қилиб, умумий ҳолатда 60 та турдаги бозорни ажратиб кўрсатиш мумкин, улар шарти билан сизнинг корхонангиз яшаши керак. Табиийки бу каби иқтисодий шароитларни турли-туманлигида битта ҳам корхона ишлаш қобилиятига эга эмас.

Шунинг учун потенциал бозорларини тезда диагностикасини (ўтказиш керак) жуғрофик майдонда корхона фаолияти шарти бозорда маъқул бўлган нуқтани

22.10-ж а д в а л

Товар тавсифи ва уни сотилиш шаронти

Бозор тури	Товар тури	Сотиб олишдан мақсад	Қарор қабул қилувчи	Шартлашув тури ва жойи
Истеъмол бозори К-бозори	Истеъмол товарлари узоқ давр ишлатиладиган товарлар ва хизматлар	Талабни қондиришни энг катта фойдалиги. Шахсий сабаблар	Оила якка шахс сабаблари	Бозор магазин
Ишлаб чиқариш воситалари бозори Р-бозори	Иморатлар, ер, ишлаб чиқариш воситалари. Хом ашё, материаллар, ярим фабрикатлар	Уларни самарали ишлатилиши ҳисобига даромадни ошириш. Меҳнатга шароит яратиш. Ижтимоий инфратаркибни яратиш	Тадбиркор шартнома бўйича ташкилот вакили	Бевосита шартнома. Кўтара дўкон. Товар биржаси
Олиб сотиш бозори С-бозори	Истеъмол товарларни олиб сотиш корхонани бошқаришлар учун истеъмол товарлар	Манфаатли нарх билан сотиб олиш ҳисобига ёки кўп даромад олиш ёки ассортиментни шакллантириш	Тадбиркор Ташкилот гуруҳини вакили	Бевосита шартнома Товар биржаси Кўтара дўкон ярмаркаси
Давлат бозори S-бозори	Инвестицион товарлар. Истеъмол товарлари. Фойдаланиш товарлари, хизматлар	Ижтимоий талабни қондириш. Давлат мудофаа манфаати. Амалиётда валюта курсини ушлаб туриш	Давлат гуруҳини шахсий ташкилот вакили	Давлат буюртмаси Конкурс. Ихтисослашган магазинлар
Молия бозори Г-бозори	Қимматбаҳо қоғозлар. Валюта. Кредит ресурслари	Шахсий жамғармаларни ишлатиш ҳисобига қўшимча даромад олиш	Тадбиркор оила якка ташкилот вакили	Банклар фонд биржалари

топиш учун ўтказиш керак. Корхоналарнинг бу каби фаолиятини бошланғич шартини товарларни танлаш, молия билан таъминланиши ҳамда маркетинг стратегиясини аниқлаш учун ва тижорат муваффақиятига эришиш мақсадида товарни потенциал истеъмолчиларни жалб қилиш зарур.

23. ТОВАР БОЗОРЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ТАВСИФИ

23.1. Товар бозорларининг моҳияти

Кичик бизнес турли-туман муҳитда ҳукм суради. Унга катта бўлмаган шаклдаги ишлаб чиқариш билан ёки қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ва бошқа турдаги агросаноат хом ашёсини тайёрлаш билан, уларга ишлов бериш, шунингдек машиналар ва дастгоҳларни баъзи бир қисмларини тайёрлаш билан шуғулланувчи хўжалик субъектлари киради.

Баъзи бир тадбиркорлар бошқа тижорат фаолияти томонидан ишлаб чиқилган тайёр маҳсулотни сотиб олиш билан шуғулланади, сўнгра охирги истеъмолчига ёки кейинги тадбиркорга сотади. Бу каби бизнес «тақсимлаш индустрияси» деб аталади ва хизмат кўрсатиш соҳасига киради.

Товарлар — бу материал предметлари, шу билан бирга хизматлар ҳамдир, уларни ашёвий англаб ва қуриб бўлмайди. Хизматларга банк иши, суғурталаш, ўйин-кулги соҳаси ҳамда товарни манзилга етказиш, жойига ўрнатиш, машина ва дастгоҳларни сотувдан кейинги хизмат кўрсатиш, маслаҳатчилик бизнеси ҳамда реклама ва воситачилик фаолияти киради.

Тадбиркорлик фаолиятининг барча турлари ўз таркибига товар айрибошлашни қамраб олади. Эркин бозорда тадбиркорлар тўғридан-тўғри ёки ўзларининг воситачилари орқали товар ва хизматни сотиш ёки сотиб олиш учун учрашадилар. Айрибошлаш, олди-сотди жараёни кимга ва қандай товарлар ишлаб чиқариш ҳамда нимани ва қандай сотиб олишни аниқлайди. Товарлар ва хизматлар бозори бир қатор мажбурий элементларни ўз ичига олади:

А. Хоскинг бозорларни ва товарларни қуйидагича туркумлайди:

Ўлчовлар	Бозорларни туркумлаш
Товарларни ишлатиш билан	Истеъмолчи бозори
Товарни физик хусусияти бўйича	Тез ишдан чиқувчи товарлар бозори узоқ ишлатиладиган товарлар бозори
Жамият муносабати билан	Зебу зийнат бозори, биринчи даражада зарур бўлган предметлар бозори
Демократик белгиси билан	Ёши (жинси) бўйича бозор, оила ўлчами (ихтисосликлар) маълумотига қараб (оила цикли билан) ижтимоий синфлар бўйича, диний белгили бозор, миллий белгили бозор
Жуғрофик белгиси билан	Регионал, миллий бозор, индустриал тараққиёт топган давлатлар бозори, тараққиёт топаётган давлатлар бозори
Хом ашё бўйича	Товар бозорлари

— харидорлар (якка, гуруҳий кишилар, корхоналар, ташкилотлар) бўлиши мумкин;

— харид қилиш кучи (одатда пул);

— товар ёки хизмат сотиб олиш истаги;

— товар ёки хизматни сотиш истагини билдирган сотувчиларнинг мавжудлиги;

Бозор сегменти — бу бозорнинг бир қисми бўлиб бир гуруҳ бир хил харидорларнинг иқтисодий хулқини тавсифлайди. У маркетинг концепциясини аниқ тушунчаси бўлиб талабни кўзда тутиб иш олиб боришни билдиради;

Бу асосан товарларни сотиб олувчи харидорларнинг унинг сифатига, нархига, сотиш хизмат савиясига қизиқишларини таҳлил қилиш асосида аниқланади.

23.2. Узоқ ва яқин хорижий давлатларнинг асосий товар бозорларининг тавсифи

Бозор иқтисодини мўътадил ҳукм суриши товар ва хизмат бозорларини меҳнат ва қимматбаҳо қоғозлар бозорини тараққиёт топтиришни мўлжал қилади. Собиқ Шўро республикаларида бозор тузилиши фақат бошланғич тараққиётига эга бўлган. Ҳамжиҳат давлатларда товар ва хизмат бозори 2 та эркин соҳага бўлинган: ишлаб чиқариш воситалари бозори ва халқ истеъмол товарлари бозори. Ундан ташқари ички ва

ташқи бозорлар ҳам бўлган. Масалан, 90-йилда Бела
русь республикасида йирик корхоналар томонида
ишлаб чиқилган маҳсулотлар унинг ташқарисида со
тилади: тракторлар — 95,8%, автомобиллар — 91
дастгоҳлар — 84,3%, музлаттичлар — 85,3%, телеви
зорлар — 77,3% ва ҳоказолар (23.1-жадвал).

23.1-жадвалда берилганлар шуни кўрсатадики, 19
йилдан бошлаб республика корхоналари томонида
узоқ ва яқин хорижий давлатларга етказиб берилаёт
ган асосий товарлар тури аста-секин камайиши кўз
ташланади: 1991 йилда умумий ишлаб чиқарилган ма
сулотнинг 65,5%, 1992 йилда — 62,1%, 1993 йилда
58,2% четга чиқарилган, аммо экспортни ҳиссаси б
роз ошгани сезилди: 1994 йилда — 61,2% гача, 19
йилнинг 10 ойида — 65% гача.

Сотилиш ҳажмини қисқариши ишлаб чиқариш
қисқартиришга олиб келди. Агар 1990 йил даври
нисбатан экспорт ҳажми натурал ўлчамда 65%га к
майган бўлса, ишлаб чиқариш ҳажми — 68% га к
майган.

Масалан, юк ташувчи автомобиллар экспорти 5 м
ротаба қисқарган бўлса, ишлаб чиқариш 2,9 марта қи
қарган. Транспортларни 3,36 марта кам сотиб олга
лар, уларни йиғиш эса 3,28 марта камайган, дастто
лар экспорти 4,2 марта қисқарган (узоқ хорижга ф
қат 200 дона дастгоҳ сотилган).

Ички бозорда фақат 100 минг дона миқдорда иш
лаб чиқилган трактордан 4 мингтаси, 38,3 минг к
автомобилдан 3,3 мингтаси, 728 минг музлаттичдан
107 мингтаси, 1,3 млн. телевизордан 107 мингтаси с
тилган.

Ишлаб чиқариш вазифасини бажарувчи маҳсулот
ички бозорда сотилиш вазияти унинг оз ҳажмидалиги
қарамасдан ишончсиздир. 1995 йилнинг январь — н
ябрь ойлари давомида қишлоқ хўжалиги корхоналар
томонидан фақат 146 та трактор (1990 йилда 9095),
автомобиль (1990 йилда 10090 та), 30 силос ўрувчи ва
картошка қазиб олувчи комбайн (1990 йилда тегиш
ҳолда 100 дона ва 991 та бўлган) сотиб олинган.

Яқин хорижий давлатларнинг халқ истеъмоли мо
лари ички бозори чуқур инқироз билан тавсифлан
ди. Бу қуйидаги сабаблар билан асосланади:

— талаб ва таклифни мувозанатда эмаслиги саба
ли.

— савдо ҳокимлиги ва ишлаб чиқарувчилар олдида харидорнинг ҳимояланмаганлиги.

— халқ асосий қисмининг сотиб олиш қобилиятини пастлиги.

Охирги беш йилликда Белоруссияда озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарлар товар айланмаси кескин қисқарди (23.2-жадвалда).

23.1-ж а д в а л

Беларусь республикаси корхоналарининг муҳим турдаги маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва экспорт қилиш динамикаси

Маҳсулот тури	1990 йил		1994 йил		Январь—ноябрь 1995 йил	
	Ишлаб чиқариш	Экспорт	Ишлаб чиқариш	Экспорт	Ишлаб чиқариш	Экспорт
Юк ташувчи автомобиль (минг дона)	42	38,2	21,3	14,9	12,2	6,518
Тракторлар (минг дона)	100,7	96,3	42,9	30,7	25,6	23,92
Металл қуювчи дастгоҳлар (минг дона)	15,46	13	6,21	2,3	4,429	2,58
Шиналар (минг дона)	4,575	2,697	1204	693	1141	525,9
Калий ўғити (минг дона)	4994	4016	2510	2168	2540	2132
Музлаткичлар (минг дона)	728	621	742	534	688,7	431,5
Рангли телевизорлар (минг дона)	1302	1006	347	278	149,2	126,8
Велосипедлар (минг дона)	846	620	381	170	252,6	109,7

Россия Федерациясининг савдо бўйича қўмитаси маълумотига кўра Россияда 1995 йилнинг 9 ойида ўтган йилни шу даврига нисбатан асосий озиқ-овқат маҳсулотини ишлаб чиқариш 18—33%га қисқарган. Ушбу қўмитани экспертларининг таҳлили бўйича 1996 йилнинг биринчи ярмида гўшт маҳсулотларининг камчилиги 400 минг тоннага баҳоланади, сут маҳсулотлари учун — 1 млн. тоннани ташкил этади.

Собиқ шўро давлатларида ишлаб чиқарувчиларнинг аҳволини ёмонлашуви стратегик режада, уларнинг жаҳон бозори конъюнктурасига қарашлиги эвазига юзага келган.

23.2-ж а д в а л

Белоруссия республикасида чакана савдо айланмасининг умумий ҳажмида озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарлари нисбати

Йиллар	Барча товарларнинг ҳақиқий нархдаги қиймати (млрд. руб)	Шу жумладан		Озиқ-овқат товарларини умумий оборотидаги савияси % да	1990 йилга нисбатан чакана товар нархида % да
		Озиқ-овқат товарлари	Ноозиқ-овқат товарлари		
1990	18,5	8,2	10,3	44,3	100
1991	33,4	15	18,4	44,8	92
1992	285,6	144	141,6	50,4	72
1993	380,4	212,6	168,3	55,8	62
1994	6928,3	41409	2787,4	59,8	51
1995	29701,6	98787	9822,9	66,9	42

Тахминан 1990 йилдан бошланган иттифоқ минтақаларини халқаро хўжалик алоқалари тизимига суқулиб кириши товар ишлаб чиқарувчиларнинг кризисига иқтисодий майдонда бош тизим бунёд этувчи омили бўлиб қолади.

Энергия бунёд этувчи воситалар ва хом ашёга харажатларни доим ошиб бориши, маҳсулот сифатини савиясини пастлиги ҳамдўстлик давлатларининг мол етказиб берувчиларга узоқ хорижий давлатлар бозорига чиқишга йўл қўймайди.

Собиқ шўролар давридаги корхоналарни технология жиҳатидан қолоқлиги, асосан халқ истеъмол товарларини ишловчилар, дунёда қабул қилинган хом ашё ва энергиялар меъёридан 2,3 марта ортиқлиги, яқин хорижий давлатлар бозорида уларни рақобатга

бардош бера олмайдиган қилиб қўяди ва яқин келажакда ўзимизнинг товар ишлаб чиқарувчиларни ўзларининг бозорларидан сиқиб чиқарилишини ҳам кутиш мумкин.

Фақат меҳнат унумдорлигини ошириш, моддий ва меҳнат харажатларини камайтириш, товарларни ва хизматларни истеъмолчилик сифатини яхшилаш, бозорни барқарорлаштиришга ва аста-секин жаҳон бозорларида кичик майдонни эгаллашга имкон яратади, узоқ хорижда товар бозорлари ўзларининг юқори даражада тўла-тўкис халқаро стандартга мос келадиган маҳсулотлар билан тўлдирилганликлари билан тавсифланади. Ҳамдўстлик давлатлари уларга чекланмаган миқдорда фақат энг муҳим ёқилғи-энергетика ва минерал хом-ашё сотишлари мумкин.

23.3 Регионал агросаноат бозорлари

Ҳамдўстлик давлатларида халқ истеъмоли товарларининг ички бозори асосан агросаноат мажмуаси субъектлари томонидан шакллантирилади. Агросаноат билан саноат савдо комплекси оралиғидаги шахсан истеъмол қилиш фондидаги нисбати тахминан 2/3 ва 1/3 ни ташкил этади. Қишлоқ хўжалиги хом ашёсини ҳисобга олганда давлатимизда агросаноат 70% чакана товар айланишини таъминлайди (хўжалик бозорини қўшиб ҳисоблаганда).

Европа интеграцияси иқтисодий ихтисослашишга, ҳамдўстлик давлатларининг ҳар хил минтақаларини истиқлол тараққиётини минтақавий агросаноат бозорларини шаклланиши тавсифига сезиларли таъсир кўрсатади.

23.4. Товар бозорининг таркиби ва уни бошқарувининг ташкилий шакллари

Ишлаб чиқариш воситалари; хом ашё ва хизмат бозорларида бозор муносабатлари тараққиёт топган сари маҳсулот ишлаб чиқарувчи ва уни истеъмол қилувчилар орасидаги бевосита муносабатлар кучайиб бораверади. Шунинг учун ҳар қандай товар бозорини оёққа туриши ва тараққиёти бозор инфратаркибини шаклланишини фараз қилади.

Бозор инфратаркиби — бу идора ва ташкилотлар

тизими бўлиб, улар товар ва хизматларни бозорда эркин ҳаракат қилишини таъминлайди. Унинг таркибида қуйидаги учта муҳим элементларни алоҳида ажратиб кўрсатилади:

— *ташкилий (база) манбаси* — бу ўз ичига қуйидагиларни олади: биржалар, аукционлар, таъминловчи-сотувчи, брокерлик ва бошқа воситачи ташкилотлар ҳамда савдо корхоналар тўплами;

— *моддий база* — транспорт тизимлари омбор ва идишлар хўжалиги, ахборот тизими ва алоқа воситалари, уларга ахборот ва маълумотлар тизими, ишлаб чиқариш тахмин вазифасига оид маҳсулотлар бўйича ва барча истеъмол товарлари бўйича, маҳсулотни чиқарувчи ва истеъмол қилувчи, товарга қўйилган нархлар ва бошқалар;

— *кредит ҳисоб базаси* — у алоҳида банк суғурта тизимидан, йирик эркин банк ва кредит омонат идораларидан ҳамда ҳажми бўйича ўрта ва майда тижорат банкларидан ташкил топади.

Бозорни яхши сифатли керакли турдаги товарлар билан тўлдириш учун ва шу билан маҳсулотни ишлаб чиқарувчи ва истеъмол қилувчиларни ўзаро манфаатини таъмин этиш учун рақобатни илғор томонларини тўлароқ ишлатиш зарур. А. Хоскинг уни қуйидаги 6 та жиҳат асосида тавсифлайди:

1) катта сондаги сотиб олувчи ва сотувчилар ичида ҳеч ким барча талаб ва таклифга, баҳога таъсир кўрсатиш имконига эга бўлмайди;

2) бозор нархи бозорда мувозанатлашган талаб ва таклифга (таъсир кўрсатиш) барча харидор ва сотувчиларга таъсир кўрсатиш билан аниқланади;

3) янги рақобатчиларни кириши учун тўсиқлар унча баланд эмас ва барча хоҳловчилар меҳнатсиз бозорга киришлари мумкин. Бозорга кириш ва чиқишни (енгиллиги) бозор нархини барқарорлиги ҳисобига қуйидагиларни таъминлайди: маълум вақтни ўтиши билан фирмалар шунга маҳсулот ишлаб чиқариши мумкинки, қанчаси ишлаб чиқаришни чекланган харажатлари ишбилармон даромадига тенг бўлиши учун зарур бўлса қисқа вақт даврида бозордаги нарх кўтарилиши мумкин, (барча рақобатлар) юқори нарх билан жалб этилган барча рақобатчилар ўз маҳсулотини ушбу бозорга келтирсалар нархлар яна пасаяди. Агар бозор нархи чекланган ишлаб чиқариш харажатларидан паст бўлса,

унда самараси паст фирмалар тармоқни нарх кўтарилгунча ташлаб кетишга мажбур бўладилар;

4) маҳсулот стандартлашган бўлса, харидорлар учун уни келаётган жойи қизиқтирмайди. Товарни реклама йўли билан ҳаракатга келтириш бефойда, чунки талабни белгиловчи ягона омил бу нархдир;

5) бозор шартларига тегишли ахборот билан харидорлар ва сотувчилар тўла таъминланган, шунинг учун ҳеч ким юқори нархда товарни сотиши ва олиши мумкин эмас;

6) бозор нархи белгиланган бўлгани учун ишлаб чиқарувчига янги нарх белгилаш унча қизиқ эмас. Назария бўйича маҳсулотни чекланмаган ишлаб чиқариш харажатлари унинг энг катта даромадига тенг бўлишигача бўлган ҳажмда ишлаб чиқиши керак.

Якка ҳокимлик рақобати бўлмаган шароитда истеъмолчи товар чиқарувчини танлаш ҳуқуқига эга ва юқори сифатли товар учун кўпроқ ҳақ тўлашга рози, аммо бозорда ёмон маҳсулотни олмаслиги мумкин. Ўз навбатида бу товар ишловчиларга маҳсулотни сифатини оширишда ва харажатларни камайтириш мусобақасига олиб келади. Худди мана шу иккита ўлчов билан Япон маҳсулот ишлаб чиқарувчилар кейинги вақтда АҚШ ва бошқа тараққиёт топган давлат фирмаларини жаҳон бозоридан сиқиб чиқармоқдалар.

Товар бозори бошқаруви ташкилий шакллари ичида қуйидагилар бўлиши мумкин: ўзини ўзи бошқарувчи ва давлат томонидан бошқарилувчи. Амалиётда товар ишловчи тармоқларда якка ҳоким корхоналар кўпчилигини ташкил қилади, кўпчилик товарлар ва ишлаб чиқариш воситаларининг етишмаслиги монополияга қарши «Товар биржалари ҳақида» қонунни киритиш заруриятини олдинга сурдилар. Биржа ва бошқа савдолар қуйидаги белгилар асосида ташкил қилинади ва олиб борилади:

— барча савдо қатнашчилари учун очиқлик, умумийлик, шароитнинг бирлиги;

— ишлатиладиган тижорат ахборотини аниқлиги ва тўғрилиги;

— товарни сотиш ва олиш фақат ҳақиқий талаб асосида ва томонлар ўртасида келишилган, таклиф этилган эркин нархда олиб борилиши;

— брокер ва харидорлар муносабатлари фақат шартнома асосида.

23.5. Бозор сегментацияси ва бозорни қамраб олишда маркетинг вариантлари

Кичик бизнесда кўпинча муваффақият бозорни сегментация қилиш қанчалиги ўз вақтида яхши билиб амалга оширилганлиги ва ишбилармонлар томонидан эгалланмаган бозор майдони аниқланганига боғлиқдир (23.1-чизма).

Бозор сегменти — бу бозорни бир бўлаги бўлиб, у ўзининг иқтисодий интизоми бўйича тавсифланувчи бир хил сотиб олувчилар гуруҳини ажратади. Махсус изланишлар натижасида, шу жараён даврида сотиб олиниши сабаби, маҳсулотни сифатига, унинг нархига ва савдо хизмати савияси сотиб олиш учун қарор қабул қилинишида аниқланувчи шахс ёки харидорлар томонидан қўйилган талаблар.

23.1-чизма. Бозор сегменти ва бозор майдонини ажратиш чизмаси.

Ҳар бир бозор сегменти (сектори) ўзининг фарқ қилувчи талаб ва таклиф таркибига эга. Сегментининг асосий ўлчамларига қуйидагилар киради: етарли ҳажм, ўсиш имкони, рақобатчи фирмаларнинг тижорат фаолиятини йўқлиги, ишбилармонлик таркиби қаноатлантириладиган талабнинг мавжудлиги ва ҳоказо. Бозор токчаси бозор сегментидагидан қуйидаги белгилар билан фарқланади:

— кичикроқ ҳажмга эгалиги;

— бир неча тармоқлар маҳсулотини қамраб олиши мумкин;

— бозорнинг ҳар хил сегментларининг туташган жойида жойлашган;

— унча катта бўлмаган рақобат билан яхлит бўлмаслиги билан тавсифланиши.

Бозор сегментацияси унинг товар билан тўлмаган бўшликларини аниқлашга имкон яратади, яъни, бозор сегменти ва майдони кундалик бозор таклифларини харидорлар талаб савиясини қониқтириш билан таққослайди. Унинг асосий турлари, ўлчовлари ва тафовутли белгиларини 23.2-расм акс эттиради. Бозорни қамраш бўйича маркетинг фаолиятининг вариантлари қуйидаги йўналишларни ўз ичига олади:

1. Амалдаги бозорлар сегментациясини янги гурух истеъмолчилигининг ўз маҳсулотини қамраши ниятида хўжалик юритувчи субъектнинг «Ички» фаолиятини кенгайтириш.

2. «Кенгайиш» фирмасининг фаолиятини кенгайтириш — бу ишлаб чиқаришни диверсификация қилиш ва ишлаб чиқариш дастурини хоҳ корхонанинг асосий соҳаси билан боғлиқ бўлган ёки бўлмаган янги турдаги товарлар билан тўлдириш.

3. «Чегарадан ошиш» фаоллигини кенгайтириш — хорижий бозорларни ўзлаштириш ҳисобига хўжалик фаолиятини интернализация қилиш.

4. Сон ўсиши — эски бозор учун товарни ўзгармас турини ишлаб чиқариш ҳажмини кўпайтириш.

23.2-*чизма*. Бозор сегменти ўлчовлари белгилари.

24. ХАРИДОРЛАР ВА УЛАРНИНГ ХУЛҚЛАРИ (АХЛОҚЛАРИ)

24.1. Харидорларнинг ахлоқ моделлари

Кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектларнинг муваффақияти учун катта сондаги маҳсулотни потенциал харидорларидан бошқа гуруҳларга қараганда осон ва тезроқ таклиф қилинган товар ва хизматларнинг сотиб олувчи реал харидорларига айланадиган қисмини танлаб олиш керак. Ушбу муҳим масала ечимига алоҳида ишбилармонлар ва фирмада харидорлар ахлоқини ўрганувчи менежерлар киришадилар.

Харидорлар ахлоқи — бу одамларни товарни танлаш ва сотиб олиш жараёнидаги тушуниб еттан ҳаракатларининг йиғиндисидир. Замонавий маркетинг — бу истеъмолчининг чуқурлаштирган дифференциация қилинган талабига асосланади. Улар тўртта асосий уйғотувчи маркетинг омилини ўз ичига олади: товар, нарх, товар тақсимлаш усуллари ва сотувчи омилларнинг ўзаро боғлиқлиги билан харидорларни жавоб таъсирланишини махсус ишлаб чиқилган чизма орқали ўрганиш мумкин.

Харидорнинг дескриптив (тасвирлаш) ахлоқ модели ишбилармон асосий вазифасини акс эттиради, яъни истеъмолчининг «қора қутида»ги онгига қўзғатувчилар келиб тушиши ва жавобларни пайдо бўлиши оралиғида улар учун нималар бўлаётганини тушуниб етади. Бу қўзғатувчилар харидорларини сотиб олиш қобилиятини аниқловчи асосий омил ва воқеалардан ташкил топади. Улар ичида асосийлари иқтисодий, илмий-техника, сиёсий ва маданий омиллардир.

Харидор онгини «қора қутидан» ўтиб ушбу барча қўзғатувчилар харидорнинг кузатилиши мумкин бўлган бир қатор сотиб олиш туйғусини уйғотади. Улар товар танлашнинг маркасини ёки маҳсулотни тўла ассортиментини, сотиб олиш вақти ва жойини ҳисобга олишни аниқлайди. «Қора қути» ўзига келсак, унда харидор онгини иккита асосий бўлаги ажратилади ва текшириб кўрилади: биттаси харидорни ўзини тавсифлашни ўз ичига олса, иккинчиси сотиб олиш қарорини қабул қилиниш жараёнини акс эттиради.

Маркетингни уйғунлаштириш омиллари	Бошқа қўзғатувчилар	«Қора қути» харидорнинг онги		Харидорларни жавоб реакциялари
Товар	Иқтисодий	Харидорнинг тавсифи	Сотиб олиш жараёнининг қарори	Товар танлаш
Нарх				Марка ва ассортимент танлаш
Тақсимлаш усуллари	Илмий-техника			Дилер танлаш
Сотувни рағбатлантириш	Сиёсий-маданий			Сотиб олиш вақтини ва объектини танлаш

24.1-чизма. Харидорлар ахлоқ модели.

24.2. Харидорлар тавсифи

Маданий савияси ва ижтимоий аҳволи.

Маълумот савияси, умумий маданияти, ижтимоий аҳволи якка истеъмол товарларига нисбатан манфаат доираси ва ихлосини аниқлаб беради. Истеъмолчиларнинг ҳаёт тарзи, шахсий сифатини у ёки бу товарга бўлган таъсирланишини аниқроқ тавсифлайди. Якка шахсни жамиятда маълум роль ўйнаши, бирор ижтимоий қатламга тегишлилиги унинг сотиб олиш ахлоқига таъсир кўрсатади.

Ижтимоий тартиб омиллари. Истеъмолчиларнинг ахлоқи, оила, ижтимоий ва маданий муҳитдан чиқиб келувчи ижтимоий тартиб омиллари билан аниқланади. Оилани таъсири одатда кучли ва турғундир. Жуда кичик ёшдан оила якка шахсда истеъмолчи дунёқарашини, яъни товарларга бўлган муносабатини ва истеъмолчи одобларини тарбиялайди.

Ота-оналар ва бошқа оила аъзолари катта даражада шахснинг ахлоқига таъсир кўрсатадилар, чунки якка шахс улардан фақат дин, сиёсат, иқтисод, шуҳратпарастлик, ўзини-ўзи ҳурматлаш, муҳаббат тўғрисидаги маълумотларни олади. Аммо охирги йилларда бу каби

оила таъсири камаяди, чунки кўпчилик ҳолларда ишлайдиган ва жуда банд ота-оналар ўз болаларини тарбиясида фаол қатнашмайдилар, шунинг учун болалар ижтимоий қийматларини оила доираси ташқарисидан қидирмоқдалар.

Якка шахс бошқалар назарида қандай кўринишини ўйласа ёки қандайдир жамоани, иш жойдаги ҳамкасблари гуруҳини, қўшнилари, дўстлари асосий тавсифини аниқламоқчи бўлса шу билан у назорат гуруҳига тегишли ҳукмини шаклланишининг аҳамиятини намойиш этади.

Назорат гуруҳлари — бу инсонлар гуруҳи бўлиб биз ўз фаҳмимизда яратамиз ёки биз учун уни маъқуллаши муҳим ҳисобланади. Бу гуруҳлар аниқ шахслар (кўпроқ таъсири оила аъзолари, дўстлар, ҳамнафаслар) ёки ноаниқ шахслар кўринишида (сиёсий, жамоат арбоблари, киноюлдузлар, бизнесменлар) бўлишлари мумкин. Назорат гуруҳининг махсус шакли бу бир хил мақомдаги инсонлардир. Улар бизнинг ишончимизга ва харидор хулқи услубига улкан таъсир кўрсатади.

Бу каби ўзига ўхшаш якка шахсларни ҳурматини қозониш учун у маълум услубда кийиниши, кўркамроқ районда яшаши, атрофдагиларга маълум бўладиган одатларга ўрганиши керак. Кўп ҳолларда битта одамга иккита ҳар хил назорат гуруҳлари таъсир кўрсатади ва унга улар орасидан танлашга тўғри келади.

Инсон фаолиятини барча соҳаларида обрўли инсонлар бор (спорт, дин, иқтисод, мода, молия, сиёсат ва бошқалар). Обрў — бу шахс ёки ташкилот уларнинг кўрсатма ёки фикрлари улар билан бир соҳада умумий манфаатга эга бўлган одамлар учун тўғри деб тан олинади. Шу сабабли назорат гуруҳлари ва обрўлилар фикри товар ва хизмат ишлаб чиқарувчилар учун ҳамма вақт муҳимдир.

Шахсий тартибдаги омиллар. Харидорнинг ахлоқи шахсий тартибдаги омиллар таъсири остида ҳам шаклланади. Улғайган сари харидорлар ўз ахлоқини ўзгартиради, бу эса уларни талабидаги товар ва хизматлар тавсифи орқали ифодаланади. Шундай қилиб улар сотиб оладиган у одамларнинг ҳаёт циклини қандай даражасида турганликларига боғлиқдир.

Сотиб олинадиган товар ва хизматлар тавсифига

уларнинг қиладиган иши ҳам маълум таъсир этади. Мисол учун: Россия ва бошқа яқин хорижий давлатларда қизил рангли костюмларни кўпроқ харид қилинса, узоқ хорижий давлатларда зангори рангли истеъмолларга эътибор кўпроқ сезилади. Бу гуруҳларни маркетингчилар ажратишга ҳаракат қилсалар, фирмалар халқни маълум қатламига зарур бўлган товарлар ишлаб чиқаришга ихтисослашиши мумкин.

Якка шахснинг товар танлашда керакли тарзда унинг даромад қисми, яъни жамғармасининг борлиги муҳим аҳамиятта эга. Агар маҳсулот истеъмолчиларнинг иқтисодий кўрсаткичлари пасайса хўжалик юритувчи субъект бу ўзгаришга товар турларини ўзгартириш ва нархни пасайтиришига, ишлаб чиқариш ҳажмини камайтириш билан аҳамият бермоғи керак, акс ҳолда унинг корхонаси молиявий турғунлиги пасайишига дучор бўлади.

Алоҳида гуруҳларнинг сотиб олиш қобилиятига уларни шахс турини аниқлаш етарли таъсир кўрсатиши мумкин, яъни, ўзи тўғрисидаги ўз фикри. Шахс тури — бу инсонни бир-биридан фарқ қилиши тавсифи бўлиб, унинг жавобдан таъсирланишини атроф муҳитта нисбатан ўзгармаслигини таъминлайди.

Одатда шахс тури қуйидаги тафсилотларга эга: ўзига ишонч, эҳтиёткорлик, таъсирчанлик, боғланганлик, эркинлик, шафқатсизлик, ўзгарувчанлик, вазминлик, ҳурматлилик, муваффақиятта интилиш, амалпарастлик, очиқ кўнгиллик, мослашишлик.

Одамлар ўз қизиқишлари билан ҳар хилдирлар. Шахс турини билиш, инсонларни ўз фикрларини, ишонч ва дидларини ўзгаришини доим ҳисобга олиб бориш харидор хулқини таҳлил қилишда фойда келтириши мумкин. Хўжалик юритувчи субъектлар товарни харидорнинг хусусий «Мен» деган талабига жавоб берадиган турларини яратишлари керак.

Психологик тартибдаги омиллар. Сотиб олиш ҳаракати асосида истеъмолчининг ички ўзгаришлари ётиши мумкин, яъни асосланиш, қабул қилиш, ўзлаштириш, ишонтириш ва муносабат. Асослаш — бу инсонни ҳаракатга келтирувчи омиллар мажмуаси. Бу туйғулар онгли равишда ёки онгсиз равишдаги эҳтиёжининг ўз эҳтиёжини камайтириш ва ўз хоҳишини қондиришдан келиб чиқади. Одамлар турли эҳтиёжлар ва хоҳишларга эга. Агар хоҳиш етарли даражада кучли бўлса, инсон

маълум ҳаракатни амалга оширади, яъни харид қилади.

Эҳтиёжни тўлалигича тушуниш жуда қийин. Бир хил талабни ҳар хил йўллар билан қониқтириш мумкин. Ўхшаш тарзда битта товар ҳар хил одамларни турли талабларини қондириши мумкин, аммо ҳамма вақт тушуниш қийин ушбу товар қайси эҳтиёж ёки хоҳишни қониқтиради. Демак, харидорнинг хулқи асосини тўғри баҳолаш учун баъзи бир руҳий омилларни ўқиб ўрганиш зарур бўлади.

Психологик талабларни қуйидаги турлари мавжуд:

1) физиологик талаблар — кислород, озуқа, ичимлик, жинсий ҳаёт, дам олиш;

2) хавфсизлик — болаларни ота-оналарга боғланганлиги, бахтсизликка ёки касалликка олиб келувчи вазиятлардан четланиш ҳамда иқтисодий хавфсизлик;

3) ижтимоий талаблар — дўстлик ва боғланишлик, жамият сезгиси;

4) аҳамиятли бўлиш талаби — ўзини ўзи ҳурмат қилиш, ҳурматта сазовор бўлиши;

5) ўзи тўғрисида фикр юритиш — шахсий имкониятларни амалга ошириш.

Якка шахс ахлоқи, ўзини ўзи ҳурмат қилиши ва уни асослаши, талаблари ёки унинг жамоатчилик томонидан тан олиниши орқали унга муҳим таъсир кўрсатади. Шахснинг ўзи ва уни ўраб турган дунё тўғрисида фикр юритиши ҳам муҳим таъсир кўрсатувчи омиллардан ҳисобланади. Қабул қилиш — бу рағбатнинг эслашни субъектив усулидир, унинг таъсир қилиши учун ҳар қандай инсон ёки атроф муҳитни тушуниш жараёни.

У сезгили бўлиши (кўриш орқали, эшитиш, ҳидлаш, овқат мазасини сезиш) ва ташқи уйғотувчилар ёрдамида қабул қилиш. Амалиёт шуни кўрсатадики, одамлар улар эҳтиёжини эслатувчи уйғотувчиларни тезда сезадилар. Реклама берувчининг қабул қилиш муносабатида тўқнашадиган асосий муаммоларидан бири бу ҳар бир потенциал харидорлар танлаб олиш ҳамда танлаб олиш орқали эслаб қолиш қобилиятига эга.

Инсон ўзи учун ўта зарур ва жуда керак бўлган нарсани эслаб қолади. Бу билан реклама берувчилар қайтариб туришга катта аҳамият берадилар, чунки қайтарилиб турилган эълонларда қабул қилиш жараёни ошади ва улар орқали уларни ўзлаштириш тезлашади.

Харидор хулқига шахсий таъсир кўрсатувнинг бошқа тури — бу улар томонидан товар ёки хизмат тўғрисида янги ахборот олиш, уни тўлаш, ўзлаштириш ва товарга ёки хизматга нисбатан ишонч ва муносабат ишлаб чиқишдир. Ушбу чизма билан эгалланган хулқлар тизими сўнгра одатга айланади:

Биринчидан — шу йўл билан ўйлашга, таққослашга ва баҳолашга вақт сарф қилмай товар танлаш оддийдир.

Иккинчидан — биз одатда зарурат ҳисобга суянамиз. Кўпчилик харидорларда рақобатли товарлар ҳақидаги маълумотларни қайта кўриб чиқишга вақти ҳам, хоҳиши ҳам йўқ.

Учинчидан — одатда биз мурожаат қиламиз, чунки бу ёқимлирокдир.

Магазинни ёки бизга ёққан товарни топа туриб биз сотиб олишни бизга таниш бўлган товарлар ҳисобига давом эттирамиз.

24.3. Сотиб олиш қарорини қабул қилиш жараёни

Агар харидорлар талабини нуқтаи назаридан етарли даражада яхши билинганда уларни сотиб олиш мумкин бўлган ўзининг якка шахслик хусусияти асосида уларни қарорига ҳар хил омилларнинг таъсиридан келиб чиқиб, товар моделини тузишнинг имкони топилар эди.

Масалан: америкалик замонавий реклама бўйича изланувчилар Л. Бове ва Ф. Арнес бўйича қарор қабул қилиши жараёнини баҳолаш чизмасини ишлаб чиқдилар. Сиз харидор хулқини олдиндан айтиб бера оласизми? (24.2-жадвал).

Берилган жадвалда якка шахсга барча таъсир кучларни акс эттириш керак (масалан, 10 баллик шкала бўйича харидорни фарқ қилинадиган хулқини акс эттирувчи расмини олиш учун, у ерда — энг кам таъсир қилувчи куч, 10 эса энг кучли таъсирдир). Энг кераги харидорнинг кўнглидаги талаби қандай турдаги автомашина сотиб олишига таъсир кўрсатади: иқтисод, мақом, ҳаракатланиш воситаси, қарама-қарши жинсга ёқиш истаги, ўзига ўзи баҳо бериш ва бошқалар.

Баҳолашни бошқа томони — бу талабларни қайси бири қанчалик ҳар хил турдаги автомобиллар учун кучли бўлиши. Шундан кейин 24.2-жадвалга «0»дан

«10»гача бўлган балларни ҳар бир якка шахсни у ёки бу автомобилни сотиб олиш қарорига таъсир қиладиган куч қаршисига ёзинг. Масалан, оила таъсири иқтисодий автомобилга нисбатан кучли бўлиши, аммо спорт автомобилига нисбатан бўш бўлиши мумкин.

Шу билан бирга тенгдошлар таъсири бутунлай қарама-қарши бўлиши мумкин. Ҳар бир катак бўйича баллар сонини аниқлаш у ёки бу автомобилни сотиб олиш эҳтимолини аниқлашга имкон беради.

24.2-ж а д в а л

Сабаблар	Омиллар	Оилавий	Иқтисодий	Спорт	Пикап
Талаб ёки сабаблар	Маслоу бўйича талаб иерархияси: физиологик, хавфсизлик, ижтимоий, ҳурматли, ўзи амалга ошириш				
Қабул қилиш	Ташқи рағбатни сезиш усули, ўзгарувчан талаб ва якка шахс талабига асосан				
Билим ва одатлар	Ҳаётда, мактабда биз нимани биламиз, тажрибада, одатларда				
Оила	Нимани истеъмол қилиш яхши-ю, нимани — ёмон, ахлоқ, этика, дин, жинсий роль, овқатланиш, сиёсат				
Ижтимоий давра	Ижтимоий гуруҳ, бир гуруҳдан бошқасига ўтиш назорат гуруҳларнинг аҳамияти, оила, қўшнилар, мазкур даврани одамлари				
Маданият	Одатлар, анъаналар, етилиш, динга муносабат, этика				
	Жами баллар				

25. АСОСИЙ ТОВАРЛАР ВА УЛАРНИНГ ТАВСИФИ

25.1. Кенг истеъмол товарларининг туркумланиши

Товар — бу инсон меҳнати маҳсулоти, у сотиш учун ишлаб чиқилган ва истеъмолчиларнинг манфаатини ва хоҳишини қондиради. Маркетинг нуқтаи назаридан қуйидагилар товар бўлиб ҳисобланади: физик объектлар, маҳсулотлар ва хизматлар, харидорга таклиф қилинадиган товарга керакли хизматлар (қутига жойлаш, қоғозга ўраш, маркалаш ва бошқа хизмат кўрсатиш), истеъмолчи сотиб олиш эвазига эришадиган фойда.

Замонавий реклама бўйича изланувчи америкалик фуқаролар Л. Бове ва Ф. Арнес қуйидаги маҳсулот туркумларини келтирадилар.

Бозор тури бўйича: Истеъмол товарлари. Кундалик ҳаётимизда фойдаланадиган (маҳсулотлар, кийим, мебель, автомобиллар). Саноат товарлари. Компаниялар томонидан бошқа турдаги маҳсулот ишлаб (хом ашё, қишлоқ хўжалик маҳсулоти, дастгоҳлар, асбоблар ва жиҳозлар) чиқариш мақсадида ишлатилади.

Истеъмол тезлиги ва материаллиги билан: узоқ давр ишлатиладиган товарлар. Уларни узоқ даврда алмаштирмасдан ишлатиш мумкин бўлган товарлар енгил ва юк автомашиналар, совуттичлар, мебель. Қисқа муддатда ишлатиладиган товарлар материал сезгили маҳсулотлар, бир ва бир неча истеъмол қилинишда ишлатиладиган ва вақт ўтиши билан янгиланишни талаб қиладиган маҳсулот (маҳсулотлар, совун, бензин, нефть).

Хизматлар, ҳаракат, фойда ёки сотишга таклиф этиладиган талабни қониқтирувчи хизматлар (саёҳат, сартарошлик хизмати, юридик ва тиббий хизмат кўрсатиш, уқалаш).

Харидор одати бўйича: Сотиб олишни қулайлиги. Тез-тез амалга ошувчи ва оз куч сарфини талаб қилувчи харидлар (сигаретлар, озиқ-овқат, газеталар).

Танлаш бўйича товарлар. Кам харид қилинадиган ва харид учун кўп вақт талаб қиладиган нархлар, сифат, услуб, кафолат муддати таққосланадиган товарлар (мебель, автомобиль, кийим, шиналар).

Даромадлилар сотиб оладиган товарлар. Шундай ноёб тавсифли маҳсулотларки, истеъмолчи ўз кучини

бутунлай сарф қилиб уларни юқори нархига қарамай сотиб олишга тайёр (қимматбаҳо фотоаппаратлар, аёлларни муҳим модага тегишли кийимлари, стереотизм комплектлари).

Маҳсулот тасвири бўйича:

Жойлашган (упаковка қилинган) товарлар, гуруч, жўхори таёқчалари, шампунь ва бошқалар.

Қаттиқ товарлар: мебеллар, приборлар.

Юмшоқ товарлар: кийим, кўрпа-тўшак жиҳозлари.

Хизматлар. Номоддий маҳсулот.

25.2. Маҳсулотни белгилаш ва жойлаш

Маркетинг фикри бўйича товарларни дифференциясини қилиш, яъни маҳсулотларга рақобатчилар олдида устуворликни қўлга киритиш ниятида ўзига хос белгиларни қўйишда савдо маркасини ишлатиш, белгилаш ва жойлаш (упаковка қилиш) муҳим аҳамиятга эга. Савдо маркаси бу рамз, белги, сурат, ном бўлиб товарлар идентификациясини, яъни уларни рақобатчилар товарларидан фарқланишини таъминлайди.

Маркалар ўз ичига махсус рамзлар, белгилар, расмлар, исмлар, қўшилмаларини қамраб олиши мумкин. Фирманинг исми, белгиси, товар кўриниши ёки уларни бирлашмалари, ўрнатилган тартибда рўйхатдан ўтган бўлса, яъни юридик ҳимояланган бўлса, унда улар товар белгиси ёки хизмат кўрсатиш белгиси ҳисобланади. Товарларни жойлаш (упаковка қилиш) бир қатор вазифаларни бажаради:

- товар белгисини, маҳсулот номини, уни ишлаб чиқарилган жойи ва вақтини кўрсатишга кўмаклашади;
- товарни эстетик жиҳатдан маъқулроқ жойлашишни ва уни зарар етказилишдан ҳимоя қилади;
- маҳсулотни идентификация қилишда кўмаклашади
- ишлатилишда ва сақланишда қулайлик яратади;
- харидор эътиборини ўзига жалб қилади;
- маблағни тежайди.

Ўзига-ўзи хизмат қилиш шартида упаковкани роли фақат озиқ-овқат магазинларида эмас, балки дорихоналар, аралаш турдаги моллар магазинлари ва бошқа чакана савдо корхоналарида ҳам кучли равишда ошади. Яхши ташкил қилинган, упаковка қилинган маҳсулот ҳаммани ўзига ром этади.

Аммо ҳар қандай упаковканинг асосий вазифаси маҳсулотни транспортировка қилиш, сақлаш ва сотиш жараёнида уни жойлаш ва сақлашдан иборатдир. Упаковка идентификация қилиш воситаси сифатида шунчалик муҳим бўлиб қолдики, «Кока-кола», «Хайнц» каби компаниялар ўз шишаларини ва этикеткаларини узоқ йиллар мобайнида ўзгартирмайдилар, бу эса харидорни маҳсулот маркасини тезда билиб олишига имкон яратади.

Истеъмолчи ва сотувчиларга ташиш учун қулай ва осон очиладиган упаковкалар жуда ёқади. Шу билан бирга бундай қулайлик упаковка ичидаги маҳсулотни бузмасдан сақланишига путур етказмаслиги керак. Упаковканинг эътиборни жалб қилувчанлиги маҳсулотни муваффақиятли сотилишига катта таъсир кўрсатади. Жалб қилиш даражаси бир қатор омиллар (ўлчови, ранги, материали, упаковка шакли жиҳатидан алоҳида фарқланувчи ва осон ўқиладиган ёзув ва инструкциялар) билан шаклланади.

Упаковкани бошқа мақсадларда ишлатилиш имконияти уни бевосита ўзига жалб қилишини оширади. Масалан, ичимликлардан бўшаган шишалар кенг кўламдаги мақсадлар учун ишлатилади. Баъзи бир банка ва шишалар коллекция тўпловчилар учун бебаҳо предмет бўлиб қолади.

25.3. Товар ассортименти ҳақидаги қарор

Товар ассортименти — бу қуйидаги белгиларнинг биттаси билан ўзаро яқин боғланган товарлар гуруҳидир: ишлатишни ва вазифасининг умумийлиги, тақсимланиш каналининг умумийлиги, ўхшаш нарх оралиги. Ҳар бир товар ассортименти учун алоҳида маркетинг стратегияси ишлаб чиқилади.

Кичик бизнес корхонаси имкониятларига қараб кенг ассортиментдаги ёки аксинча чекланган ассортиментдаги маҳсулотни сотади. Ҳар иккала товар варианти стратегияси ўзига хос устуворлик ва камчиликка эга. Кенг товар ассортименти бозор майдонини бир қатор маҳсулотлар билан тўлдиришга имкон яратади ва ялғор товарлар ёрдамида харидорларда турли-туманлик ва тўлдирувчанлик таассуротини бунёд этади ва шу билан ҳар хилдаги истеъмолчилар манфаатига таъсир кўрсатади.

Товар оқимининг турли-туман ташқи муҳитни кутилмаганда ўзгариши, фирмага яхши мослашишга имкон яратади. Аммо кенг ассортиментли товарни бошқариш анча мураккаб. Махсус таркибдаги сотувни бунёд этилишини, мураккаброқ ишлаб чиқариш ва маъмурий тизимларни тузиш зарурати пайдо бўлади. Тор товар ассортиментида катта сериядаги товарлар иқтисод қилишга имкон яратади, резервлар билан бошқариш одатлашади, мураккабли маъмурий, ишлаб чиқариш ва савдо таркиблари камроқ керак бўлади.

Маркетинг хизмати кам сонли товарларда йиғилади. Маркетингли изланишлар асослироқ ва чуқурроқ олиб борилади. Маҳсулот савдо ходимлари томонидан аниқроқ ва тўлароқ ўрганилади. Товар ҳаракати бўйича рекламада ва компанияда йириклаштирилган ҳаракат амалга оширилади. Тор товар ассортиментининг асосий камчилиги бу бозордаги кутилмагандаги ўзгаришлар эҳтиётлардаги ҳолатни ишлаб чиқаришдаги қийинчиликдир.

Авваламбор тор ассортимент «қотиб қолган» деган маънони билдирмайди, кичик корхонага ҳеч нарса халақит бермайди, аксинча, барча уни бозорни назорат қилишга шунинг учун мослашиш сиёсатини ишлаб чиқишга ёки товарлар билан тўлдирилмаган бозор майдонини излашга ундайди. Маъқулроқ товар турини қўллаб-қувватлаш зарур, яъни унинг керакли кенглигини, чуқурлигини ва тартиблигини таъмин этиш керак.

Товар турининг кенглиги деб барча ассортимент гуруҳларнинг умумий сонига айтилади. Товар турининг чуқурлиги деб ҳар бир алоҳида товарнинг битта ассортимент гуруҳининг чегарасига айтилади. Товар турининг тартиблиги товарларнинг ҳар хил ассортимент гуруҳларининг яқинлигини ишлатилиш йўналишини, тақсимланиш каналини, ҳар бир товар учун «хулқ» интизомининг кўрсаткичларини ҳисобга олиниши тушунилади.

Маркетинг изланувчиси француз Аржан Дайан товарни «хулқига» асосан қуйидагиларни белгилади.

Илғор товарлар — кенг мижозлар ва катта даромади билан фирмага муваффақият келтирувчи товардир. Улар янгилик сифатида пайдо бўладилар ва шу ҳисобига бизнес муваффақиятига кўмаклашади (сабзавот тўғровчи, тез пиширувчи қозон ва портатив ишлатмаси).

«Локомотив» (етакчи) товарлар фирма белгисини тасдиқланишига кўмаклашади.

Тактик товарлар ёки қўлловчи товарлар харидорни етишмовчи маҳсулот учун рақобатларга мурожаат қилмаслиги учун мавжуд ассортиментни тўлдиради. Бу эса харидорни етишмовчи маҳсулот учун рақобатларга мурожаат қилмаслиги учун. Бу маҳсулот рентабеллигини билдиради, чунки кенг гуруҳ харидорларга маълум савдо устамаси билан сотилади.

«Чиқарувчи» товарлар ўзларининг арзонлиги билан харидорларни жалб қилади. Масалан, кенг ассортиментли магазинда амалда зарар билан шакар, ўсимлик мойи сотилиши мумкин.

Бозорга киритиш босқичидаги товарлар — бозорда пайдо бўлиши учун қулай момент кутиб турган товардир.

25.4. Янги товарларни кетма-кет ишланиши. Асосий этапларнинг моҳияти

Бозорда янги бўлган товар — бу жуда янги талабни қондирувчи ёки маълум талабни янги даражада таъминловчи маҳсулотдир. Маркетингни кенг қўллайдиган фирма амалда ҳар 5—7 йилда янгиликларни ишлаб чиқишга ҳаракат қилади. Лекин бу ҳолда, кичик корхоналарнинг бозорга янги буюмларнинг чиқиш вақтида алоҳида бўлган бозор сегментларининг ҳар бирида қўшилиш жойи бозор токчаларида шаклланган талабларни доим ҳисобга олиш керак.

Бундан келиб чиққан ҳолда иккита масала ечилишини таъминлаш керак: янги товарни яратиш ташвиқотини ўтказиш ва уни сотиш орасидаги вақтни қисқартириш, талабни башорат қилиш ва талабкорлик хоҳишини шакллантириш. Тажриба шуни кўрсатадики, кичик бизнесда бозорга янги маҳсулотнинг чиқиши учун бир неча кетма-кет этаплардан ўтиши зарур (25.1-жадвал).

Янги турдаги маҳсулотни яратиш ва уни бозорга чиқариш бўйича ғояни шакллантириш этапида ташвиқотларни ишлаб чиқишни техник усули аниқланади ва янги товарни ишлаб чиқариш ва сотишнинг аста-секин ташкил қилинишини жадвали ўрнатилади. Ғоялар қанча кўп пайдо бўлса шунча яхши, ғояга кетадиган харажатлар ҳеч қанча бўлмайди. Ғояларни ишлаб чи-

қаришни техник усуллари қуйидагилар бўлиши мумкин: ақлий ҳужум усули, рақобатчилар чиқарувчи товар ва реклама ахборотларини таҳлил қилиш, маркетинг изланишлари.

Ғоялар техник томондан амалга ошириб бўлмаслиги учун лойиҳалар ҳисобига рад қилиниши камаяди. Фирма янги маҳсулотни франчайзинг ҳуқуқи асосида бошқа корхоналардан сотиб олиши ёки бошқа фирма билан лицензион келишув йўли орқали уни тайёрлаши мумкин. Барча кўрсатилган вариантлар намунавий маркетинг усули орқали ишлаб чиқилади. Мақсад маҳсулотни баҳолаш ва маркетинг фаолияти йўналиши тўғрилигини ва истеъмолчининг бериши мумкин бўлган жавобини олдиндан текшириб чиқиш.

Агар янги товарга талаб ижобий бўлса, бунда олинадиган даромад, харажат ва фойда синчиклаб таҳлил қилинади, сўнгра режали рентабеллик аниқланади (25.1-жадвал). Янги маҳсулотни сотиш имкониятли рентабелликни таъминлаш тўғрисидаги қарорни қабул қилишдан кейин фирма уни ишлашга киришади ёки маълум компаниянинг маҳсулоти нусхасини бунёд этади. Чизма ва спецификация варақлари, ишлаш бўйича кўрсатмалар ҳамда муҳим деталлар бўйича буюртмалар ва янги маҳсулотни ишлаб чиқиш ва уни бозорга етказиб бериш режаси тузилади.

Янги товар нусхалари техник назоратдан ўтказилиши ва бозор синовидан ўтиши керак. Тажриба ишлаб чиқаришга текшириб кўрилувчи ёки пулли гуруҳи (серияси киритилади) бозор шароитида товарни текшириш ўз ичига бир неча операцияларни қамраб олади: истеъмолчиларнинг янги маҳсулотга қизиқиши, уни упаковка қилиниши товар белгисининг ишланиши, ташвиқот фаолиятининг самарадорлиги ва бошқалар. Бозор шароитида тўғри келишини текширгандан сўнг янги маҳсулотлар кўплаб ишлаб чиқаришга туширилади. Шу билан биргаликда бозор бурчагини ёки сегментини тўла қамраб олиш бўйича маркетинг режаси ишлаб чиқилади.

Ассортиментни режалаштиришда шунингдек, бозорга у ёки бу маҳсулотнинг ҳажми, реклама дастурини ишлаб чиқариш белгиланади. Бу ерда менежер ҳар бир маҳсулотнинг ҳаётий жараёнидан келиб чиқади. Ҳаммамизга маълумки, ҳар бир маҳсулот худди тирик мавжудотдек туғилади, ўсади, эскиради ва ўлади. Шу-

нинг учун текшириш вақтида маҳсулотлар ҳақида ҳеч нарса деб бўлмайди. У қандай ҳаётий шароитда эканини тезда аниқлаш керак.

25.1-ж а д в а л

Кичик бизнесда янги маҳсулотни бозорга олиб чиқиш жараёни

Этаплар	Товар модели	Асосий ҳужжатлар
Ғояларни шакллантириш, уларни олдиндан баҳоланиши ва маркетингни асосий фикрини яратиш	—	Тизимни аниқлаш. Маркетинг бўйича режа даромадни баҳолаш, смета
Тижоратни режалаштириш ва баҳолаш	—	Сегментлар спецификацияси. Маркетинг бўйича рентабелликни баҳолаш
Маҳсулотни бунёд этиш	Лаборатория модели	Яратиш бўйича ҳисобот. Лойиҳа ҳужжатлари инвестиция режаси
Янги маҳсулотни биринчи нусхаларини текшириб кўриш, диққат билан ишловни ниҳоясига етказиш	Тажриба модели	Лойиҳани ишлатилиши бўйича ҳисобот. Маҳсулот ишлаб чиқариш режаси. Муҳим деталларга буюртма бериш
Нусхани яратиш	Нусхалар	Чизмалар ва спецификация варақлар. Бозорга маҳсулот бериш режаси. Ишлаб чиқариш йўриқномаси
Намуна ёки пуллик гуруҳ (серия)	Тажриба ишлаб чиқариши пуллик гуруҳи (серия)	Янги маҳсулотни ишлаб чиқаришга қабул қилиш тўғрисида натижа ва уни бозорга етказиб бериш
Тижорат ишлаб чиқарилишини йўлга қўйиш	Кўплаб ишлаб чиқариш	Бозор бурчагини ёки сегментини эгаллаш учун маркетинг режаси.

25.5. Товарнинг ҳаётий цикли

Маҳсулотнинг ҳаётий жараёнини модели сотувни ҳажмини ва тўртта асосий фазода жойлашган маҳсу-

лотнинг бозордаги фойдасининг даражасини белгилайди. Маркетингнинг мақсади маҳсулотнинг мўлжалдаги ҳаракатида бир даражадан ўзгаришидир. Даражага киргизиш ва менежернинг ҳамма ҳаракати аниқликни таъминлаш ва истеъмолчини қондиришга қаратилган бўлади. Ўсиш даражасида эгри сотув нимага етади, бозор хилдаги маҳсулотларнинг нозик томонлари билан таъсир қилса, маҳсулотнинг ҳаракати тезлашади, бунда асосий урғу истеъмолчиларнинг талабини қондиришга қаратилади.

Бу босқичда фирма ўзининг сотувини кенгайтиришни, рақобатчига зарарини ошириш орқали амалга оширади. Бу жараённи максимал чўзилиши учун кучайтиришлар қўлланилади, масалан янги қўлловчиларни жалб қилиш, бор харидорларни шу маҳсулотни ишлатилишини жараёнини ошириш, маҳсулотни қўллашнинг янги усулларини, яъни йўлларини ишлаб чиқиш, ўраш ўлчовларини ўзгартириш, ёрлиқ кўринишини ўзгартириш ва маҳсулотни сифатини яхшилаш (натижада маҳсулот ўзининг хусусиятини ўзгартиради).

Маҳсулот эскириш натижасида ўзининг хусусиятини йўқотади ёки харидорларнинг ўзига бўлган дидини ўзгартиради ва шу фирма уни сотувини тўхтатади ёки уни секин сотувдан чиқиб кетишини таъминлайди.

26. НАРХ ВА НАРХ-НАВО СИЁСАТИ

26.1. Нархни бунёд бўлиш табиати ва аҳамияти. Нархлар тури

Нархни бунёд бўлиши маркетинг мажмуасида энг мураккаб ва энг муҳим жараён ҳисобланади. Нархлар орқали тижоратни пировард натижаси амалга оширилади, корхонанинг ишлаб чиқариш, сотиш таркибининг барча бўғинлари унинг маркетинг хизматини ва ишининг самарадорлигини аниқлайди. Пировард ҳисобда нархлар ишбилармонга, фирмага режалаштирилган даромадни таъминлайди, уларнинг товар-хўжалик таркибини рақобатбардошлигининг барча товарлар мажмуасини, хизмат ва сервисни истеъмолчи фойдасига ҳал бўлишини гувоҳи бўлади.

Нарх бу меҳнат маҳсулининг қийматини пул шаклда

товар муомаласи шароитида алмаштириш соҳасидаги ўзгаришлар, товар-пул муносабатларини белгилащдир. Бу маркетинг мажмуасининг бирдан-бир таркибий қисми бўлиб, хўжалик юритувчи субъектларининг молия ресурсларини йиғилишига имкон яратади.

(Нарх х талаб қилинган маҳсулот сони-савдодан келган маблағ). Маркетинг доирасидаги барча бошқа фаолият (реклама, сотилишни рағбатлантириш, бозорни текшириш) харажат ҳисобланади ва ишбилармонлик даромадидан ёки киритилган маблағдан фойдани олиш ниятида амалга оширилади. Нарх ўзига хос рақобатлантириш самарасига эга.

Нарх-наво ва тўғри нарх сиёсати ҳамда маркетинг фаолиятининг маҳсулотини лойиҳалаш, уни бозордаги ҳаракати, тақсимланиши ва бошқа шу каби омиллар истеъмол талабига бевосита таъсир кўрсатади. Нарх-навони турли-туманлиги маркетинг муҳитининг ички ва ташқи омиллари мажмуа билан белгиланади ҳамда у уларни ахборот, рағбатлантириш, тақсимлаш, тенглаштиришдан келиб чиқади, улар вазифани даромадли бўлишини таъминлайди.

Хизмат кўрсатиш соҳасига ва товар муомаласи шаклига қараб нархлар қуйидаги турларга бўлинади.

Кўтара нарх — бу кўтара-савдо базалари ҳар хил магазинларга ва бошқа истеъмолчиларга берадиган нархдир. У ўз йўлида корхона кўтара нарх ва кўтара сотувчи ташкилотларнинг савдо қўшимчаларидан иборат.

Чиқариш нархи — бу маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналарни ўз харидорларига аҳолидан ташқарида ҳисоб-китоб қиладиган нархдир. Бу нарх ҳар иккала томоннинг келишуви билан ёки нарх белгиловчилар томонидан тайинланади.

Маҳсулот ишлаб чиқарувчилар (сотувчилар) ҳар хил савиядаги нархларни бир турдаги маҳсулот бўйича келишиш ҳуқуқига эга, бунга маҳсулот етказиб бериш, пул тўлаш, бозор номенклатураси, мавсумий талаб кабилар таъсир кўрсатади.

Кўтара устамаларнинг иқтисодий моҳияти шундан иборатки, улар кўтара савдо ташкилотларининг (сарф харажатларини қоплаш) маҳсулотни истеъмолчиларга етказиб бериш, маълум ўлчамдаги даромад бунёд этиш, қиймат солиғи ва бошқа бюджетга тушмайдиган фойдалар бўйича сарф-харажатларини қоплашдан иборатдир. Давлат ёки нарх белгиловчи идоралар қарори

асосида нарх белгилашдан маълум чеклашишларни ички бозор бўйича ўтказиш мумкин.

Шартномавий нарх — бу шартнома асосида сотувчи ва сотиб олувчи маҳсулот ишлаб чиқарувчи ва истеъмол қилувчи ёки ўртада турувчи ўртасидаги ўрнатилган нархдир.

Чакана нарх — бу нарх бўйича чакана савдо ташкилотлари маҳсулотни халққа сотади. У чекланган ва эркин бўлиши мумкин. Чекланган чакана нарх нарх белгиловчи идоралар орқали ўрнатилади. Эркин нарх ҳар хил савдо корхоналари, хўжалик юритувчи субъектлар томонидан чекланади, уни чиқариш нархи асосида ва савдо ҳамда чиқарувчи звено қўшимчасини қўшиш билан белгиланади.

Савдо устамаси — бу сотиш қўшимчаси бўлиб савдо корхоналари ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар томонидан халққа маҳсулот сотилишида ўрнатилади. Унинг вазифаси товарларни чаканалаб сотиш билан боғлиқ харажатларни ва бу операцияларни даромад қилишини таъминлашдан иборат. Ҳокимият ёки нарх белгиловчи идоралар қарори билан савдо устамаларининг миқдори чекланиши мумкин. Бозор кўламини ва уни ҳудудий чегарасини ҳисобга олиб нархлар маҳаллий, миллий (ички) ва умумжаҳон (ташқи) бўлиши мумкин.

Товар бозорларида ҳар хил турдаги нархлар ишлатилади: яъни **ишлаб чиқариш воситалари нархи** — маҳсулот нархи деб аталувчи, кенг истеъмол товарларининг нархи — товар нархи деб аталувчи, меҳнат маҳсулот хизматининг махсус тури ишининг нархи — таърифлар деб аталувчи нархлардир.

Махсус турдаги нархлар — булар чекланган нархлар деб аталади. Улар янги маҳсулот турининг ҳамда гуруҳлаб (сериялаб) ва кўплаб ишлаб чиқарилувчи маҳсулот муомаласи учун ишлатилади. Чекланган нархлар ўзларининг энг юқори йўл қўйиладиган савиясини ифодалайди.

Янги маҳсулот учун **босқичли нархлар** тасдиқланиши мумкин, яъни улар ишлаб чиқарувчи томонидан олдиндан белгиланган муҳлатларда ва аввалдан аниқланган шкала бўйича камаювчи нарх гуруҳлаб (сериялаб) ва кўплаб ишлаб чиқариладиган маҳсулот учун қоида бўйича прейскурант нархлари, яъни махсус прейскурант тўпламларига кирувчи нарх белгиланади.

Хизматлар учун ўрнатилган нархлар ҳам прейскурантли бўлиши мумкин.

Нархларни махсус тури товар биржалар фаолиятига хизмат қилади. Товар биржасида тўпланувчи нархлар биржалар котировкалари деган ном олган. Ўзига хос нархлар тури капитал бозорида ҳам ишлатилади. Ссуда капиталининг товар сифатидаги қиймати фоиз ҳисобланса, қалбаки капитал — қимматбаҳо қоғозлар курси ҳисобланади.

Меҳнат биржасида ишчи кучи нархи фаолият кўрсатади, унинг номи иш ҳақидир. Таъсир кўрсатадиган вақтга қараб нархлар режали, ҳақиқий (амалдаги), солиштирма, яъни маълум вақтта белгиланган нархларга бўлинади. Таъсир кўрсатиш муҳлатига қараб нархлар: доимий, вақтинчалик, мавсумий ва бир марталик туркумларга бўлинадилар. Нархларнинг узилкесил шаклланиш жойига қараб (ишлаб чиқариш жойида ёки истеъмол қилиниш жойида) қуйидаги турларга бўлинадилар:

— франко-станция (пристань) жўнатувчи;

— франко-станция (пристань) қабул қилиб олувчи.

«Франко» сўзи маҳсулотни ишлаб чиқарувчидан то истеъмолчига етказиш учун кетган транспорт харажатлари миқдорини нарх таркибига киритилишини билдиради. Юқорида номлари келтирилган нархлардан ташқари товар-йўл муносабатлари тизимида кенг ишлатилувчи аукцион, маълумотномавий, эркин, тартибга солинувчи ва белгиланган ҳамда талаб, таклиф ва мувозанат нархлари мавжуд.

Аукцион нархлар аукцион савдосидаги нархлардир.

Маълумот берувчи нархлар — бу нархлар махсус маълумотномаларда, шартномалар тузиш мақсадида берилувчи нархлардир.

Эркин нархлар — бу давлат идоралари томонидан чекланмайдиган нархлардир. Тартибга солинувчи нархлар нарх савиясини белгиловчи асосий ўлчамлар давлат бошқарув идоралари томонидан берилган ҳуқуқлар асосида белгиланади.

Белгиланган (расмий, мустаҳкам) нархлар — булар ҳокимият томонидан ўрнатилган ва маълум йўл қўйилган вақт бирлигида ишловчи ўзгармас нархлардир.

Талаб нархи — бу истеъмолчи меҳнат маҳсулини сотиб олишга рози бўлган нархдир.

Таклиф нархлари — булар шундай нархки, улар билан ишлаб чиқарувчилар ёки мулк эгалари ўз маҳсулотини (товарини) сотишга тайёрдирлар.

Мувозанат нархлари — талаб нархини таклиф нархига тенглигини акс эттиради.

Нархларни турли-туманлиги товар муомаласини барча истеъмолчига мўлжалланган томонларини акс эттиради. Кичик шаклли хўжалик юритиш субъектлари ўзларини бозор нархидан фарқланувчи нархларни қўллашда чекланганлиги сабабли асосий диққат эътибор товар турларига ва ҳаракатига қаратилмоғи керак, чунки уни маълум бозор жойида сотилишини рағбатлантириш керак.

Бу эса ишлаб чиқарувчи фирма нарх қўйишда маълум эркинликка ишлаб чиққан маҳсулотини мақсадга мувофиқ ҳисоб қилиниши эвазига эга бўлиши мумкин. Ундан ташқари бир қатор ҳолатлар мавжудки нархга маркетингча фикрлаш муҳим аҳамият кашф этади.

Биринчидан — бу энг аввал ўрнатилган нарх эвазига келиб чиқади, янги меҳнат маҳсулотига, янги сотиш йўли билан тарқатилувчи эски товарга ёки янги бозорларга, нархни қиймат шкаласи билан калькуляция қилинишида (товарларни кичик кўтара партиялар билан сотилишида) ва бошқалар.

Иккинчидан — фирмани аввалги ўрнатилган нархларни қайта кўриб чиқишида, нархни калькуляция қилинишида йўл қўйилган хатони тўғрилашда ва нарх белгилаш сиёсатини ўзгаришида. Масалан, энг катта даромад олиш ниятида ўрнатилган ўта юқори нархдан бозорда мустаҳкамланиши учун нормал нархларга ўтилади.

Учинчидан — фирмани нарх ўзгаришига рақобатчиларни таъсирланиш сезиш масаласини кўришида.

Тўртинчидан — бир-бирига яқин бир турдаги товарларга нарх қўйишда.

26.2. Нарх белгилаш жараёни ва унинг вазифалари

Нарх белгилаш вазифаси маркетинг мақсадидан келиб чиқади. Корхона қисқа ва узоқ муддатли кредитларни амалга ошириш учун бозор вазияти ўзгаришига кўра маҳсулот нархини ўзгартириб туради. Ишбилармонларнинг пухта ўйлаб олиб борадиган нарх-наво

сиёсатига бевосита боғлиқ бўлган бир неча муҳим ўхшаш вазифаларни кўриб чиқамиз.

Ҳали ўзлаштирилмаган бозорга чиқиш. Бу мақсадга эришиш учун фирма фаол нарх-наво сиёсатини, сотиш нархида ошириб бориши мумкин.

Янги маҳсулот киритиш. Янги товарни ёки сотиб олувчининг талабини юқори даражадаги самара билан қондирувчи такомиллашган маҳсулотни чиқиши, фирмага маълум вақт даврида бозорда яккаҳокимлик ҳолатини таъминлайди. Ишлаб чиқарувчилар бу ҳолатларда нарх-наво сиёсатини, ишбилармонлар доирасида маълум бўлган «қаймоғини олишини» амалга оширадилар. Бунинг маъноси шундаки, корхоналар максимал юқори нарх қўядилар, бу эса ўз навбатида даромад меъёрини биринчи бор ушбу тармоқ учун ёки фаолият тури учун юқори қилиб таъминлайди.

Бозор сегментлари бўйича биридан кейин бирига тарқатиш. Бу масала ўзининг тузилиши билан «қаймоғини олиш» сиёсатига яқин нарх-наво сиёсати орқали ҳал этилади. Янги маҳсулот аввал шундай бозор сегментларига таклиф этиладики, бунда истеъмолчи ташаббускорлар юқори нарх тўлашга розидирлар. Натижада улар янги маҳсулотни жон-дили билан қабул қиладилар ва уни биринчи эгаси бўлиш ниятида ортиқ пул тўлашга ҳам тайёрлар.

Бу каби иш усулининг бозордаги дастлабки мажбурий шарт-шароити қуйидагилар бўлиши керак: самарали патент ҳимояси, рақобатчилар учун тез «ноу-хау»ни ошкора қила олмаслиги ва ушбу маҳсулотга ўхшаш маҳсулотни бунёд этилиши мумкин эмаслиги.

Харажатларни тезда қайтариб олиш. Баъзи бир ҳолатларда маҳсулотни нисбатан юқори бўлмаган нархи кичик корхонани хўжалик фаолиятини ёки уни яратиш билан боғлиқ харажатларни тезда қайтариб олиш хоҳиши билан аниқланади. Бу каби қулай нарх сиёсати маҳсулотни катта ҳажмда фаол равишда сотилишига ҳисоблангани товарни ёки хизматни узоқ тижорат муваффақиятига ишончини йўқлиги эвазига келиб чиқади. Бу масала қуйидаги шароитларда бажарилиши мумкин:

— бозор майдонининг ёки сегментининг керакли катта миқдорда бўлиши;

— маҳсулот бирлигининг ишлаб чиқарилиши тўлатўкис ишлаб чиқаришни майда сериялиги билан боғлиқ бўлмаганда;

— агар умумий харажатларда ўзгарувчан харажатлар солиштирма оғирлиги юқори бўлса.

Кичик бизнес корхоналарида нархнинг шаклланиш жараёни сезиларли даражада соддалаштирилган йирик компаниялардан фарқли равишда нарх белгилаш билан махсус бўлимлар хўжалик бўлимларининг раҳбарларини, сотув хизматини, молия ва бухгалтерияни жалб қилиб шуғулланса, кичик фирмалар юқори раҳбарлари кўпинча нархни ўзлари белгилайдилар.

Шунинг учун нархнинг биринчи даражали вазифаси товар бозорларини табиий чегараларини аниқлашдан иборатдир. Ундан кейин бозорларда товар билан тўлдирилмаган майдонларни қидириб топиши ва истеъмолчининг сотиб олиш қобилиятини аниқлаш зарур. Ўзининг маҳсулотига нархни бозор вазиятига қараб бозорни маълум бўлагига ва мўлжалланган ҳажмдаги даромадга эга бўлиш мақсадида ўрнатиш лозим.

26.3. Нарх белгилаш усуллари

Маъмурий усул кичик бизнесда кенг тарқалган усуллардандир. У нарх савиясини афзал кўришни мўлжал қилиб, истеъмолчини дидини ёки рақобатни ва бозорда ҳукм сурувчи талабни ҳисобга олиб ўрнатади. Ушбу усул шундай фикрга асосланадики, истеъмолчилар кўпроқ юқори нархлар юқори сифатни, паст нархлар эса унинг сифат ўлчамларининг паст савиядалигини билдиради деб фикр юргизадилар. Бу ерда қуйидаги вазиятларни ҳисобга олиш зарур:

а) маҳсулотни сифатига фақат унинг нархига қараб баҳо бериш мумкин;

б) харидорлар ҳар хил тур ва маркадаги товарларни бир-биридан сезиларли фарқланади, деб ҳисоблайдилар ва маҳсулот сифатини ишонч билан аниқлай олмайдилар, айниқса янги товар сотилишида;

в) юқори нархлар сотиб олиш оммавийлигини йўқотади;

г) номи номаълум фирмалар ёки ўзининг обрўйини ушлаб туриши учун фирма маълум савиядаги нархни мўлжаллаши керак. Бу ерда нарх фирма маҳсулотини сифат савиясини, хўжалик юритувчи субъект ўзининг маҳсулоти ёки хизмати учун бунёд этмоқчи бўлган тасвирини акс эттириши муҳим.

Нарх белгилашни маъмурий усулида ўзини ва

қўникилган нарх стратегиясини киритиши ўз-ўзини оқлайди. Маълум табақадаги истеъмолчилар ўзи учун паст даражадаги нархларни белгилайди ва ундан бирор нарсани ҳам арзон сотиб олмайди, чунки уларнинг фикрича паст нархлардаги маҳсулот сифати талаб даражасида бўлмайди деб тушунади. Шу билан бир қаторда ушбу тоифадаги сотиб олувчилар ўзлари учун нархни юқори савиясини белгилайди, бу нархлар уларнинг жамиятдаги ҳолатига ва товарнинг ёки хизматнинг зарурий сифат савиясига тўғри келади деб ўйлайдилар.

Рақобатга мўлжал этилган маъмурий нарх белгилаш усули — бу савдо таклифига ўхшаш нархдир. Савдода қатнашувчи фирманинг вазифаси харидорга рақобатчилар нархидан бироз пастроқ бўлган битимни маҳсулот сифатига қўйиладиган барча шартларни ҳисобга олган ҳолда, бунда албатта савдо қатнашчиси унинг чегараланган савиясига мўлжал қилади, ундан паст нарх бўйича буюртма олинса маҳсулот паст рентабелли ёки зарар келтирувчи бўлиши мумкин баҳони таклиф қилиб товар етказиб беришга буюртма олиш.

Хорижий давлатларда нарх белгилашни ҳаракат механизми янги маҳсулотни бозорга олиб чиқилишида ишлатилади. У баҳони ҳисоблашни бир неча усулларини ўз ичига олади. Улар тўла, тўғри ўрнатган, стандарт, чегараланган харажатларга ҳамда мақсадли нархга ёки мақсадли даромад меъёрига мўлжаллангандир.

Ўртача тармоқ нархларини мўлжаллаш нусха кўчириш санъатини танлаган машҳур компанияларнинг ажойиб товарларни сохталаштиришга ўрганган кичик бизнес корхоналарига хосдир. «Қалбаки қўзиқорин» стратегиясини амалга ошириб кичик фирмалар қалбаки товарларни бозорга пастроқ нархлар билан чиқаришини уларни илмий-изланиш ва тажриба конструкторлик ишларини бажармасликлари ҳисобига қўшимча харажатлар қилмасликлари билан оқлаш мумкин.

Хўжалик юритишни кичик шаклини амалга оширувчи субъектларни нарх сиёсати, илғорини мўлжалга олиб, йирик компанияларнинг устуворлик стратегияси орқали амалга оширилади («Хамелеон»). Бу каби нарх белгилаш мисолини йирик корхона нарх савиясини франчайзинча асосида кўриш мумкин.

Талабни мўлжаллаш — нарх савиясини талаб жадаллаштиришини доим кўздан кечириб турилишига асосланган аниқлаш усулидир. Ушбу усул соддалаштирилган ҳолда қуйидагича ишлатилади: талаб ошганида нархлар юқорироқ савияда ўрнатилади, талаб пасайганда пастроқ савияда. Ҳар иккала ҳолда бир дона маҳсулотта тўғри келадиган ишлаб чиқариш харажатлари бир хил бўлиб қолади, аммо даромад меъёри ўзгаради.

Кичик бизнесда ҳақиқий талабни ҳисобга олганда нарх белгилаш усули нархни камситишда ишлатиш билан боғлиқдир. Унинг асосий маъноси шундаки бир хил маҳсулот бир тур ва ундан ортиқ нархда харидорга боғлиқлик билан, товар вариантига қараб, сотиладиган ерига ва вақтига қараб сотилиши мумкин.

Бир турдаги иккита товар номуносиблик билан товарни психологиясини тарихини акс эттириб сифат бўйича бўлган тафовутни ишлаб чиқаришни тўғри харажатларини ошкор қилмасдан нархланиши мумкин. Мисол учун идиш ювиш автомат пластмасса корпусда (корпус қиймати 5 долл.) 180 доллар нархида сотилади, худди шу автомат ёғоч корпусда (корпус нархи 10 долл.) 220 доллардан сотилади. Бу ерда нарх маълум харидорларга руҳан таъсир кўрсатади, улар кўникиш ҳисобига аммо чиройли ишланган маҳсулот учун ортиқча ҳақ тўлашга ҳам тайёрлар.

Товарнинг ҳаёт цикли даврида нархлар тез-тез ўзгариб туради: яъни юқоридан (энг кўп танловчи мода изидан қувловчи харидорларни жалб этиш учун) — пасттача (кўплаб харидорлар эҳтиёжи учун). Бундан ташқари паст нархлар одатда унча катта бўлмаган сервис хизмати билан боғлиқ бўлади. Товарларни кўп миқдорда сотиб олувчилар учун нархлар бироз пасайтирилиши мумкин.

26.4. Нархни калькуляция қилиш услуби

Талабни ўзгариш эгри чизиғини ва зарурий харажатларни била туриб маҳсулотни бозор нархини назарий ҳисоблаш мумкин. Унда фирманинг даромад ўлчами энг юқори бўлади. Талабга оид вазиятни қуйидаги 26.1-жадвалидан кўришимиз мумкин. Ўзгармас харажатлар 40 млн. сўм, умумий харажатлар 500 млн. сўм (бир дона маҳсулот учун).

26.1-ж а д в а л

Бир донасининг нархи (млн. сўм) (P)	Таклиф қилинган товар ҳажми (дона) (Qs)	Савдодан келган маблағ млн. сўм. (R = P'Qs)
1	600	600
2	500	1000
3	400	1200
4	300	1200
5	200	100
6	0	0

26.2-ж а д в а л

1 донасини нархи млн. сўм (P)	Таклиф ҳажми (Qs)	Савдодан тушган пул млн. сўм (Rs)	Ўзгармас харажат млн. сўм (Fc)	Ўзгарувчи харажатлар млн. сўм (Vc)	Умумий ишлаб чиқариш харажатлари (C)	Даромад ёки зарар млн. сўм (PR)
1	600	600	40	460	500	100
2	500	1000	40	360	400	600
3	400	1200	40	280	320	880
4	300	1200	40	220	260	940
5	200	1000	40	180	220	780
6	0	0	40	160	0	0

Ушбу жадвалда берилганлар шуни кўрсатадики, энг катта миқдордаги фойда 300 дона маҳсулот донасини 4 млн. сўмдан сотганда таъмин этилар экан. Шу билан бирга нархни калькуляция қилиш назарий ҳисоблари нархдан ташқи ўзгармас харажатлар таъсирини ҳисобга олмас экан, масалан, сотиш йўналиши омиллари, рекламалар, узоқ давр рақобати ва бошқалар.

Бу каби изланишларни даромадни кўпайиши бўйича фақат қисқа давр ичида олиб бориш зарур, бунинг учун фирма бозорда талаб ҳаракати тўғрисидаги тўла ахборотга ва унга товар ишлаб чиқаришдаги ўзгармас ва ўзгарувчан харажатлар аён бўлмоғи керак.

Шу билан бирга нархни назарий калькуляцияси

ҳисобларни бошланиш давридагиси жуда фойдалидир. У ҳақиқий вазият ҳақида маълум тушунчага эга ва мақсадлар, талаб, харажатлар ва даромадлар оралиғидаги муносабатларни яхши тушишига кўмаклашади.

26.5. Нархни амалиётдаги калькуляцияси

Назарий ҳисоблар эвазига олинган нарх калькуляциясининг мақбуллаштирилган модели ҳақиқий хўжалик вазиятини ҳисобга олиб қуйидаги 3 та йўналиш бўйича аниқлаштирилади:

1. Харажатларни мўлжал қилиб:

— «харажатлар-даромад» қоидаси бўйича нарх белгилаш;

— мақсадли даромад меъёрини таъминловчи нарх вазифаси;

— зарар кўрмаслик усули бўйича нарх белгилаш (ишлаб чиқаришни жиддий ҳажмидаги харажатлар).

2. Талаб мўлжали билан:

— нархни камситиш;

— товар таҳлили;

— товар турлари.

3. Рақобат мўлжали билан:

— истеъмолчи нархи;

— харажат мўлжали билан нарх ҳисоби усули.

Республикада қўлланиб келаётган «Нарх ва тарифларни ишлатилиши ва шаклланиши тартиби ҳақидаги қоидалар» юқорида кўрсатилган йўналишлардаги нарх белгилашни ҳар бир аниқ ҳолат учун ишлатилиши мумкин бўлган нарх белгилаш жараёнини кўзда тутади.

Ушбу қоидалар 1996 йил 1 январдан кучга киритилган. Улар маҳсулотлар учун товарлар, хизматлар учун нархларни ва тарифларни шаклланиши ишлатиш тартибини кўзда тутади ва барча хўжалик юритувчи субъектлари томонидан уларни кимга бўйсуниши ва мулк шаклидан қатъи назар агар ҳокимият томонидан бошқача тартиб ўрнатилган бўлмаса, республика ҳудудида ишлатилиши кўзда тутилган.

Ишлаб чиқариш техника вазифасига эга маҳсулотни чиқиш нархи шаклланиши асоси сифатида халқ истеъмоли товарлари ва хизмат тарифлари, қишлоқ хўжалиги маҳсулотига етиб олиш нархи сифатида нарх белгилаш йўналиши қоидаси «харажатлар-даромад» қоидаси қабул қилинган, яъни ушбу нархлар асосига

маҳсулотни режали таннархи, ўрнатилган барча солиқ ва солиқ тўловлари маҳсулот ва хизмат сифатини ҳисобга олиб киритилади.

Маҳсулотнинг режа таннархи асосий қоидаларига асосланиб ҳисобланади.

Чиқим нарх ва тарифлари жўнатиш франко-станция (порт, пристань) шароитларида шаклланади. Томонлар келишуви билан маҳсулотни бошқа етказиб бериш шартлари қабул қилиши мумкин, бир шаҳар шароитида маҳсулот жўнатиши франко-омбори бўлади.

Тайёрлов корхона ва ташкилотлар ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар уларнинг мулк шакллари-дан қатъи назар хўжалик, совхоз, деҳқон ва фермер хўжаликлари ва халқдан сотиб олинадиган хўжалик маҳсулотини шу жумладан ёввойи тарзда ўсувчи меваларни, қўзиқоринларни сотиб олувчилар чиқариш нархини сотиб олиш нархи, режа муомала харажатлари (тайёрлаш, сақлаш ва транспорт ташиш харажатлари), ўрнатилган солиқ ва солиқ тўловларини, зарурий даромад асосида шаклланади.

Бу нархлар билан маҳсулот қайта ишловчи ва савдо корхоналарига сотилади. Вазирлар Маҳкамаси нархнаво қобилиятини қонун асосида маҳсулот чиқарувчи яккаҳоким корхоналарни нарх ва тарифларни тартибга солиб боради. Ишлаб чиқарувчилар харидорлар билан бир хил маҳсулот учун ҳар хил савиядаги чиқариш нархларини келишиб олишга ҳуқуқлидирлар, уларни етказиб бериш, пул тўлаш, бозор талаби ва мавсумий талаб шароитлари асосида амалга оширилади.

Сотиб олувчилар билан пировард чакана нархни келишиб олишга йўл қўйилади. Агар ишлаб чиқарувчи корхона ўз маҳсулотини харидорга сотиш пайтида унга ўрнатилган эркин чиқариш нархини пасайтириб берса, унда ушбу пасайтириш маҳсулот учун ўрнатилган чиқариш нархи ҳисобланади.

Ишлаб чиқариш техника вазифаси ҳамда халқ истеъмоли товарларини республика ҳудудида сотиш, тажриба корхоналар орқали сотиш ва олиб сотиш даврида, улар кўтара етказиб берсалар, уларнинг бўйсуниши ва мулк шаклидан қатъи назар кўтара қўшимча ҳар иккала томон розилиги билан режали харажатлар, ўрнатилган солиқ ва солиққа тегишли бўлмаган тўловлар ва зарурий фойда асосида аниқланади.

Шу билан бирга вазирликлар ва бошқа юқори таш-

килотлар ўз тасарруфидаги корхоналар учун кўтара қўшимчани чекланган ўлчамларини ўрнатишлари мумкин. Импорт қилиб олиб келинаётган маҳсулот учун чиқариш нархи ички бозорда кўтара савдо билан республикага олиб келган сотиб олувчи томонидан шакллана-ди. Бу битим нархи асосида, миллий банк курси бўйича, Молия вазирлиги ўрнаттан тартибда импорт сарфлари, солиқ ва солиққа тегишли бўлмаган тўловлар каби харажатларни ҳамда воситачи учун тижорат мукофоти, даромад ва ички бозор талабини ҳисобга олган ҳолда аниқланади.

Ишлаб чиқариш техника даражаси аҳамиятига эга маҳсулотни ва транспорт техникасини, шулар жумласидан хизматда бўлган енгил автомашиналар барча истеъмолчилар томонидан шу сотиш даврида ҳукм сураётган нарх, талабни ҳисобга олиб ҳамда сотилаётган маҳсулотни эскилигини ва сифатни ҳисобга олинган нарх билан сотилади.

Иккиламчи ресурс маҳсулотларини (металл парчалари, қоғоз ва бошқалар) ҳар иккала томон эга корхона ва сотиб олувчининг келишуви билан чиқариш нархи ўрнатилади. Бунда иккинчи даражали ресурслар нархи истеъмолчи учун биринчи даражадагилардан, уларга ишлов бериш харажатларини қўшгандан кейин юқори бўлмаслиги керак.

Тўла-тўкис бўлмаган (стандарт бўлмаган) маҳсулот ўзаро келишилган нархда сотилади, фақат ушбу корхонада чиқарилган тўла-тўкис маҳсулот нархидан юқори бўлмаслиги керак. Маҳсулот учун чакана нархлар қуйидагиларни ҳисобга олиб ўрнатилади:

— республикамизга олиб кирган харидор томонидан шакллантирилган нарх ёки ишлаб чиқариш корхонасининг чиқариш нархи;

— қишлоқ хўжалик ишлаб чиқарувчиларининг сотиб олиш нархи;

— қишлоқ хўжалиги маҳсулотини тайёрловчиларининг чиқариш нархи.

Барча ҳолларда кўтара савдо қилувчилардан кўтара нархи қўшиб тўланган қўшимча тўлов ва савдо қўшимчаси чакана савдо қилувчи корхона ёки бошқа субъект томонидан ўзи билганича режали муомала харажатларини ўрнатилган солиқни ва солиққа тегишли бўлмаган тўловларни ҳамда зарурий даромадни ҳисобга олиб белгиланади.

Корхоналар томонидан халққа хизмат кўрсатиш учун ишлатиладиган маҳсулот қиймати мулк шаклидан қатъий назар уни сотиб олиш нархи асосида сотиб олиш билан боғлиқ ҳақиқий харажатларини қўшиши билан аниқланади. Маиший хизмат кўрсатиш корхоналари кичик партия билан ишланган товарларни барча истеъмолчиларга шакллантирилган нарх бўйича сотади. Ушбу товарларни чакана савдо корхоналарида сотиш пайтида, шу жумладан маиший хизмат тизимига кирувчи корхоналарда ҳам шакллантирилган нархдан савдо қўшимчаси олинади.

У эса режали муомила харажатлари, солиқ ва солиққа тегишли бўлмаган тўловлар ҳамда зарурий даромад асосида аниқланади.

Овқатланиш корхоналарида устама чакана нархлар ишлатилади. Улар худди чакана савдо корхоналарига ўхшаш тартибда шакллантирилган бўлади. Аммо овқатланиш корхонасига чиқиш нархи билан келиб тушган ва кулинария бўйича ишлов беришмасдан сотиладиган маҳсулот учун нарх савдо устамаси билан ўрнатилади, овқатланиш корхонасининг фойдасини аниқлаш учун қўшиладиган устама қўлланилмайди.

Аммо қўйиб ва партиялар билан сотиладиган товарлар учун нархга савдо устамаси қўшилади. Овқатланиш корхоналари томонидан ўзида ишланган маҳсулот учун сотиладиган нархларни шакллантиришда таннарх ва рентабеллик меъёри, хом ашё ва товарларни сотиб олинган нарх калькуляциясига киритилади.

27. НАРХ БЕЛГИЛАШНИ КЎП ОМИЛЛИГИ

27.1. Ҳар хил турдаги бозорларда нарх белгилаш

Кичик бизнесда нархни мақсад савиясида ўрнатиш ва уни ушлаб туриш рақобат шаклига ва бозор турига кўпроқ боғлиқдир. Хўжалик юритувчи субъектлар якка ҳокимлик бозорида даромадни иложи борича қисқа давр ичида кўпайтиришлари мумкин. Бунда нарх савдодан келадиган маблағни қилинган харажатларга яқин келишини таъминлайди.

Бу талаб маҳсулотни бозор талабига тенг миқдорда ишлаб чиқилганда амалга ошади.

Бир мисол кўриб чиқамиз. Ўзимизча қуйидаги чизма

мани фараз қилайлик. Кичик фирма ўзининг бозори майдонида яккаҳоким бўлсин, дейлик. Унинг маҳсулотига бўлган талаб вазифаси ҳақидаги ахборот умумий харажатлар билан 27. 1-жадвалга киритилган.

27.1-ж а д в а л

Товарни турли ишлаб чиқаришдаги нархи ва умумий харажатлари

Ишлаб чиқариш дона (Q)	1 донасининг нархи млн. сўм (P)	Умумий харажатлар млн. сўм (C)
100	10	
200	9	
300	8	
400	7	
500	6	24
600	5	25
700	4	27
800	3	30

Қуйидагилар аниқлансин: маҳсулотни қандай ишлаб чиқарилишида монополист даромадни маълум миқдорига кўтаради?

Ечим:

Монополист фирма учун даромадни максимум миқдорига олиб чиқишининг асосий шарти бу савдодан тушган маблағни ва чекланган харажатларнинг тенглигидир. Бу эса якка ҳокимнинг маҳсулоти нархи шундай савияга эга бўладики, унда маҳсулот ҳажмининг савдодан тушган маблағ билан умумий харажатлар айирмасининг соф миқдорига етади (27.2. Жадвал).

Жадвалда берилган монополист фирма даромади энг каттасига 500 дона маҳсулот ишлаб чиқарганда ва нархи 6 млн. сўм бўлганда эришар экан. Бу каби таклиф ҳажмида талаб тўлароқ қондирилади ва маҳсулот ишлаб чиқариш кўламининг ижобий самараси ишлатилади, чунки чекланган харажат ва савдодан келадиган маблағлар бир-бирларига иложи борича яқинлашади.

Фирма томонидан нархларни якка ҳоким бозорида назорат қилиш даражаси анча юқоридир. Шунинг учун

27.2-ж а д в а л

Соф яккаҳокимликда таклиф ҳажми ва товар нархини аниқлаш

Таклиф ҳажми дона (Qs)	Бир дона нархи млн. сўм (С)	Умумий харажатлар млн. сўм (С)	Савдодан тушган маблағ (R)	Даромад млн. сўм (PR)	Қўшимча 100 дона маҳсулотнинг чекланган харажатлари млн. сўм (MC)	Қўшимча 100 дона маҳсулотнинг савдодан келадиган маблағи млн. сўм (MR)
100	10	2000	1000	-1000	—	—
200	9	2100	1800	-300	100(2100—2000)	800 (1800—1000)
300	8	2200	2400	200	100(2200—2100)	600(2400—1800)
400	7	2300	2800	500	100(2300—2200)	400(2800—2400)
500	6	2400	3000	600	100(2400—2300)	200(3000—2800)
600	5	2500	3000	500	100(2500—2400)	0(3000—3000)
700	4	2700	2800	100	200(2700—2500)	200(2800—3000)
800	3	3000	2400	600	300(3000—2700)	400(2400—2800)

ҳокимият рақобат йўқ ерда давлат монополистга қарши конунларни ишга солиб нархларни тартибга солиб туради. Фирманинг аниқ рақобат шароитида бўлган бошқа мисолни кўрамиз. Унинг фаолият соҳасига яна 9 та кичик корхона киради. Фирманинг қисқа даврда умумий харажат вазифасини ва бозор талабининг эгри чизиғи 27.3-жадвалда берилган.

Қуйидагиларни аниқлаш зарур:

1) тўғри миқдордаги нарх қандай?

2) ҳар бир фирма томонидан қанча ишлаб чиқилади?

Ечим:

Ушбу масалани ечиш йўли бошида аввалгисига ўхшаш, нархни минимал савиясини белгиловчи, ўртача ўзгарувчан харажатлар ва чекланган харажатлар аниқланади (27.4-жадвал).

27.3-ж а д в а л

Товарни турли ҳажмда ишланишининг умумий харажатлари ва уни ҳар хил талаб савиясига оид нархи

Ишлаб чиқариш: дона (Q)	Бир донасининг нархи: млн. сўм (P)	Умумий харажатлар: млн. сўм (C)	Талаб ҳажми: дона (Qd)
0	—	900	—
100	9	1100	1000
200	7	1500	1500
300	5	2100	2000
400	3	2900	3000

Чекланган харажатлар — бу 1 дона қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариш учун қилинадиган қўшимча харажатлар ёки:

$$\Delta CT / \Delta QS;$$

ёки:

$$(1500—1100) / (200—100)$$

Чекланган харажатлар ифодасидан кўриниб турибдики, фирма ишлаб чиқаришни тўхтамаслиги учун бир донасини 100 донадан кам бўлмаган ҳажмда нархи 3 млн. сўмдан кам бўлмаслиги керак. Ўша нарх қийматлари учун таклиф ҳажмини аниқлаймиз. Улар тўғрисида бизда талаб ҳажми аниқ бўлганда, яъни 3, 5, 7 ва 9 млн. сўм.

27.4-ж а д в а л

Товарларни турли ҳажмда ишланишига тегишли ўзгарувчан ва чекланган харажатлар

Ишлаб чиқариш ҳажми: дона (Q)	Умумий харажатлар: млн. сўм (C)	Ўзгарувчан харажатлар млн. сўм (Vc)	Ўртача ўзгарувчан харажатлар млн. сўм (Avc)	Чекланган харажатлар р (MC)
100	1100	200	2	—
200	1500	600	3	4
300	2100	1200	4	6
400	2900	2000	5	8

Топилганларни 27.5-жадвалга киритамиз.

27.5-ж а д в а л

Талаб ва таклиф ҳисоби мувозанатининг вазифалари

Талаб вазифалари		Таклиф вазифалари		
Нарх, млн. сўм (P)	Таклиф ҳажми, бирл. (Qd)	Нарх, млн. сўм (P)	Таклифнинг ҳажми, бирл. (Qs)	
			Фирма бўйича	Ҳамма корхоналар бўйича
3	3000	3	100	1000
5	2000	5	200	2000
7	1500	7	300	3000
9	1000	9	400	4000

27.5-жадвалдан маълумки рақобат мавжудлиги шароитида талаб ва таклиф бир-бирига тенг бўлиб, битта маҳсулот учун нарх мувозанати 5 млн. сўмга тенг, уни чиқариш эса ҳар бир ўнта фирмага 200 бирликни белгилайди.

27.2. Янги товарга нарх қўйиш

Кичик бизнес корхоналари янги маҳсулотни бозорда муваффақиятли ҳаракат қилиши учун асосан олтита турдаги нархлардан фойдаланишлари мумкин:

1) бозор майдонида «қаймоғини олиш» яъни тор ихтисослашган бозор сегменти қисмида ҳаракатни энг бошидан бошлаб янги ёки такомиллашган маҳсулот учун ишбилармон истеъмолчилар сотиб олади деган ниятда юқори нарх ўрнатишдир;

2) маҳсулотни бозорга киритиш нархи, яъни ўхшаш маҳсулот ва хизматларга бозордагига қараганда анча паст нарх белгилаш;

3) «психологик» нарх, бутун сўмдан пастроқ бўлган нарх ўрнатиш. Масалан, фирма раҳбарлари мақбул бўлган нарх 200 минг сўм ўрнига 199 минг сўм нарх қўйиш қарорига келади, бу эса харидорга камроқ нарх «психология» руҳий таъсирини кўрсатади;

4) бозорда ва тармоқда илғорлик нархи. У бозордаги асосий рақобатчини таклифи асосида нарх билан белгиланади;

5) ишлаб чиқариш харажатларини қайтарувчи нарх. Бу ерда фирма ўзининг янги маҳсулоти ёки хизмати

учун нархни уларни ишлаб чиқариш ва сотиш билан боғлиқ ҳақиқий харажатларни ҳамда бозордаги ёки тармоқдаги ўртача даромад меъёрини ҳисобга олиб белгилайди;

6) маҳсулот ёки хизматни юқори сифатлилиги учун ўрнатиладиган нарх, бунда улар махсус эришилиши юқори хусусиятга эга бўлиши керак.

Кичик корхона раҳбарларига ҳар бир аниқ ҳолатда у ёки бу нархга нисбатан тўғри танлаш ва уларни ўрнатилишини асослаш керак. Бу ерда бир қатор омилларни таъсирини ҳисобга олиш зарур, яъни улар ичида ҳал қилувчи аҳамиятни эгалари — булар янги маҳсулот бўйича бозор майдони ҳажмини ёки хизматини бозорга киритилишининг тезлигини, капитал маблағларни ўзини-ўзи оқлаш даври ва бозорда рақобатларни пайдо бўлиш имконияти ва бошқалардир.

Бозорда «қаймоғини олиш» номига эга нарх белгилашга ёндашишни кичик бизнес субъектлари қуйидаги ҳолатларда ишлатадилар:

- бугунлай янги ўзига яқин ўхшашлиги бўлмаган «товарни ҳаёт циклининг» бошланиш босқичлигида турган маҳсулот билан маълум бозор майдонига чиқишда;
- агар чекланган харидорлар учун маълум маҳсулот билан бозорни таъминлаш тўғрисида қарор қабул қилинганда;
- шундай бозор майдонига тегишли ишда, қаердаги талаб нарх динамикасига боғлиқ бўлмаса кичик фирмалар маҳсулотни бозорга киритиш нархини «қалбаки қўзиқорин» кўчириб олиш стратегиясини амалга оширилишида ишлатилади.

Билатуриб ўрнатилган ҳақиқий маҳсулот кўринишидаги нусха учун ўрнатилган паст нарх кичик бизнес субъектлари учун бозорга кириш ва унда маълум вақт ушланиб туриш учун имкон яратади. Янги маҳсулот учун психологик нархни ишбилармон ва корхоналар қуйидаги шартларни бажарганларида ўрнатадилар:

- хўжалик юритувчи субъект ўз танловини бозорда тез ҳаракат қилувчи ва фирмани истеъмолчилар олдида обрўйини кўтарувчи қандайдир битта турдаги маҳсулотда ёки унинг моделида тўхтатиши керак;
- янги маҳсулот яхши реклама қилинган, савдо нуқталари витриналарида ўрнатилган, махсус нарх ўрнатилган этикетка билан таъминланган бўлиши керак.

Бозордаги илғорнинг нархи ёки тармоқдагиси кичик бизнес субъектлари томонидан «Ҳамелеон» стратегиясини амалга оширилишида ишлатилади. Акс ҳолда йирик ишлаб чиқарувчилар «нарх урушини» эълон қилишлари мумкин ва ўзларининг ишлаб чиқариш ҳажмидаги устуворликлари билан, қувватли сотиш тармоғига суянган ҳолда кичик корхоналарни бозордан сиқиб чиқаришлари мумкин.

Янги маҳсулот нархи ишлаб чиқариш харажатларини қайтариб бориши билан қуйидаги ифода билан аниқланиши мумкин:

$$H = C + A + P\ (C + A);$$

Бу ерда: *C* — маҳсулотни ишлаб чиқаришдаги ҳақиқий харажатлар;

A — маъмурий харажатлар ва сотиш билан боғлиқ харажатлар;

P — ушбу бозордаги даромаднинг ўртача миқдори.

Кичик бизнесда нарх белгиланиши давлат буюртма иши билан, унча катта бўлмаган ва олий даромаддаги маҳсулотлар гуруҳини ишланишида, ҳамда йирик масштабли, фундаментал тавсифига эга изланишга янги техник жиҳатдан мураккаб маҳсулот ишланишида, кутиладиган пировард натижага эришишда юқори ноаниқлик даражаси бўлиши билан боғлиқ нарх белгилаш усули алоҳида тараққиёт топган.

Янги муҳим сифатга эга, зебу-зийнат товарлар учун престиж нархи ўрнатилади. Бу ҳолларда харидор юқори нарх тўлашга ҳам тайёр ёки маълум сотувдаги нархдан паст бўлмаган нархни, агар у маҳсулот ўлчамларининг зарурий сифатини таъмин қилса, аммо бу каби нархларни ўрнатиш учун фирма тўла-тўкис ўз маҳсулотининг обрўсига товар белгисига ҳамда бозорда ўхшаш товарлар махсус сифат тавсифига эга эмаслигини аниқ билиши керак, чунки истеъмолчилар улар учун юқори қиймат тўлашга тайёр турадилар.

27.3. Товар номенклатураси доирасидаги товарларга нарх белгилаш

Товарларнинг ассортимент гуруҳи бўйича талабни ҳисобга олиб энг юқори даромадни кўзлаб ёки энг кўп сонда сотишни ният қилиб корхонанинг барча

товар номенклатурасига нарх белгиланади. У товарларни ўзаро бир-бирини тўлдириши, ҳамда маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишда қилинадиган ўзаро боғлиқ харажатлар орқали юзага келиши мумкин.

Фирма алмаштириш сиёсатининг алоси унинг товарлар гуруҳида бошқа товарни субъекти бўлиб хизмат қилаолса амалга оширилиши мумкин маҳсулот мавжудлигида. Мисол учун, агар товар «А» товар «Б»га қараганда энг зарур товар деб қабул қилинса, унинг нарх тафовути ҳам унча сезиларли эмас деб қабул қилинади, унда товар «А» катта талабга эга бўлади. Агар товар «А» оз-моз товар «Б»дан яхшироқ деб ҳисобланса, нарх тафовути катта бўлса, унда товар «Б»га талаб ошиб боради.

Бир товарни иккинчиси билан ўзаро тўлдирилишини ҳисобга олиб нарх белгиланса, уларни ҳар хил нархда сотилишида қўшилиб келадиган фойдаси ҳисобга олинади. Режалаштирилган даромадни олиш учун ишбилармон ёки фирма бир хил товарни чекланган паст нархда, бошқасини юқори нархда сотади.

Масалан, фотокамера ва соқол олувчи машиналарни ишлаб чиқарувчилар улар учун паст нарх белгилайдилар, лекин фотоплёнка ва соқол олиш лезвиясига эса юқори нарх белгилайдилар.

Ҳар бир алоҳида корхона учун аниқ рақобат шароитда бозор нархи ўзгармас миқдор ҳисобланади. Шунинг учун фирма ўзининг даромадига фақат ишлаб чиқарадиган маҳсулотининг ҳажми билан таъсир кўрсата олади. Шу билан бирга ишлаб чиқилган маҳсулотининг ҳажмини ўзгариши билан бирлашган харажатлар ҳам ўзгаради. Агар ишлаб чиқариш нолга тенг бўлса, фирма ўзгармас харажатлар ўлчамида зарар кўради.

Кичик ҳажмида ишлаб чиқилса, зарарлар даромад ўлчамидан ошади. Ишлаб чиқариш ҳажмининг оширилгани сари биргаликдаги харажатлар аввал даромад ўсишидан орқада қолади, сўнгра ундан ортиб боради. Кўп фирмалар асосий товарлар билан бир қаторда бир қатор тўлдирувчи ёки ёрдамчи маҳсулотлар ҳам таклиф этадилар. Масалан, компьютерларга қўшимча қилиб ҳимоя экранларини таклиф этиши мумкин.

Товар тури доирасида маҳсулотга харажатларни ҳисобга олиб нарх қўйиш фирма раҳбарлари учун қийин масалалардан ҳисобланади. Ҳозирги ҳолатда сон

27.6-ж а д в а л

Фирманинг товар номенклатурасининг даромад келтирувчанлигини ўзаро бир-бирига боғлиқ маҳсулот харажатлари билан ҳисоблаш мисоли

Кўрсаттичлар	Ҳаммаси бўлиб (жами)	Шу жумладан		
		Алоқа воситалари	Электрон ҳисоблаш техникаси	Компонентлар
Биттасининг нархи (млн. сўм)		10	5	2
Талаб (дона)	5600	1250	1500	2500
Сотишдан тушган маблағ (млн. сўм)	25000	12000	7500	5000
Ўзгарувчан харажатлар (млн. сўм)	10500	5000	2500	3000
Сотишдан келган маблағдан ўзгарувчан харажатларнинг айирмаси (млн. сўм)	14500	7500	5000	2000
Ўзгармас харажатлар (млн. сўм)	12500	5900	3800	2800
Маош	5000	2950	1250	800
Реклама харажатлар	1500	100	750	650
Энергия харажатлар	200	50	50	100
Амортизация	500	100	200	200
Ижара	2000	1000	600	400
Суғурта	300	200	50	50
Умумий маъмурий харажат	3000	1500	900	600
Даромад (млн. сўм)	2000	1000	1200	800

ва сифат омилларини биринчилигини ҳисобга олиш керак бўлади. Сон омиллари орасида биринчи навбатда бу каби қарорни қабул қилиш оқибатида унинг алоҳида турдаги маҳсулотини даромадлигига эмас, балки фирманинг операцияларини тўла даромадлилигини ҳисобга олиши керак.

Бу вазиятда кўпроқ катта бўлмаган корхоналар бўлиши мумкин, чунки улар учун ишланадиган маҳ-

сулотнинг турли туманлиги ва уларни руҳий емирилишининг юқори даражада бўлишига сабаб бўлади.

Қарор қабул қилиш учун қуйидаги стандарт усул ишлатилади, бу эса қуйидаги келтирилган мисолда кўрсатилган (27.6-жадвал). 27.6-жадвалдан кўриниб турибдики, фирма уч турдаги маҳсулот сотади, улардан биттаси зарар келтирувчи, балки уни ишлаб чиқаришни тўхтатилса корхона операцияларини даромад келтирувчанлиги кўпайиши мумкин бўлар, аммо зарар келтирувчи маҳсулотни ишлашни тўхтатиш қарорини қабул қилишда фирма раҳбарияти қуйидаги фикрларни ҳисобга олиши зарур:

Агар фирма чиқармаслик қарорини қабул қилса унда у бир ойда 20 млн. сўм миқдорда сотиш ҳажмини камайиши ва ўзгарувчи харажатларни айириши эвазига, ушбу 20 млн. сўм зарар келтирувчи маҳсулот ишлаб чиқаришидаги ўзгармас харажатларни қисман қопланиши учун ишлатилади.

Шундай қилиб, зарар келтирувчи маҳсулотни ишлаб чиқарилиши тўхтатилса фирма ўзгармас харажат ҳисобидан кўпроқ иқтисод қилади. Бу ерда бу каби қарор иқтисодий ўзини-ўзи оқлайди.

Маош фондининг ўлчамлари тўғридан-тўғри ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ. Демак, ҳажмини камайиши билан маош фонди камаяди. Реклама қилинаётган маҳсулот ишлаб чиқарилиши тўхтатилиши ҳисобига рекламани молия билан таъминлаш ҳам тўхтатилади. Энергия харажатлар ўзгаришсиз қолади, чунки ишлаб чиқариш ҳажмига эмас, балки асосий майдонлар ўлчамига боғлиқ.

Амортизация ажратмалари ҳам кўпинча ўзгармай қолади, чунки фирма узоқ муддатга иншоот комплексини ижарага олади ва шартнома мухлати тугамагунча уни рад эта олмайди.

Бутловчи буюмлар ва тайёр маҳсулотлар заҳираси суғурталанади. Шунинг учун зарар келтирувчи маҳсулотдан воз кечилса бу каби тўла харажатлар тўла қисқаради. Умумий маъмурий харажатлар ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ эмас шунинг учун ўзгармай қоладилар. Бу каби таҳлил натижаси 27.7. жадвалида келтирилган.

Шундай қилиб зарар келтирувчи маҳсулотдан воз кечилса фирма ўзгармас харажалардан бир ойда 500 млн. сўм иқтисод қилади ва 2000 млн. сўм даромадни

27.7-ж а д в а л

Ўзгармас харажатлар тури	Ишлаб чиқариш мавжудлигида жами	Шу жумладан ишлаб чиқаришдан воз кечганда	
		Ўзгармаслар	Камаювчилар
Иш ҳақи	800	—	800
Реклама харажатлари	650	—	650
Ёритиш ва иситиш харажатлари	100	100	—
Амортизация	200	200	—
Ижара	400	400	—
Суғурта	50	—	50
Умумий маъмурий харажатлар	600	600	—
Жами:	2800	1300	1500

сотиш ҳажми камайиши ҳисобига ўзгармас харажатларни айириб ташлагандан сўнг.

Натижада корхонанинг йўқотиши ишлаб чиқаришни мавжуд пайтидагисига қўшимча бўлиб 500 млн. сўмни ташкил қилади. Демак фирма зарар келтирувчи маҳсулотдан фойда кўриш фикри билан воз кечмаслиги керак.

Фирма йўқотишларга чидаши мумкин агар у янги, истиқболли маҳсулотни ишлаб чиқаришни йўлга қўйса ёки бошқа мулоҳазалари бўлса. Шу билан бирга кўпчилик ҳолларда ишлаб чиқаришни кундалик рентабеллиги уни белгиловчи омили ҳисобланади.

27.4. Нархлар ва жуғрофик бозорлар

Жуғрофик жойланиши жиҳатдан нарх белгилаш, фирма томонидан давлатнинг турли қисмида яшовчи харидорлар учун бир хил бўлмаган нарх тўғрисида қарор қабул қилишини кўзда тутади. Корхонага узоқда турувчи харидор учун товар етказиб бериш қимматга тушса, яқинда турувчиси учун арзон тушади.

Аввалроқ эслатилган «Нарх ва тарифларни шакллантириш қоидаси ҳақидаги қонун»да республикага жўнатиш нархини ўрнатиш Франко-станция жўнатиш

шарти билан, агар бир хил шаҳарда бўлганда жўнатиш Франко омбор ишлаб чиқарувчи деб жўнатилади. Шу билан бирга ҳар икки томон келишуви асосида маҳсулотни етказиб беришнинг бошқа шарти қабул қилиниши мумкин.

Ҳар хил давлатларда ва халқаро бозорда маҳсулот етказиб бериш шарти ҳар хил тушунчага эга, аммо уларни бир нарса бирлаштиради: нарх ўрнатишни ҳар хил вариантларини жуғрофик қоида бўйича ишлатиб фирма ўз истеъмолчилар тармоғини сақлаб қолиш ва кенгайтиришни ялпи товарни сотилишини турғунлигини мақсад қилиб қўяди. Баъзи бир ҳолларда товарларни ишлаб чиқариладиган жойларда нарх аниқлаш фойдали бўлса, бошқа ҳолларда истеъмол қилиш жойларида аниқлаш фойдалирокдир.

Нарх маҳсулотни ишлаб чиқиладиган жойида қўйилишида хўжалик юритувчи субъект иккита асосий қоидани қўллайди: у нархни унга маҳсулотни етказиб беришни ўртача харажатини истеъмолчини узоқлигидан қатъий назар киритиш билан аниқлайди. Етказиб бериш харажатлари бу ерда ўртача транспорт харажатлари миқдорига тенг. Бошқа ҳолда маҳсулот ўртадаги шахсга ёки эгасига берилади франко-товар шарти билан, яъни барча транспорт ва бошқа харажатлар харидорга юкланади.

Кичик бизнес корхоналарида товарларини етказиб бериш билан боғлиқ харажатларни ўз елкасига олиб нарх белгилаш амалиётида ишлатилмайди. Бу нарх белгилаш усулини йирик компаниялар ишлатадилар, чунки улар янги бозорларга ўз ҳолини тараққиёт этаётган рақобатлар олдида сақлаб қолиш мақсадида ишлатадилар.

Муҳсулотни истеъмол қилинадиган ерларида нарх савиясини аниқлаш ҳудудини ҳудудларга бўлиш қоидаси билан ёки база ҳисобланган пунктда ишлатилиши кўзда тутилганда тузилади. Ҳудудий нархларини ўрнатилишида фирма икки ва бир неча географик бозорлар ҳудудларини ажратади. Уларни ҳар бирида харидорлар товар учун бир хил ҳудудни маҳсулот ишлаб чиқарувчидан узоқлашган сари ошадиган нархни тўлайдилар.

Асосий ҳисобланган мулк учун ишлатиладиган нархни белгилаш усули асосий шаҳрини танлашни кўзда тутади ва барча буюртмачилардан транспорт харажат-

ларини қаердан товар жўнатилганига қарамасдан ушбу пунктдан деб олади. Ушбу усулни ишлатишни фойдали томони шундаки бир вақтда жамғарма нархини ўлчамни ошиши корхонадан яқинда бўлган харидорлар учун бўлса, узоқда жойлашган буюртмачилар учун бу нарх пасаяди.

27.5. Нархларни ташаббусли ўзгариши

Кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектлар, ўзларининг шахсий нарх тизимини (ишлаб чиқарувчилар) ва нарх белгилаш стратегиясини ишлаб чиқарувчилар аҳён-аҳёнда ўз нархларини пасайиши ва кўтарилиши заруратини сезадилар. Баъзи бир ишбилармонлар ёки катта бўлмаган фирмалар томонидан нархларни ташаббусли пасайиши иккита асосий ҳолат билан боғликдир.

Биринчидан, кичик бизнес субъектига ўз айланмасини кўпайтириш савдо ҳаракатларини чаккқонлаштириш, товарлар ассортименти гуруҳини такомиллаштириш ва бошқа чоралар эвазига эришиши мумкин эмас. Бу ерда бу аҳволдан чиқишининг битта йўли мавжуд нарх белгилашнинг «илғорга эргашиш» қоидасидан воз кечиши ва сотишни бозордан ошириш ҳаракатида «Эгилувчан нарх белгилаш» усулига мурожаат қилиши зарур.

Иккинчидан бостириб келаётган нарх рақобати сабабли бозор майдони бир қисмини камайиши ёки маҳсулотни эскириши эвазига унча катта бўлмаган фирмалар бозорда баъзи бир нарх пасайиши ҳисобига ушланиб қолишлари мумкин. Нархни ошишига сабабчи асосий ҳолларни бири бўлувчи, шу жумладан кичик бизнес субъектлари томонидан ҳам бу турғун бутун дунё харажатларни ўсиши билан боғлиқ инфляциясидир.

Жаҳон даражасидаги ишлаб чиқариш унумдорлигига тўғри келмайдиган харажатларни ошиши фойда меъёрини камайишига олиб келади ва фирмаларни вақт-вақти билан нархни оширишга мажбур қилади. Инқироз вазиятида, корхона омборларида тайёр маҳсулот захираси катта миқдорга еттанда, муаммони ҳал этилишида нарх белгилашга эгилувчан ёндошиш кўмаклашади.

Жўнатиш нархлари қуйидаги объектив сабабларга

кўра дифференциация қилиниши мумкин: ҳархил етказиб бериш шароитлари, ҳақ тўлаш, маҳсулот тўплами ҳажми, шартнома тузилиши вақтидаги бозор конъюктураси ва бошқа омиллар. Тараққиёт топган хорижий давлатларда нархларга устамалар ва чегиримлар ишлатилади.

Улар орасида кўпроқ тарқалгани буюртма гуруҳидаги маҳсулот сонига берувчи чегирма (скидка), у нархнинг 30 фоизигача етиши мумкин, бонус ажратмалари ёки доимий мижозларга айланиш (оборот) учун бериладиган чегиримлар. У ишлаб чиқарувчилар томонидан сотиш бўйича ўзларининг доимий вакилларига ёки ўртада турувчиларга бериладиган дилер чегирмаси, мавсумий чегирма, махфий чегирмалар (маҳсулот бериш) ва бошқалар.

Чакана нархни шакллантириш тартибидан фарқли равишда республикамизда ҳозирги вақтда савдо устамаларига асосланган пайтда, хорижда сезиларли равишда кенг меъёрда чегирмалар ишлатилади.

Корхона маркетинг қоидаларидан келиб чиқиб бозор томонидан уни конъюктурасини ўргангандан кейин қабул қилинадиган товарни чиқариш тўғрисида қарор қабул қилади, ва қаноат қилинадиган чакана нарх ўрнатилади. Шунинг учун чегирмани ишлатиш бир оз қулайроқ, чунки чакана нарх таркибини қуриш имконини беради.

28. АЛОҲИДА ТУРДАГИ ТОВАРЛАР УЧУН ТАЛАБ ВА ТАКЛИФЛАР

28.1. Кундалик истеъмол товарларига бўлган талабни олдиндан танлаб олиш ва харидорлар буюртмаси асосида аниқлаш

Истеъмолчини заруратини тушуниш муваффақияти маркетингни асосларидан биридир. Харидорларга таклиф этиладиган ҳар бир алоҳида товар бирлигини товарнинг маълум хусусиятларини ҳисобга олиб кўриб чиқиш зарур: яъни ташқи кўринишни, сифат савиясини, белги номини ва жойлаштирилишини. Харидор тез-тез олиб турувчи кундалик талаб товарларини уларни сотилиш ҳажмида ишлаб чиқилади.

Уларга бўлган талаб бозор ҳажмини ҳисобга олиб

иқтисодий демографик прогнози асосида ва шаклланаётган иқтисодий, ижтимоий, сиёсий ҳолатни ҳисобга олиб аниқланади. Бунда барча кундалик талаб товарлари қўшимча тарзда доимий талаб қилинадиган асосий товарларга, импульсли сотиб олинадиган товарга ва алоҳида ҳолларда керак бўладиган товарларга бўлинади.

Бозор ҳажми маълум вақт бирлигида сотиладиган маҳсулот ҳажмидир (йил, уч ойлик, ой ва бошқалар). Бозор ҳажми (Бҳ) қуйидаги кўрсаткичлар йиғиндисига тенг:

$$Ер = П + З - Э + И + ДЗ - КЭ + КИ;$$

Бу ерда: *П* — ушбу маҳсулотни ишлаб чиқиш (давлатда, регионда, вилоятда, ноҳияда);
З — товар захиралари (яъни уларни корхона ва савдо ташкилотлари омборларидаги);
Э — ушбу маҳсулотни экспорт қилиш;
И — ушбу маҳсулот импорти;
ДЗ — маҳсулотни истеъмол қилувчидаги ва етказиб берувчидаги захираси;
КЭ — бевосита экспорт;
КИ — бевосита импорт;

Туғилиш савиясидаги ўзгаришлар, улимлар, (иммиграция) мухожир ва (эмиграция) хижрат унумдорлик, бандлик ва бошқалар потенциал бозоридаги сотиб олувчиларнинг умумий сонига таъсир кўрсатади.

Бозорнинг потенциал ҳажми-имкониятли ҳажмда шаклланаётган демографик ва иқтисодий вазиятни, ижтимоий сиёсий аҳволни ҳисобга олиб маҳсулот сотилиши (давлатда, регионда, вилоятда, ноҳияда). У қуйидаги формула билан ифодаланади.

$$Е = П - Э + И;$$

Бу ерда: *П* — ушбу давлатда, регионда, ишлаб чиқариш ҳажми.
Э — экспорт ҳажми.
И — импорт ҳажми.

Кундалик талаб товарларига бўлган эҳтиёжни ва уларни ҳажмини аниқлаш учун сотилиши шароитини ҳам ҳисобга олиш керак. Доимий зарур бўлган товарларни истеъмолчилар доим харид қиладилар (нон маҳсулотлари, гўшт ва сут маҳсулотлари, сабзавот ва ме-

валар). Импульс билан сотиб олинадиган товарлар олдиндан режалаштирилмай ва қидирилмай сотиб олинади. Бу каби товарлар одатда кўп жойларда сотилади ва шунинг учун истеъмолчи уларни қидириб юрмайди.

Алоҳида ҳолатлар учун зарур товарлар ўта талаб пайдо бўлганда сотиб олинади, масалан, иссиқ кийимлар совуқ қиш кунлари келганда, зонтиклар ёмғирли кунлар кўпайганда. Олдиндан ажратиб олиш товарларига бўлган эҳтиёжи уларни яроқлилигини, сифатини, нархини ва ташқи кўринишининг кўркамлигини ҳисобга олиб ўрганилади. Бу каби товарлар мисолида мебелларни, кийимларни, автомобилларни, маиший хизмат жиҳозларини кўрсатиш мумкин.

Олдиндан ажратиб олиш товарлари қоида бўйича юқори нархлар билан хўжалик товарлари билан таққосланганда улар паст талабли товар ҳисобланадилар. Уларни сотиб олинишидан олдин жуда катта ахборот керак бўлади. Бу каби товарни сотувчи харидорлар бўлган суҳбатда «Нархни асослаши керак». Шу билан бирга эски автомобилларни, мебелларни, кийимларни сотиб олинишида уларнинг хусусияти сотиб олувчи учун нархидан кўра мухимроқдир.

Агар харидорга юқори қулайликларга эга автомобиль сотиб олиш керак бўлса, унда уни краскаси, юмшоқлиги, ойналарини автоматик равишда кўтарилиш, ички салон безатилиши нархдаги озгина бўлган тафовутга қараганда анча аҳамиятли бўлиб кўриниши мумкин. Нуфузли товарлар ва истеъмолчи буюртмаси билан сотилувчи товарлар булар алоҳида юқори даражадаги аҳамиятга эга товарлардир. Улар тўғрисида сотиб олувчилар тўла ахборотга эга. Ушбу гуруҳ товарларига бўлган эҳтиёж махсус кузатишлар ўтказиш ёки анкеталар тарқатиш йўли билан аниқланади.

28.2. Потенциал талаб

Пул тўлаш қобилиятига эга бўлган эҳтиёжни бозор шаклида намоён бўлиши бу талабдир, яъни маҳсулотга бўлган эҳтиёж. У зарурий пул ва бошқа тўлов воситалари билан таъминланган бўлиши керак. Бу маълум сондаги маҳсулот бўлиб ҳақиқий бозор шароитида ва ташқи муҳитда талаб қилинади. Потенциал талаб эҳтиёжини тараққиёти жараёнида шаклланади.

Ижтимоий ва маданий эҳтиёжлар роли ишлаб чи-

қариш ва инсон шахсини тараққиётида ортиб боради. Бу эса ҳозирги бозор иқтисодига ўтиш даври, ишлаб чиқариш муносабатларини қайта қурилиши, жамият ҳаёти тарзи ва инсонлар психологиясини ўзгариши алоҳида тавсифлидир. Товар-пул муносабатлари шароитида материал эҳтиёжи бозорда пул тўлаш қобилиятига эга талаб шаклида намоён бўлади.

Халқни истеъмол маҳсулотига бўлган талаби иқтисодий, ижтимоий, табиий-иқлим ва бошқа омиллари таъсири остида ишлаб чиқариш кучларини тараққиёти жараёнини ўзгариши даврида шаклланади. Шу билан бирга уларнинг потенциал талабга бўлган таъсири йўналиши ва даражаси ўзгаради. Шунинг учун талабни, анъаналарни таҳлил қилиш ва уни тараққиёт қонуниятини талабнинг ҳажми ва таркибини олдиндан билишни ва чакана товар айланишини яхши ўрганиш зарур.

Потенциал талабни аниқлашда қуйидаги тушунчаларни тафовутини ҳисобга олиш керак: бир турдаги талаб, у ёки бу фойдали бўлган талаб, алоҳида маҳсулот беради. Масалан, ўйин автоматларига бўлган талаб кўнгил ёзиш воситасига бир турдаги талабнинг қисми; саноат талаби бу аниқ тармоқ маҳсулотига бўлган талаб, фирмага бўлган талаб бу корхона товарларига (хизматларига) бўлган талабдир. Бозордаги бирор аниқ жойдаги, даврдаги талаб қуйидаги формула билан ифодаланади:

$$C = N \times П,$$

бу ерда: *С* — талаб,
N — харидорлар сони,
П — харидни амалга оширишнинг ўртача коэффициенти:

Масалан, бозор майдонида 1000 сотиб олувчи ўртача 5 бирлик маҳсулотни уч ойлик даврида сотиб олади. Унда уларнинг уч ойлик тўла талаби 5 минг бирликни ташкил қилади. Фирма харидорга таъсир кўрсата олмайди, аммо харидни амалга ошишининг ўртача коэффициентини нархни ўзгартириш, рекламалар, сотишни рағбатлантиришни жадаллаштириш эвазига ўзгартириши мумкин.

28.3. Талаб нархининг эгилувчанлиги

Нархни ўзгариши билан потенциал талаб ўзининг эски савиясида қолади, аммо маҳсулотни арзонлашиши билан ошиб боради ёки аксинча нархни ошиши билан камайиб боради.

Зеби-зийнат предметлари ва муддатли товар шартномалари билан сотилувчи товарлар бундан мустаснодир. Ишбилармонга, фирмага талабни нархга сезгирлигини билиш зарурдир. Иккита талаб эгри чизиғини кўриб чиқамиз.

а) Эгилувчан бўлмаган талаб;

б) Эгилувчан талаб.

28.1-чизма. Эгилувчан ва эгилувчан бўлмаган талаблар.

Нархни «P» дан «Pf» гача ошиши талабни нисбатан камроқ «Qd» дан «Qdf» гача пасайишига олиб келади. (28.1 а-чизма). Худди шундай нархни оширилиши талабни сезиларли пасайишига олиб келади (28.1 б-чизма). Агар унча катта бўлмаган миқдорда нархни ўзгариши талабни деярли ўзгартирмаса, унда у эгилувчан эмас ҳисобланади. Агар бозор нархни унча катта

бўлмаган миқдорда ўзгаришига аниқ эътибор берса унда талаб эгилувчан ҳисобланади.

Амалиётда эгилувчанлик (Ed (p)) талаб эгри чизиғи қуйидаги ифода билан аниқланади:

$$Ed(p) = \frac{\Delta Q \backslash Q^*}{\Delta P \backslash P^*};$$

Бу ерда: Δ Q ва Q* — ўсиш ва маҳсулотни ўртача ҳажми миқдори.
Δ P ва P* — ўсиш ва маҳсулот нархининг ўртача миқдори.

28.2-чизма. Товарга бир ойлик эгилувчан талаби графиги.

Талаб қилиб олинган товар бир ойда қуйидаги миқдорларга тенг: 50, 100, 150 ва 250 бирликдан иборат, унинг бирлигининг нархи эса 20, 15, 10 ва 5 минг сўм. Талабни эгилувчанлиги ушбу товар бўйича қуйидаги графикда белгилаш мумкин (28.2-чизма).

28.2-чизма нархни ошиши талабни сезилувчан пасайишини кўрсатади. Графикни ишлатиб талабни эгилувчанлик кўрсаткичларини (ҳисоблаб чиқиш мумкин) савдодан келган маблағ, маҳсулотни бир донасини нархини унинг талаб қилинган сонига кўпайтириш билан аниқланади. (28.1-чизма). 28.1-жадвалидан ишбилармон ҳаракатининг учта вариант ҳолати келиб чиқади.

Биринчидан талаб эгилувчан ҳисобланади ва маҳсулот нархини ошириш мақсадга лойиқ эмас, чунки нархни ошиши умумий савдо маблағини кўпайтирмайди, нархни камайиши эса савдо маблағини пасайишига олиб келади. «Якка» эгилувчанлик ҳолатида нарх ўзгариши садво маблағининг миқдорига таъсир кўрсатмайди. Талаб қилиб олинган товарлар сонини талаб-

нинг ҳар хил эгилувчанлигида сотишдан келган савдо маблағи.

28.1-ж а д в а л

Товарнинг бир бирлигининг нархи (P) минг сўм	Талаб қилиб олинган товарлар сони (бир) (Qd)	Талабнинг эгилувчанлиги (Ed(P)	Савдодан келадиган маблағ (PR)
20	50		1000
		эгилувчанлик 2,38	
15	100		1500
		«Якка» эгилувчанлик 1,00	
10	150		1500
		0,75 эгилувчан эмас	
5	250		1250

28.4. Таклиф. Таклифни эгилувчанлиги

Корхона ёки фирма учун истеъмол талабини ўрганиш улар учун маълум маҳсулотни қандай миқдорда бозорга ушбу нархда таклиф этишини ҳал қилиб беради. Бошқача қилиб айтганда хўжалик юритувчи субъект товар ёки хизматни таклиф қилиш қарорини қабул қилиши керак.

Таклиф-бозорда алмашиш (ёки сотиш) ниятида қўйилган маҳсулот тўпламидир. Таклиф турли омиллар таъсири остида шаклланади, улар ичида муҳимлари бу нарх ва ишлаб чиқариш масштабидир.

Нарх сезиларли даражада таклифни шаклланишига таъсир кўрсатади. Нарх камайса одатда таклиф ҳажми камаяди, аксинча катта ҳажмдаги таклиф нархни пасайишига олиб келади. Ишлаб чиқариш масштаби таклиф ҳажмини белгилайди, яъни хўжалик юритувчи субъект ишлаб чиқара оладиган ва бозорда келтирадиган нархда сотиладиган маҳсулот сонидир.

Нарх билан таклиф орасидаги муносабат таклиф қонунини ифодалайди. Ушбу қонун асосида бозордаги маҳсулот таклифи унинг нархига бевосита боғлиқ. Агар нарх ошаверса таклиф ошаверади, нарх камайса у ка-

маяди. Ушбу боғлиқни графигини қуйидаги мисолда кўриш мумкин. Фараз қилайлик аёллар пальтосининг нархи ва уни таклиф қилиниш ҳажми қуйидаги 28.2-жадвалида берилганлар билан тавсифланади.

28.2- ж а д в а л

Вариант-лар	Нархи минг сўм (P)	Таклиф ҳажми (бирлик) (QS)	Вариант-лар	Нархи минг сўм (P)	Таклиф ҳажми (бирлик) (QA)
А	1100	1300	Д	700	700
Б	1000	1150	Е	600	550
В	900	1000	Ж	500	400
Г	800	850	З	400	250

28.3-чизмада аёллар пальтосининг нархи ва таклифини боғлиқлиги графиги келтирилган. Таклиф билан нарх муносиблик чизиғи «Таклиф эгри чизиғи» деган ном олган.

Эгри чизиқ бўйлаб ҳаракатланиш таклиф ҳажмини нарх ўзгаришига жавоб сифатида акс эттиради.

28.3-чизма. Таклиф эгри чизиғи.

Таклиф ҳажмини нархга нисбатан ўзгаришини сон боғлиқлиги таклифни нарх эгилувчанлигида ўз аксини топади. Нарх эгилувчанлиги таклифи коэффициенти талабни нарх эгилувчанлиги коэффициентига ўхшаб, агар нарх бир фоизга ўзгарса таклиф қилинган сондаги маҳсулот қанча фоизга ўзгаришини кўрсатади. Таклиф эгилувчанлиги қуйидаги формула билан топилади:

$$ES(p) = \frac{\Delta Q / Q^*}{\Delta P / P^*};$$

бу ерда: Δ Q ва Q* — ўсиш ва маҳсулот ҳажмининг ўртача миқдори;

Δ P ва P* — ўсиш ва маҳсулот нархининг ўртача миқдори.

Эгилувчан ва эгилувчан эмас таклифлар камида бир марта эгилувчан таклифлар бўлиши мумкин. Агар нарх эгилувчанлиги таклифи бўлса, унда Es(p) > 1 бўлади. Эгилувчан бўлмаган нарх таклифи бўлганда O < Es(p) < 1. Агар таклиф этилаётган маҳсулотни сони унинг нархини ўзгариш тезлигига тенг бўлса, унда бир марталик таклифли нарх эгилувчанлигини тавсифи унинг эгри чизиғини оғиши билан аниқланади.

Таклиф эгилувчан бўлади, агар унинг нарх эгри чизиғи координат ўқининг вертикалини кесиб ўтса (28.3-чизмага қаранг), таклиф эгилувчан эмас, агар унинг нарх эгри чизиғи координат тизимининг горизонтал ўқини кесиб ўтса, таклиф бир марта нарх эгилувчанлиги бўлади, агар унинг нарх эгри чизиғи координат бошланиш нуқтасидан ўтса.

28.5. Талаб ва таклифни тартибга солишнинг бозор усуллари

Талаб ва таклиф бозор нархларини ёки аниқроғи бозор нархини бозор қийматидан оғишини тартибга солади. Шу билан бир вақтда бозор қиймати талаб ва таклифни нисбатини ёки ўз атрофида талаб ва таклифни ўзгариши ҳисобига бозор нархини ўзгариб туришига олиб келувчи марказни тартибга солади. Талаб ва таклиф орасидаги нисбат бозор нархини бозор қийматидан фарқини ушбу оғишни йўқотишга уринишни йўқолишини тушунтириб беради.

Агар талаб ва шу билан бирга бозор нархи пасайса бу ушбу тармоқдан капитални чиқариб олишга ва таклифни камайишига олиб келади ёки зарур иш вақтини камайиши эвазига бозор қийматини бозор нархига тенглашишига олиб келади. Агар талаб ўсиб борса, демак бозор нархи ошаверади ва бозор қиймати ҳам ошади. Бу эса ўз навбатида ёки ушбу ишлаб чиқариш тармоғига капитал келиб тушишига, ишлаб чи-

қаришни кенгайишига (бозор нархи бозор қийматидан пасайиб кетади), ёки нархни ошишига ва талабни қисқаришига олиб келади.

Товар унинг бозор қиймати билан сотилган бўлиши учун, яъни унча мувофиқ ишлаб чиқилишига кетган зарурий жамоат меҳнат харажатлари, барча товар массасини ишлашига сарф қилинган жамоат меҳнатининг барча сони унга бўлган жамият талабига, яъни пул тўлаш қобилиятига эга жамият талабига мос келиши керак. Товарларни талаб ва таклифлари орасидаги муносабатда қуйидаги муносабатлар ўз аксини топади:

Истеъмол ва алмашлаш қийматлари орасидаги, товар ва пуллар орасидаги, харидор ва сотувчи орасидаги муносабатлар.

Ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи орасидаги муносабатлар, улар учинчи шахс сотувчи сифатида бўлишлари ҳам мумкин.

Ушбу турдаги товарга талаб таклифга қараганда кўп бўлса маълум чегарада битта харидор ташаббусни ўз қўлига олиб барча харидорлар учун товар нархини унинг бозор қийматидан юқори даража оширса, шу вақтда сотувчилар биргаликда товарни юқори бозор нархида сотишга интиладилар.

Агар таклиф талабдан кўп бўлса, битта сотувчи арзон сотишни бошласа, унга бошқалар ҳам эришишга мажбур бўладилар. Аммо шу вақтда харидорлар биргаликда бозор нархини бозор қийматига қараганда кўпроқ туширишга ҳаракат қиладилар. Агар рақобатчилардан бири бошқаларга қараганда арзонроқ ишлаб чиқарса у кўпроқ товар сотишга, бозорда қўпроқ жойни эгаллашга эришади, шу билан бирга у бошқаларни ундан ҳам арзонроқ ишлаб чиқариш усули билан ишлашга мажбур қилади.

29. ВОСИТАЧИЛАР ВА ВОСИТАЧИЛИК ОПЕРАЦИЯЛАРИ

29.1. Воситачиларнинг бозорда товар ҳаракатини самарадорлигини ошишидаги аҳамияти

Аввал эслатилгандек, кичик бизнесда ишбилармон ва унча катта бўлмаган корхоналар ўз маҳсулотини бозорда ўзлари олиб келадилар. Шу билан бирга ало-

ҳида ҳолатларда улар маҳсулотни бир қисмини ёки барчасини бозорга олиб боришни воситачиларга ишониб топширишлари мумкин.

Кичик воситачилар — бу кўтара ва чакана фирмалар, корхоналар, аукцион компаниялари, магазинлар ва бошқа ташкилотлар ҳамда алоҳида шахслар сотув агентлари, воситачилари, истеъмолчиларга маҳсулотни сотишда қатнашувчилар ва бошқалардир. Воситачилик зарурияти қуйидагилар билан боғлиқ:

- истеъмолчилар қоида бўйича турли товарларни кичик гуруҳлар билан сотиб олади;
- харидорлар барча ҳудуд бўйича тарқалган ва тўғридан-тўғри сотув ҳаражатлари ишлаб чиқарувчи томонидан рентабел бўлмай қолмоқда, баъзи бир ҳолатларда мумкин бўлмай қолмоқда;
- саноат молларини стандартлаштиришга унификация қилишга ва уларни йўлларини соддалаштиришга интилиш кучайиб боради. Бу вазиятда истеъмолчини нарх, тез ва енгил молни етказиб бериш, сотишдан олдинги сервиз ва кафолатни таъмирлаш қизиқтиради.

Якка турдаги буюртмаларни кичик ҳажмда бажариш ишлаб чиқарувчига ва у буюртмани қониқтириш воситачисиз жуда қимматга тушиши мумкин бўлар эди. Ўз навбатида воситачига, мижозларга зарурий хизматларни анча осон, чунки у маҳсулот сотиладиган жойларда ўзининг керакли мансабига эга: маҳсулотни ишлаб чиқариш ва уни истеъмол қилиниши оралиғидаги узилиш товарга эгалик қилиш ҳуқуқини беришда воситачилар аҳамиятини оширади.

Ушбу вақт бўйича номутаносиблик қуйидаги сабабларга боғлиқ:

- мавсумий ишлаб чиқаришга мунтазам истеъмол қилишга (масалан, музлатилган озиқ-овқат маҳсулотлари);
- доимий ишлаб чиқаришга, мавсумий истеъмол қилишга (масалан, печда ишлатиладиган ёқилғи);
- узлуксиз ишлаб чиқаришга, даврий истеъмол қилишга (масалан, кир ювиш порошоклари).

Воситачиларни бозордаги товарларни ҳаракатини самарадорлигини оширишдаги аҳамияти, уларни иш алоқаларини кенгайтириш, истеъмолчилар билан битим тузиш, музокаралар ўтказиш, буюртмаларни ўз

вақтида расмийлаштириш ва харидорлар билан ҳисобкитоб қилишда, товар ишлаб чиқарувчилар ва харидорлар ҳақида зарурий ахборотлар бериш масалаларида ошиб боради.

29.2. Кичик бизнесда воситачилик ташкилотлари

Кичик бизнес субъектлари ўз маҳсулотларини юқори самарадорлик билан сотишни йўлга қўйиш ниятида ҳар хил воситалардан фойдаланадилар: кўтара савдо ва истеъмол ширкатлари ва қишлоқда шуғулланувчи фирмалардан.

Улар қуйидаги вазифани бажарадилар: товарни сотиб оладилар ва товар ассортиментини шакллантирадилар, савдо ходимларини тайёрлайдилар, сотиб олинган маҳсулотни катта товар тўпламларига тақсимлаб сотадилар, савдони рағбатлантирадилар, истеъмолчиларни сотиб олган маҳсулотига қўшимча ишлов берадилар ва сақлайдилар, товарларни истеъмолчига етказиб берадилар, тижорат кредитини берадилар, ишловчиларга чакана савдо ходимларига, истеъмолчиларга, маҳсулот берувчи ва истеъмол қилувчиларнинг бозор тўғрисидаги ахборот билан таъминлайдилар, маҳсулот етказиб берувчиларга, чакана савдо қилувчиларга, истеъмолчиларга маслаҳат хизматини кўрсатадилар, ўзларига тижорат таваккалчилигини оладилар.

Кўтара воситачилар уч гуруҳга бўлинадилар: кўтара воситачилар, улар товарга эга бўлиш ҳуқуқини олувчилар; кўтара воситачилар товарга эгалик қилиш ҳуқуқини олмайдиганлар; ихтисослашган кўтара воситачилар товарга эгалик қилиш ҳуқуқига эгалар. Улар ҳеч кимга боғлиқ бўлмаган эркин тижорат корхона ва ташкилотлар ҳамда алоҳида шахслар, ўзлари сотиб олган товарларга эгалик ҳуқуқини олувчилар, шу билан боғлиқ тижорат таваккалчилигини, товарларини бузилиши, йўқолиши, ўғирланиши ва уларни жисмоний эскириши ҳисобига камайишини ўзига олувчилар.

Маълумки кўтара, тижорат кўтара воситачилар тўла хизмат кўрсатиш имкони ва эркин тижорат кўтара воситачилар чекланган хизмат кўрсатиш имкони билан бўлиши мумкин. Эркин тижорат кўтара воситачилар тўла хизмат кўрсатиш цикли билан булар корхона

ва ташкилотлар, маҳсулот сотиш жараёнида қатнашувчилар ва маҳсулот берувчиларга ва уни истеъмол қилувчига тўла мажмуа хизматини савдо бўйича бажарадиганлардир.

Улар зарурий товар ассортиментини танлайдилар ва уни бир маълум жойга тўплайдилар, маҳсулот берувчиларга ва олувчиларга тижорат кредитини берадилар, маҳсулотни омборларга жойлайдилар ва сақлайдилар, маҳсулотни ташишда маркетинг изланишида ва режалаштирилишида ёрдам кўрсатадилар, сервис ва таъмирлаш хизматини бажарадилар.

Эркин кўтара тижорат воситачилар чекланган хизмат кўрсатиш цикли бўйича булар корхона, ташкилотлар, алоҳида шахслар, маҳсулот сотилишида иштирок этувчилар ва товарга уни сотиб олишда мулк эгалиги ҳуқуқини олувчилардир. Уларнинг харидорларга кўрсатадиган хизматларини рўйхати сезиларли даражада тор.

Бу каби воситачилар тижорат кредитини харидорларга ва маҳсулот берувчиларга берадилар, маҳсулот сотишда хизмат кўрсатадилар ёки бозор изланишларини ўтказиш учун ахборот берадилар ва савдони ташкил этилишида ёрдам кўрсатадилар. Бу турдаги воситачилар тез бузиладиган озиқ-овқат маҳсулоти савдосида учрайдилар, улар қурилиш, ёқилғи материаллари, қишлоқ хўжалик маҳсулоти тайёрланадиган гиёҳлар савдосида хизмат қиладилар.

Бажарадиган хизмат туркумига қараб бу кўтара воситачилар гуруҳига қуйидагилар киради: товарни олиб бориб бермасдан уни нақд пулга сотадиганлар; кўтара-коммивояжерлар; кўтара ташкилотчилар; кўтара-консигнантлар; кўтара-кейинсотувчилар; қишлоқ хўжалик ишлаб чиқариш ширкатлари ва бошқалар.

Кўтара савдо уюштирувчилар — кўтара воситачилар чекланган хизмат кўрсатиш имконига эга бўлган кўтара воситачилар, идишларга жойланмаган маҳсулот билан савдо қилувчилар (ёғоч-тахта материаллари, калийли ўғитлар, оғир дастгоҳлар, автомобиллар, қишлоқ хўжалик техникалари ва бошқалар). Маҳсулотни кўтара савдо қилишда кўрсатиладиган ҳамма хизматлар рўйхатидан ушбу ҳолатда фақат бевосита савдони ташкил қилиш бажарилади.

Бу каби кўтара савдо воситачиси товар билан бе-

восита шуғулланмайди, яъни товар сотиб олмайди, уни сақламайди ва уни харидорларга етказиб бермайди. Унинг асосий вазифаси зарур бўлган маҳсулот ишловчини ушбу маҳсулотга буюртма олгандан сўнг қидириб топишдан иборат. Агар маҳсулот ишловчи билан шартнома ниҳоясига еттандан кейин маҳсулотни юклаб буюртмачига жўнатади.

Бу ерда кўтара савдо воситаси буюртма қабул қилинганидан бошлаб буюртирилган маҳсулотни буюртмачи манзилгоҳига жўнатишга қадар ушбу маҳсулотга мулк эгалиги ҳуқуқини олади ва тижорат тавакалчилигини тузилган шартнома асосида ўзига олади. Кўтара савдо воситачисининг бу каби варианти буюртмачига қулай келади, чунки кўтара савдо воситачиси товар захираларини ўзида сақламайди, демак, пастроқ нархда савдо қилиш имконига эга бўлади, бу эса мижозларни ўзига жалб қилади.

Кўтара-консигнантлар — кўтара савдо воситачилари харидорларга чекланган хизмат кўрсатиш цикли билан озиқ-овқат товари ҳисобланмаган маҳсулотни олиб келади, уларни савдо уйлари залларига жойлайди. Бу каби товар сифатида қуйидаги маҳсулотлар ишлатилади: болалар ўйинчоқлари, рўзномалар, китоблар, канцелярия товарлари, дори-дармонлар, косметика ва техник товарлар.

Кўтара ва бошқалар консигнант сотиладиган товарларга ўзи нарх белгилайди, захиралар аҳволини, сифатини янгилигини назорат қилади, магазин ичида кўргазмалар ташкил қилади. Бундай воситачи қуйидаги хизматларни бажаради: товарларни етказиб келиш, уларни жойлаш, маҳсулотни зарур захирасини ушлаб туриш, ҳамда молия билан таъминлаш ва сотувни ҳисобга олиш. Кўтара консигнантлар савдога қуйилган маҳсулотига эгалик ҳуқуқига эга, чакана савдо ходимларига истеъмолчилар сотиб олган маҳсулотга ҳисобот беради.

Кўтара савдочилар — маҳсулотни етказиб бермасдан, нақд пулга сотувчилар — булар кўтара савдо корхона ва ташкилотлар ҳамда алоҳида шахслар чекланган ассортиментдаги, аммо тез сотиладиган ва шу заҳоти пул тўлаб олинадиган маҳсулот билан савдо қилувчилар. Қоида бўйича уларга тез бузиладиган озуқа маҳсулотлари, сабзавот, мевалар, балиқлар, қандолат маҳсулотлари ва бошқалар киради, харидор сифатида

майда савдо ходимлари ўзлари сотиб олган маҳсулотларни истеъмолчиларга сотадиган жойга келтирувчилар.

Кўтара-воситачи фирма бу корхона бўлиб саноат-техника вазифалари маҳсулотни сотувчилар ва тўла сервис хизмати кўрсатувчилар, яъни сотишдан олдинги, сотилишдан олдинги ва сотилгандан сўнгги кафолатли сервисларни ўз ичига олувчилардир. Кўтара савдо воситачилари ичида товарга эгалик ҳуқуқини қўлга киритувчи сотиш соҳасида алоҳида шахс — ишбилармонлар сифатида чиқувчилар, дилерлар ва коммивояжерлар, кўтара савдо қилувчилар муҳим ўрин эгаллайди.

Дилер — эркин чакана савдо қилувчи, маҳсулотни ишловчи фирма агентларидан эгалик ҳуқуқида сотиб олувчи сўнгра, «Муҳим сотувчи» ҳуқуқида уни шахсий истеъмоли учун ўзи хизмат қиладиган ноҳиядаги истеъмолчиларга сотувчи шахсдир. Дилер ўз маҳсулотини сотадиган бозорга, ҳамда сотилаётган маҳсулотининг тавсифига қараб дилер билан ишлаб чиқарувчи фирма ёки унинг агентининг ўртасидаги муносабатлар ўзгариб туриши мумкин.

Дилер деярли тез-тез фавқулоддаги ҳолатларда ушбу фирмани маҳсулотларини сотиш ва унга хизмат кўрсатишдан воз кечиши бошқа фирмалар агентлари билан сотиб бериш бўйича шартнома тузиши мумкин, бунга эътиборан «воситачи рақобатчи товарлар билан савдо қилолмайди». Дилерлар ушбу қоидани бузишга борадилар, чунки сотиладиган маҳсулотга бўлган талабини ўзгариб туришидан ўзларини химоя қиладилар.

Коммивояжерлар кўтара савдо воситачилари сотиладиган маҳсулотга эгалик ҳуқуқини олувчилар чекланган хизмат кўрсатиш цикли билан, нақд пулга товар сотувчилар ва уни чакана харидорларга етказиб берувчилар. Кўтара савдо воситачилар маҳсулотни консигнанция қоидаси билан олувчилар, жисмоний эгалигига кирувчилар ва уни сотишни ташкил қилувчилар. Комиссиядаги сотувчилар фирмаларга бозорни изланиши бўйича маркетингни режалаштиришда, тижорат кредитини берилишида, нарх белгилаш бўйича харидорлар билан музокара олиб борилишда хизмат кўрсатадилар.

Кўтара савдо ходимлари эркин кўтара савдо воситачилари тўла хизмат кўрсатиш цикли билан маҳсулотни сотишда асосан кенг истеъмол моллари бўйича,

қоида бўйича, чакана воситачиларга ёки сотувчиларга ҳамда ҳар хил корхоналарга етказиб берувчилар. Маҳсулотни таклиф этилган ассортимент асосида кенг бўлмаган тўлдирилган ассортиментли тор ихтисослашган кўтара савдо ходимлари, ҳамда аралаш ассортиментли сотувчилар бўлиши мумкин.

Кенг тўлдирилмаган ассортиментли кўтара савдо ходимлари бу кўтара савдо воситачилари, тўла хизмат кўрсатиш цикли билан кенг товар ассортиментли аммо иккита товар гуруҳидан ортиқ бўлмаган маҳсулот сотувчилар бўлиши мумкин. Бу каби савдога товар ассортиментини чуқур гуруҳ ичидаги дифференциацияси тавсифлидир.

Аралаш ассортиментли кўтара савдо қилувчилар бу кўтара савдо воситачилари тўла хизмат кўрсатиш цикли билан маҳсулотни бир нечта товар гуруҳи билан сотувчилар. Масалан, кийим-кечаклар, канцелярия товарлари, радио электроника товарлари билан савдо қилувчилар. Уларнинг харидорлари чакана савдо воситачилари ва ҳар хил тор ихтисослашган ассортиментли корхоналар бўлиши мумкин.

Воситачилик фаолияти маҳсулот сотиш бўйича ва товарларга эгалик ҳуқуқига эга бўлмасдан ҳам агентлар, брокерлар ва тарқоқ ҳолда сотувчилар орқали амалга оширилиши мумкин.

Агентлар — кўтара савдо воситачиси, сотувчини манфаатини кўзловчи, маҳсулот сотилишида иштирок этувчилар ва товарларни сотиш ҳуқуқига эга бўлмаганлар. Агентлар ўзларининг мижозлар билан бўладиган муносабатларини узоқ муддатли шартнома асосида амалга оширади, бу эса мижозларга маҳсулотни сотиш ҳажмини, молия ресурсларини чекланганлигига қарамасдан кўпайтиришга имкон яратади.

Агентларнинг учта тури мавжуд: ишлаб чиқарувчилар агенти, сотувчи агентлар, комиссиядаги сотувчилар.

Брокер — маҳсулот сотилишида иштирок этувчи ва товарни сотишга ҳуқуқи бўлмаган эркин кўтара савдо воситачисидир.

Брокернинг бош вазифаси олди-сотди тўғрисида харидор ва сотувчи ўртасида шартнома тузилишида ёрдам кўрсатишдир. Сотувчи ёки харидорнинг талаби билан брокер ўзига қуйидаги вазифаларни бажарилишини олиши мумкин: керакли ассортиментли товарни

танлаш, қизиқтирадиган маҳсулот нархига тегишли ахборотлар тўплаш, ахборот-маълумот ва маслаҳат бериш хизматларини кўрсатиш ва бошқалар.

Шу билан бирга улар сотиладиган ва олинадиган товар захираларини сақламайдилар, савдо шартномаларини молия билан таъминламайдилар ва ўзига ҳеч қандай тижорат таваккалчилигини олмайдилар. Ҳар бир алоҳида шартномани тузишда брокерга унинг мижозлари (харидорлари ва сотувчилари) махсус ҳуқуқ берадилар. Бу ҳуқуқ доирасида у ўзининг мижозини кўрсатмаларини бажара туриб сотиладиган ва олинадиган товарларнинг сони, сифати ва нархи тўғрисида уларга ахборот беради.

Ўз мижозини талаби билан брокер унга барча унинг номидан ўтказилган операциялар ва шартномалар тўғрисида тўла ахборот бериб бориши керак. Брокер ва унинг мижозлари ўзларининг муносабатларини вақтинчалик асосда кўрадилар, яъни кейинги олди-сотди шартномаси тузилишида сотувчи ва харидор бошқа брокер хизматига мурожаат қилишлари мумкин. Тузилган шартнома ҳажми ҳамда сотиладиган маҳсулот тури, ассортименти асосида брокер ўзининг хизматлари учун шартнома суммасининг 0,2 дан 3 фоизгача миқдорида комиссион мукофотини олиши мумкин.

Брокер бир вақтда икки томонни (сотувчи ва харидор) манфаатини кўзлашга ҳуқуқли эмас. Қоида бўйича брокерлик операцияларини товар биржаларида, аукционларда ўтказилишида даллол сифатида иккита брокер қатнашади — биттаси харидор манфаати томонида бўлса, иккинчиси — сотувчи манфаати томонида бўлади.

Ихтисослашган кўтара савдо воситачиларига савдо агентлари, сотув агентлари саноат маҳсулотининг дистрибьютерлари, манзил маклерлари киради.

Ишлаб чиқарувчилар агенти — кўтара савдо воситачиси, ишлаб чиқарувчи фирма вакиллари ва фирма ишлаб чиқарган маҳсулотни бир қисмини бозор сегментларини чекланган сонида сотувчилар.

Ишлаб чиқарувчи фирмалар бир неча агентларни ишлатиши мумкин. Ҳар бир агент ҳар хил маҳсулотни, бозорни ҳар хил сегментида сотади. Баъзида битта агент бир неча маҳсулот ишловчиларда ишлаши мумкин ва ўзаро рақобатлашмайдиган ва бир-бирини тўлдирадиган товарларни сотади.

Ишлаб чиқарувчилар агентлари тижорат кредитини бериши мумкин, ҳамда тўла савдо хизмат мажмуасини амалга оширади, ўзларининг ёки ижарага олинган омборларда маҳсулотни сақлайдилар уларни чакана звенога ёки бевосита истеъмолчиларга етказиб бериш, бозорни ўрганиш бўйича маркетингни режалаштиришда, товарни бозорга етказишда кўмаклашади, янги товарларни узоқда жойлашган бозорларга киритишни рағбатлантиради, ўз хизматлари учун ишлаб чиқарувчи агентлар комиссион ҳақни 3 фоиздан 10 фоизгача сотилган ҳажмидан оладилар.

Сотувчи агентлар — кўтара савдо воситачилари ишлаб чиқарувчи фирмаларнинг вакиллари, шунингдек сотув хизмати бўйича мажмуа иш бажарувчилар. Улар бозорни ўрганадилар, сотувни рағбатлантиради, маҳсулотни ишловчилардан чакана савдога ёки бевосита истеъмолчига етказиб беради.

Ишловчи фирмаларнинг савдо агентлари хизматига қуйидаги ҳолларда мурожаат қилишади: уларга сотиш вазифасини бажариш иқтисодий жиҳатдан мақсадга мувофиқ бўлмаганда ишлаб чиқарувчи фирма савдо фаолиятини амалга оширишга тайёр эмаслигида, омборхоналарини йўқлигида, воситачилар ва истеъмолчилар ўртасида транспорт алоқаларини яхши ўрнатилмаганлигида ва бошқа сабабларда. Савдо агенти ходимларига одатда савдо идорасининг директори ва бир неча хизматчилар киради.

Саноат маҳсулотининг дистрибьюторлар — бу эркин савдо воситачилари ишлаб чиқариш — техник вазифалари маҳсулотларни бошқа фирмаларга уларни ишлаб чиқариш талабларини таъминлаш учун сотувчилар. Улар ўз харидорларига савдо хизмати бўйича тўла хизмат циклини, ҳамда бозорни ўрганиш ва маркетингни режалаштириш хизматини бажариши мумкин.

Савдо агенти — савдо фирмаси номидан иш кўрувчи шахслар. Улар тегишли маҳсулотни сотишда ва қуйидаги вазифаларни бажарадилар: ахборотларни тўплаш, харидорларни топиш, савдо алоқа йўлларини ўрнатиш, сотишни амалга ошириш, товар ресурсларини тақсимлашда қатнашиш ва бошқалар.

Манзил маклери — бу воситачи бўлиб, у битта фирмани манзил рўйхатини иккинчисига етказувчи шахсдир.

29.3. Воситачилик фаолиятининг турлари

Воситачилик фаолиятини асосий турлари қуйидагилардан иборат: товарларни тўплаш ва тарқатиш, жамғариш, маҳсулотни саралаш ва сақлаш, товарга эгаликни сотувчидан харидорга ўтиши; маҳсулотни сақланишини ва химояланишини амалга ошириш, алоқаларни ушлаб туриш, сотувчи ва харидорлар ўртасида савдо мулоҳазаларини олиб бориш, маҳсулотга бўлган эгалик ҳуқуқини ишлаб чиқарувчилардан истеъмолчига олиб бериш ва бошқалар.

Кўрсатилган воситачилик фаолиятлар турлари сотув каналини самарали ишлашга шароит яратади. Бунда воситачилар бир қатор вазифаларни бажаради, яъни:

- изланиш ишлари товарни сотишни режалаштириш ва енгиллаштириш учун зарурий ахборотлар тўплаш;
- сотишни рағбатлантириш — товар тўғрисида эшиттириш алоқаларини бунёд этиш ва тарқатиш;
- алоқалар ўрнатиш — потенциал харидорлар билан алоқа ўрнатиш ва уни сақлаб туриш;
- товарни ихтисослаштириш — харидорлар талаби асосида товар тайёрлаш. Бу ишлаб чиқариш, саралаш, монтаж ва упаковка қилиш каби фаолият турларига тегишлидир;
- мунозаралар ўтказиш — кейинги мулк ёки эгаликни бериш вақтида нарх ва бошқа шартларни келтиришга ҳаракат қилиш;
- товарни ҳаракатга келтиришни ташкил қилиш — товарни ташиш ва омборга жойлаш;
- молия билан таъминлаш маҳсулотни сотиш каналини ишлаши учун зарур харажатларни қоплаш учун маблағ излаш ва ишлатиш.
- таваккалчиликни қабул қилиш — сотиш каналини ишлаб туришини жавобгарлигини ўз елкасига юклаш.

Биринчи бешта вазифани бажарилиши битимларни тузилишга, сўнгги эса — тузилган битимларни ниҳоясига етказилишига кўмаклашади. Маҳсулот сотилишида қанча сондаги воситачилар ишлатилишини ҳар қандай маълум вазиятда фирма ўзи ҳал қилади. Бу муаммони ечилишида савдо корхоналарининг сонига боғлиқ уч хил ёндашиш бўлиши мумкин:

Маҳсулотни жадал сотилиши. Кундалик талаб товарларини ва оддий хом ашё маҳсулотини ишлаб чиқарувчилар, қоида бўйича, ўз товар захиралари бўлишини, имкони борича кўпроқ савдо нуқталари билан таъминлашга ҳаракат қилади, бу эса бозорни кўпроқ қамраб олинишига кўмаклашади. Мисол учун музқаймоқ ва сигаретлар, харидорлар учун энг қулай жойларда ва нуқталарда сотилади.

Маҳсулотни алоҳида ҳуқуқ билан сотилиши. Бу ёндашиш кўпроқ ва кенг меъёрда кичик бизнес корхоналари томонидан, чекланган сондаги воситачиларга фирманинг товарларини бозор майдони доирасида тақсимлашда алоҳида ҳуқуқ берилишида ишлатилади. Бунда ишлаб чиқарувчи фирма рақобатчилар маҳсулоти билан савдо қилишни ман қилганда алоҳида воситачилик шарти тез-тез қўйилади.

Товарларни алоҳида ҳуқуқ билан сотилиши уларни обрўсини ошишига ва маҳсулотга юқори қўшма нарх қўйишига имкон яратади. Масалан, чекланган сондаги мижозларга модали кийим, қимматбаҳо мебель ва бошқа юқори тоифадаги мутахассислар томонидан якка буюртма ишлар бажарилиши билан боғлиқлиги.

Маҳсулотни натижали сотилиши — бу товарларни интенсив сотилиш усули билан алоҳида ҳуқуқ билан тақсимланиши орасидаги ўртачаси ҳисобланади. Бу ерда жалб қилувчи воситачилар сони бирдан ортиқ, аммо маҳсулотни сотишда тайёр иштирок этишни хоҳловчилар сонидан камдир.

Бунда ишлаб чиқарувчига ўз ҳаракатини кўпчилик иккинчи даражали савдо нуқталарида беҳуда сарфлаш мақсадга мувофиқ бўлмайди. Фирма ихтисослашган воситачилар билан ишбилармонлик муносабатларни ўрнатиш ва бозор майдонида ўз маҳсулотини сотишда юқори самарали сотув каналини бунёд этиши мумкин.

29.4. Товарларни бозорга бўлган ҳаракатини ташкил қилишида муқобил қарорлар

Кичик бизнесда ишлаб чиқарувчи фирма ўз маҳсулотини сотиш каналини шакллантиришда доим хоҳиши билан мавжуд имконини доимий равишда боғлаб боради. Молиявий ресурсларни чекланганлиги сабабли у қоида бўйича ноль савияли канални танлайди, ёки мавжуд ушбу бозордаги воситалар майдони хиз-

матидан битта босқичли, камроқ — иккита босқичли сотув каналидан фойдаланади, амалиётда эса учта босқичли сотув каналидан фойдаланмайди. (29.1-расм). Маҳсулотни сотиш каналини танлаганда бир қатор омилларни ҳисобга олиш зарур.

Биринчидан, товар хусусияти таҳлил қилинади. Бунда тез бузиладиган маҳсулот, яъни гўшт ва сут, мева сабзавотлар қисқа муддатли сотув каналига қуйилади. Уларни ишлаб чиқарувчи корхонадан бевосита тўғридан тўғри харидорга етказиб бериш амалга оширилади. Агар зарурат туғилса, йирик тўпламларини кичикларга бўлиш ва маҳсулотни саралаш, унга қўшимча ишлов бериш ва вақтинча сақлаш учун кўтара воситачилардан фойдаланадилар.

29.1-чизма. Ҳар хил босқичдаги сотув каналлари чизмаси.

Иккинчидан, сотув каналини харидорларини ўзи олдиндан белгилайди, уларни супермаркет тизими орқали сотиб олинадиган товарга муносабатлари аниқланади. Масалан, ўзига-ўзи хизмат қилиш, товарни почта орқали олиш, товарни эшикдан-эшикгача тизими бўйича сотиш ёки товарни имтиёзли дўконлар орқали сотиш.

Кўпроқ афзаллик бериб тўлаш усуллари ҳисобга олинади. Масалан, нақд пулга сотиш, кредитга ёки арендага, қарзга бериш ҳамда харидорларни у ёки бу товар белгисига ишқибозлиги муҳим аҳамиятга эга бўлади.

Учинчидан, сотув каналларини танлашда қуйидагиларни ҳисобга олиш зарурдир: истеъмолчиларни, кўтара воситачиларни ва чакана савдо ходимларини ҳудудий

жойлашиши, воситачиларни молиявий аҳволи, товар белгисини машҳурлиги, бозорни ўрганилганлиги, савдо тизимини ўлчамлари ва сифати, кўргазма ва товарлар ташкил қилиш воситачилари, товарларни омборга жойлаш ва сақлаш воситалари, техник ва сотувдан кейинги хизмат кўрсатилиши, ушбу маҳсулотни асосий сотиб олувчилар билан алоқасини борлиги ва уларга яқинлашиш имкони, кичик фирманинг товарларини бошқа воситачилар сотаётган товарларга қараганда нисбий зарурлик даражаси ва бошқалар.

30. ТОВАР АЙЛАНМАСИ ВА УНИНГ АСОСИЙ КАНАЛЛАРИ

30.1. Сотув каналларининг таркиби, кўлами, вазифаси ва тушунчаси

Сотув канали — бу корхона ва ташкилотларнинг (кўтара ва чакана), ҳамда алоҳида тадбиркорларнинг товарлар ҳаракатида ва улар мулкга эгалик ҳуқуқини ишловчидан истеъмолчига беришда қатнашувчиларнинг мажмуасидир.

Сотув каналининг асосий вазифаларига қуйидагилар киради: товарларни тўплаш ва тарқатиш, товарларни йиғиш, саралаш ва жойлаштириш, товарга эгаликни сотувчидан олувчига ўтиши, товарни сақланишини ва ҳимояланишини таъминлаш, олувчи ва сотувчи орасидаги мулоҳазаларини ва битимларни олиб бориш, товарга эгалик ҳуқуқини сотувчидан олувчига ўтказиш.

Маркетинг амалиётида сотув каналининг икки тури ажратиб кўрсатилади: бевосита ва билвосита. Фирмани сотув каналини танлашда қуйидаги омилларни ҳисобга олиш зарур: фирма чиқадиган бозор тури, сотилиш эҳтимолидаги ҳажм, корхонанинг ва эҳтимолли воситачиларни молиявий турғунлиги, энг кичик етказиб бериладиган маҳсулотни тўпламининг ҳажми, потенциал истеъмолчиларнинг жуғрофик тўланиши, истеъмолни хусусияти, одати ва рўйхати, маҳсулот сифатига ва унинг ностандартлигига қўйиладиган талаб, товарларга қўйилган нархнинг турғунлиги, сервисни ҳажми, сифати ва тури, фойда меъёри.

Сотув каналининг савияси (сотув каналининг даво-

мийлиги) воситачилар сони билан аниқланади, чунки ишлаб чиқувчи маҳсулотни бевосита истеъмолчига шартнома ва контракт асосида сотади. Бевосита сотув канали турларига қуйидагилар киради: директор-маркетинг, телефон-маркетинг, ҳамда газета ва журналлардаги эълонлар. Бевосита сотиш ишлаб чиқариш техника вазифасидаги маҳсулотларни сотишда кўпроқ ва кенгроқ, кенг истеъмол молларини сотишда эса камроқ ишлатилади.

Билвосита сотув канали ишлаб чиқарувчини воситачилар орқали товар сотиши, яъни бу канал кўп савияли ҳисобланади — битта, иккита ва кўп савияли сотув каналлари бўлиши мумкин. Битта савияли канал битта воситачини ўз ичига олади. Бу ерда кенг истеъмол товарини сотиш учун, қоида бўйича, ҳар хил дўконлар, магазинлар ва сотувчилар ишлатилади. Ишлаб чиқариш техник вазифасидаги товарлар махсус агенти ёки брокер орқали сотилиши мумкин.

Икки савияли канал иккита воситачини ўз ичига олади. Масалан: канцелярия молларини ишлаб чиқарувчи фирма маҳсулотни бевосита йирик компанияларга ва билвосита канал билан сўнгги истеъмолчиларга сотиши мумкин. Уч савияли сотув каналида учта воситачи жалб қилинади: кўтара, майда кўтара ва чакана.

Сотув каналининг сон тавсифи сифатида узунлиги билан бир қаторда унинг кенглиги яъни маҳсулотни ҳар қандай сотилиш этапида воситачилар сони (кўтара ва чакана) ҳам ҳисобланади. Масалан, барча ишлаб чиқарувчидан маҳсулот сотиб олувчи кўтара фирмаларнинг сони билвосита сотув каналининг турлари қуйидагича: интенсив, селектив (сараловчи) ва эксклюзивли.

Фирма товарни ҳаёт циклини ўтишига қараб эксклюзивли сотувдан сараловчи сотувга сўнгра интенсив сотувга ўтиши мумкин. Масалан, джинси эксклюзив сотувдан тезда магазинларга, сўнгра барча савдо нуқталарига ўтган.

30.2. Товар ҳаракати тушунчаси, мақсади, захираси ва ташилиши

Товар ҳаракати — мажмуавий фаолият бўлиб, ўз ичига барча операциялар тўпламини, яъни ишлаб чи-

қилган маҳсулотни ишловчидан истеъмолчига жисмоний ҳаракат воситаси орқали олиб бориб берилишидир. Қуйидагилар товар ҳаракатини тузилиш элементлари бўлиб ҳисобланадилар: тайёр маҳсулотни олиб бориб қайта ишлаш, уни саралаш, жойлаштириш, транспорт операцияларини бажариш, уни етказиб бериш билан боғлиқ хизматни бажариш ҳамда товарни сотиш.

Товар ҳаракатининг барча қатнашчилари фойда олиш, маҳсулотга йўл топиш самарали тақсимлаш, сотиш ва бошқалар каби умумий мақсадга эга: Кичик бизнесда товар ҳаракати канали ҳар хил бўлиши мумкин: оддийдан мураккабгача, оддий товар ҳаракати канали кичик фирма билан унча катта бўлмаган сотув нуқтаси оралиғидаги ёзма келишувдир.

Товарни кенг меъёрда сотилишига қизиққан бошқа корхоналарга эркин чакана магазинлари зарур. Шунинг учун икки хил товар ҳаракати канали мавжуд: бевосита ва билвосита.

Бевосита товар ҳаракати каналлари маҳсулотни ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига эркин воситачилар ишлатмасдан ҳаракатлантириш билан боғлиқ. Улар кўпроқ кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектлари томонидан, ўзларининг маркетинг дастурини ўзлари назорат қилишни истовчилар, чекланган бозор майдонига эга бўлишларига қарамасдан истеъмолчилар билан яқин муносабатда бўлишни хоҳловчилар томонидан ишлатиладилар.

Билвосита товар ҳаракати канали маҳсулотни ишловчидан товар ҳаракатини эркин қатнашчисига ҳаракатлантириш билан, сўнгра харидорга етказиб бериш билан боғлиқ. Улар кўпроқ йирик компаниялар билан франчайзинг асосида ишловчи кичик фирмаларни жалб этади. Товар ҳаракати сезиларли харажатларни маркетинг тизимида талаб қилади. Бу каби харажатларни миқдорини аниқлаш учун қуйидаги ифодадан фойдаланиш мумкин:

$$Ит = T + F + W + S;$$

Бу ерда: *Ит* — товар ҳаракати харажатлари (сўмда);
T — транспорт харажатлари (сўмда);
F — ўзгармас омбор харажатлари (сўмда);
W— ўзгарувчан омбор харажатлари (сўмда);
S — ўрнатилган муҳлатда бажарилмаган буюртмалар қиймати (сўмда).

Ҳар бир фирма товар ҳаракати билан боғлиқ харажатларни камайтиришга ҳаракат қилади. Шу билан бир қаторда истеъмолчининг манфаатига зарар етказмаслиги керак. Харидорларга кўрсатадиган хизмат савиясини белгиловчи омилларга қуйидагилар киради: буюртмани бажариш тезлиги, махсус буюртма бўйича маҳсулотни тезлик билан етказиш, тўғри келадиган транспортдан фойдаланиш, яхши тараққиёт топган савдо тармоғига эга бўлиш ва бошқалар.

30.3. Сотувни рағбатлантириш усуллари

Сотувни рағбатлантириш бу маркетинг фаолиятини қамраб олувчи ва рекламадан фарқ қилувчи жараён бўлиб, истеъмолчи ва дилерларни сотиб олишини рағбатлантиради. Ушбу жараённи муҳим хусусияти шундан иборатки, у тўғридан тўғри товарни истеъмол хусусияти билан боғлиқ эмас, чунки маҳсулотни асосий сифат ўлчамлари харидорларга уларнинг шахсий тажрибаси ва рекламага биноан олдиндан маълум, шунинг учун сотишни рағбатлантиришда бош масала — бу харидорларни қизиқтириш, маҳсулотни катта тўпламлар билан сотиб олиш, маълум товарни сўнгроқ харид қилиш, сотувчи фирмалар билан доимий тижорат алоқада бўлиш ва бошқалар.

Сотувни рағбатлантиришдаги асосий тадбирларга қуйидагилар киради: маҳсулот ишловчиларни кўргазмаларда, ярмаркаларда иштирок этишлари, фирма қошида кўргазма залларини ташкил этиш, товарларни тажриба нусхаларини имтиёзли шартлар билан тарқатиш, янги товарларни презентация қилиш, сотилаётган маҳсулот нархини бирдан пасайтириш, ишловчи фирмаларга экскурсиялар ташкил қилиш ва бошқалар.

Маҳсулотни сотилишини рағбатлантириш қуйидаги вазиятларда мақсадга мувофиқ бўлади: бозорга бир хил истеъмол хусусиятига эга рақобат қилувчи кўп товарлар тақдим қилинса, агар маҳсулот посилка ёрдамида ёки ўзига-ўзи хизмат қилиш йўли билан сотилса, агар бозорга янги маҳсулот чиқарилса ёки фирма янги бозор майдонига чиқса, бозорда товарни ҳаётий цикли ўтиш босқичда фирмани тутган ўрни қўлланса.

Маркетинг амалиётида рағбатлантириш субъект сифатида алоҳида харидорларни, воситачиларни ва сотув ишчиларни ажратадилар. Харидорга нисбатан рағбат-

лантириш шундан иборатки уларга маҳсулотларни келишилган шарт билан сотиб олишдан келадиган сезиларли тижорат фойдаси таклиф этилади.

Восита ва сотув ишчиларига нисбатан рағбатлантириш қуйидаги шаклларда бўлиши мумкин уларга қимматбаҳо совға бериш, конкурс қанташчиларини мукофотлаш, керакли товарлар сотиб олишида савдо қайтармаларини бериш, бир қисм маҳсулотни бепул бериш, баъзи бир оилавий тадбирларни ўтказишда кўмаклашиш, қўшимча дам олиш кунларини бериш, бепул йўлланмаларни дам олиш масканларига бериш, имтиёзли кредитлар бериш ва ҳоказо.

Агар фирма сотувни доим рағбатлантирадиган бўлса унда харидорлар буни маҳсулот сифатини пасайиши деб тушунишлари мумкин ва харидорлар оддий нарх билан товарларни олмай қўйишлари мумкин, чунки улар сотувни рағбатлантириш даврида керакли захира қилган бўлишлари мумкин.

30.4. Реклама соҳасидаги қарорлар мазмуни ва босқичлари

Рекламани турли-туман таърифлаш мумкин. У талабни шакллантириш мақсадида реклама қилишаётган товарга истеъмолчиларни огоҳлантириш жараёни сифатида, сотувни ташкил қилиш жараёни сифатида, иқтисодий ва ижтимоий жараён сифатида, жамоат билан боғланишни амалга оширувчи восита сифатида қўлланилади. Реклама тўғрисида маълумот Американинг «Замонавий реклама» деган дарслигида тўлиқ берилган.

Реклама бу якка шахсга ҳисобланмаган ахборот бўлиб, у ҳамма харидорларга товар ва хизмат тўғрисидаги маълумот етказиш, шунингдек реклама берувчиларни ғояларини изоҳловчи воситадир. Реклама бир гуруҳ одамларга мўлжалланган, шунинг учун ношахсий тавсифга эга. Рекламанинг катта қисмига буюртмачилар томонидан ҳақ тўланади, аммо баъзи бир реклама омилларига ҳақ тўланмайди.

Масалан, «Америка Қизил Ярим Ой», «Юнайтед Уэй», «Америка рак касаллигига қарши жамияти»нинг рекламалари бепул жамоатчилик асосида ойнаи жаҳон орқали берилади ва кундалик матбуотда чиқарилади.

Рекламаларнинг катта қисми ўз тавсифи билан ишонтирувчи ҳисобланади. У алоҳида сотув учун ўзига йўл очиб боради: аудиторияни ахборотга эга эканлигини таъминлайди ва фирманинг маҳсулотга хайрихоҳлик муносабатини уйғотади. Ундан ташқари у чакана савдода, почта орқали сотувда ҳукм суришга имкон яратади, аммо баъзи бир реклама эълонлари масалан, юридик ишлар билан боғлиқликлари фақат ахборот тавсифига эга ва инкор қилишга мўлжалланмаган.

Реклама талабни шакллантириш тизимининг элементи ҳисобланади ва маълум «товар тимсол»ини таъминлайди, бу эса сотиб олиш қарорини қабул қилинишига ёрдамлашади. Магазинлар, ярмаркалар хизматларини амалга оширишда реклама муҳим роль ўйнайди. Кенг тарқалиб ва юксалиб бориш даражасида реклама кенг ғоя доирасини яъни иқтисодий, сиёсий, диний ва ижтимоий ташвиқот қилишда ишлатилади.

Эълон реклама бўлиши учун реклама берувчи ўзини таништириши керак. Хўжалик юритувчи субъектининг реклама билан боғлиқ фаолият тури турли-туман бўлиши мумкин: товарга ва уни ишлатилишига реклама, фирма рекламаси, очиқ (бевосита), ва ёпиқ (билвосита) реклама, сотувни кенгайтиришни таъминловчи реклама. Рекламани тарқатувчи воситалар — радио, ойнаи жаҳон, рўзнома, ойнома, почта, видео кассеталар ва бошқалар.

Реклама ишланишида қарорларни изланиши 9 босқичдан иборат (30.1-чизма). Реклама вақтини белгилаш унинг чиқиш муддатини аниқлайди ва унга бўлган буюртмалар сонини белгилайди.

Биргаликдаги ҳаракатларни таҳлили сотув каналларини вертикал ёки горизонтал йўналишлар бўйича воситаларни бирлаштириш бўйича қарор қабул қилишни ўз ичига олади. Бундан мақсад реклама харажатларини камайтиришдир. Реклама ҳақидаги биргаликдаги вертикал йўналиш бўйича келишувда сотув канали иштирокчилари харажатларни этаплар бўйича тақсим қиладилар (масалан ишлаб чиқарувчи ва чакана савдо).

Агар рекламада биргаликда ишлаш келишуви горизонтал йўналиши бўйича бўлса икки ёки ундан кўп эркин сотув қатнашчиси харажатларини битта этапда тақсим қиладилар (масалан иккита чакана савдо дўкони).

1. Мақсадни аниқлаш	Бизнесда рекламанинг асосий мақсади — хабардорликни бунёд этиш, сотиб олишни эслатиш. Бу мақсадлар харидорлар хулқининг модели борлиқ ва корпоратив масала билан фирманинг имижини бунёд этиш.
2. Жавобгарликни белгилаш	Жавобгарликни белгилаш — реклама учун жавобгар бўладиган аниқ субъектни тайинлашни кўзда тутади. Фирма ўзи реклама фаолияти билан шуғулланиши ёки махсус агентлар хизматидан фойдаланиш мумкин.
3. Бюджет белгилаш	Реклама бюджетини аниқлаш рекламага ажратиладиган умумий маблағ белгилангандан кейин амалга оширилади ва пул маблағларини реклама фаолияти турига қараб ва уни ўтказиш воситалари асосида тақсимланади.
4. Мавзу ишлаб чиқиш	Реклама мавзуларини тўла фирма учун ва маҳсулот мўлжалига ва истеъмолчига йўналтирилган қилиб ишланади. Агар товарга йўналтирган бўлса, унда унинг хусусиятига қаратилиши керак. Агар реклама истеъмолчига қаратилган бўлса, унда унинг устуворлиги тўғрисида гапирилади.
5. Реклама воситасини топиш	Реклама воситаси мавзуларининг вариант қийматига қараб тез қайтарилиши ва турғунлиги аудиторияга таъсир кўрсатиш даражаси, унинг тўлганлигини ҳисобга олинади.
6. Реклама эълонларини бунёд этиш	Реклама қийматини баҳолашда аввал реклама воситаларининг харажатлари аниқланади ва рекламани битта томошабинга тўғри келадиган қиймати. Тўловсиз деб, аудиториянинг бир қисми, қайсики мақсаддаги бозор ҳисобланмайди.
7. Реклама вақтини аниқлаш	Томоша муҳлати — реклама жойлаштириш учун керакли вақт.
8. Биргаликдаги ҳаракатлар таҳлили	Харидорлар одобини ҳисобга олиш, уларни реклама воситаларига муносабатини ва маҳсулотни ўзини спецификациясини ҳисобга олиш керак.
9. Муваффақият (мағлубият) даражасини аниқлаш	Реклама эълонларини тайёрлашда қуйидаги масалаларни ечиш керак: узатиладиган ахборотни мазмуни, эълонни жойланадиган жойи, ахборотни мақбул вариантлар сонини белгилаш.

30.1-чизма. Реклама соҳасида қарор қабул қилиш этаплари.

Муваффақият ёки мағлубиятни аниқлаш, танлаб олинган реклама фаолияти усулларини назорат қилиш ва реклама берувчиларнинг рекламага кетган хара-

жатларини мақсадга мувофиқлигига ишонч ҳосил қилишдир. У кутилган сотув ҳажмини ошириш билан бир қаторда рекламани самарадорлигини баҳолаш ва қўйилган мақсадга эришишни ҳисобга олади.

30.5. Омма билан алоқа («Паблик рилейшнз»)

Кичик бизнесда ҳар бир фирма, ташкилот, ассоциация ва шунга ўхшаш ҳокимият идораси бир гуруҳ одамларга эга, улар ушбу ташкилотни барча бажарадиган ишларига таъсир кўрсатади.

Бу гуруҳларга тадбиркорлар, мижозлар, акционерлар, рақобатчилар ёки бизнес билан боғлиқ истеъмолчилар ҳамда давлат идоралари хизматчилари киради. Ушбу гуруҳларнинг ҳар бири мазкур ташкилотни жамияти деб қабул қилиниши мумкин. Жамият муносабатларини бошқариш учун, омма билан алоқа деб топилган жараён ишлатилади («Паблик рилейшнз»).

«Паблик рилейшнз» — бу тижорат билан алоқаси бўлмаган ҳолда амалга оширувчи ва фирма маҳсулотига, фирманинг ўзига нисбатан яхши жамоат фикрини шаклланишига йўналтирилган тадбирлар тизимидир, чунки пировард натижада хўжалик юритувчи субъект фаолиятининг тижорат натижаси жамиятдаги турли ижтимоий иқтисодий ҳолатда кенг омманинг корхонага бўлган муносабатига боғлиқ.

Жамият билан бўладиган алоқани мустаҳкамланиши учун ўтказиладиган тадбирлар мақсади бу омманинг фикрига таъсир кўрсатишни кучайтиришдир. Биринчидан кичик бизнесни мақсади кўпчилик томонидан қўлланиши бўлса, иккинчи томондан унинг тараққиёт топишидаги муаммоларни жамият тушиниши ёки бетарафлиги, учинчидан матбуотдаги ахборотга нисбатан оддий таъсирланишдир.

Корхона ва ташкилот тадбиркорлари шуни тушуниб етдиларки, улар ўз фаолиятларини омманинг фикрига бўлган таъсирини ҳисобга олишлари керак. «Паблик рилейшнз»ни ишлатувчи фирманинг асосий мақсади — бу харидорни фақат даромад олиш учунгина эмас, балки ўзининг маҳсулоти уларнинг манфаати учун ишлаб чиқилишига, уларни муаммоларини ечиш эканлигига ишонтириш. Бунинг учун турли туман истеъмолчига ахборотни етказиш каналлари ишлатилади. Уларнинг асосийлари (30.2-чизмада) келтирилган. Омма

билан бўладиган алоқани баъзида инглиш «пулсиз реклама» деб номлайдилар.

Паблик рилейшнз

Брифинглар, пресс-конференциялар ташкил қилиш
Презентациялар ўтказиш
Ҳар хил юбилей тадбирларини ўтказиш
Баъзи бир шахс ва ташкилотлар фойдасига меҳр-шавқат фаолиятини ўтказиш
Фирманинг рекламага муносабати бўлмаган журнал ва бюллетенлар нашр этиш
Тижоратта алоқаси бўлмаган мақолаларни матбуотга чиқариш, телефильмлар яратиш ва уларни намойиш қилиш
Очиқ матбуотда кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектни тижорат фаолиятини ёритиш

30.2-чизма. Омма билан бўладиган ишнинг асосий йўналишлари.

Ҳақиқатда янги реклама учун ҳақ тўланмайди, аммо у харидорларни огоҳлантиришга, маърузага, мақола текстларини тайёрлашга, презентация ўтказишга сезиларли меҳнат ва вақт талаб қилади.

Кўпчиликни диққат эътиборига фирма тўғрисида маълумотлар етказилишдаги воситалар сифатида корпоратив реклама ҳисобланади, у корхонанинг имиджини яхшилашга мўлжалланган ва қуйидаги мақсадларга эришишда ишлатилади: оммага фирма фаолияти тўғрисида маълумот беришда фирмани бозордаги аниқ ўрнини аниқлашда, штат ўзгаришларини акс эттиришда, нарх сиёсати ҳақида, касаба қўмиталари билан ўтказилган мулоҳазаларда, янги товарни бозорга олиб чиқиш ҳақида, ёки сотув каналини ўзгариши ҳақида, акциялар қийматини ошиши ҳақида, хизматчиларни ахлоқий қоидаларни мустаҳкамлашда ва бошқаларда.

Фаолиятни омма билан бўлган алоқасида ва рекламада энг юқори самарага эришиш учун марказлашган мувофиқлаштиришга эришиш керак, кўплаб реклама агентликлари жамият билан алоқа қилиш бўлимига эга ва шу турдаги хизмат кўрсатиш билан шуғулланадилар, кўпчилик фирмаларнинг реклама бўлимлари ҳам жамият билан бўлган алоқа билан шуғулланадилар.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

1. *И. А. Каримов.* «Ўзбекистон иқтисодий ислоҳотларни чуқурлаштириш йўлида». Т., «Ўзбекистон», 1995.

2. *М. И. Балашович.* Кичик бизнес. Ватанимиз ва хорижий давлатлар тажрибалари. М., 1995.

3. *С. С. Ғуломов ва бошқ.* «Инвестицияни лойиҳавий таҳлили». Тошкент, 1995.

4. *С. С. Ғуломов, М. И. Тошниёзов ва бошқ.* «Машинасозлик корхоналарида микроиқтисод». 1997.

5. *С. С. Ғуломов ва бошқ.* «Менежмент асослари». Тошкент, 1998.

6. *Б. Н. Ичитовкин.* Хўжалик юритишнинг кичик шакллари. М., 1991.

7. *С. М. Кретов.* «Тадбиркорлик моҳияти, топшириқлари ва истиқлоллари».

8. *А. А. Крупанин.* Тадбиркорлик асослари. Амалий қўлланма дарслиги. Спб., 1992.

9. *Ю. Д. Львов.* «Бизнес иқтисоди ва уюштириш асослари». Спб., 1992.

10. *Э. Е. Стародубинский.* «Тижорат фирмасида менежмент асослари». М., 1994.

11. *М. И. Тошниёзов., И. М. Шарифбоев., А. С. Обидов.* «Корхоналарда бошқарув фаолияти асослари». Ўзбекистон, 1995.

12. *А. Хоскинг.* Тадбиркорлик курси (инглиз тилидан таржима). М., Халқаро муносабат, 1993.

13. Ўзбекистон Республикасининг Қонунлари, 1991.

Қўшимча адабиётлар

1. Бизнес-план — инструмент предпринимательского менеджмента. М., 1992.

2. *В. Р. Веснин.* Менеджмент для предпринимателя. — Ч. 1. М., 1993.

3. *С. С. Гулямов.* Коммерческий анализ агроинвестиционного проектирования. 1996.

4. *В. П. Еферин., В. В. Мотин.* Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях: Учеб. Пособие. Домодедово, 1993.

5. *М. И. Левитан.* Размышления предпринимателя о менеджменте и маркетинге. М., 1993.

И. В. Липсиц. Бизнес-план — основа успеха: Практ. Пособие. М., 1992.

7. Методические рекомендации (комментарии) к разработке бизнес-плана. М., 1993.

8. *И. Г. Минервин.* Система государственной поддержки предпринимательства: Науч.-аналит. обзор. М., 1993.

9. *Ю. М. Осипов.* Основы предпринимательского дела. М., МГУ, 1992.

10. Основы предпринимательской деятельности (экономическая теория, маркетинг, финансовый менеджмент). М., Финансы и статистика, 1994.

11. *А. Н. Романов., И. Я. Лукасевич.* Оценка коммерческой деятельности предпринимательства: Опыт зарубежных корпораций. М., 1993.

12. *Серван-Жрейбер Ж.-Л.* Ремесло предпринимателя. — М., 1993.

13. *М. А. Федотова.* Доходы предпринимателя. М., 1993.

14. *Р. Хизринг., М. Питерс.* Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. М., 1993.

15. *В. Г. Янчевский.* Менеджмент, маркетинг, бизнес: Деловым людям о предпринимательстве. М., 1992.

ГЛОССАРИЙ
(GLOSSERY)

Аваль, вексел бўйича кафиллик — 1) вексель эгаси олдида жавобгарлик; 2) векселнинг ўнг бетида ёки унга илова қилинган варақда имзо шаклида ифодаланган банк кафиллиги.

Авизо (итал. aviso) — банк, тижорат амалиётида ҳисоб-китоб ҳаракатларининг бажарилганлиги тўғрисида расмий хабарнома. Бир контрагент томонидан иккинчисига жўнатилади. А. ёрдамида банклар ўз мижозларини ҳисоб варақалари бўйича кирим ва кредит қайдлари, ҳисоб варақасидаги қолдиқ маблағлар, пул ўтказмаларини тўлаш, чек талабномаси, аккредитив очиш ва бошқ. ҳаракатлар тўғрисида хабардор қилади. Товар жўнатувчи (сотувчи) томонидан товарни қабул қилувчи (харидор)га товар жўнатилгани ҳақидаги хат ҳам авизо деб юритилади.

Агрегация (aggregation) — бу барча харажат ва даромадларни жамғарилиш жараёни бўлиб у қўшимча соф фойдани ҳисоблаш учун ишлатилади ва унинг ёрдамида лойиҳани мақсадга лойиқлиги аниқланади.

Акселератор (accelerator) — киритиладиган капитал маблағлар ҳажмини ўзгаришини тавсифловчи кўрсаткич бўлиб у иқтисодда истеъмолчилик харажатлари ҳажмини ўзгариши ҳисобига юзага келади. Акселерация қоидасини маъноси шундан иборатки иқтисоддаги истеъмолчилик харажатларининг динамикаси инвестиция ҳажми динамикасига таъсир кўрсатади: истеъмолчилик харажатларини сезиларли ўсиши инвестицион фаолликни рағбатлантириши ва аксинча рағбатлантирмаслиги ҳам мумкин.

Активлар (assets) — асосий ва айланувчи фондлар қиймати, иқтисодий фаолият субъектларини пул ва молия воситалари.

Акциз (unit tax) — солиқ солинадиган объектни бир донасидан белгиланган миқдорда олинадиган солиқ миқдори.

Амортизация (depreciation) — капитал ресурсларни маълум давр давомида ишлаши ва уларни қийматини аста-секин ишлаб чиқариладиган маҳсулотга ўтказилиши; пул воситаларини мақсадли ажратмалари ва уларни кейинроқ асосий фондлар емирилишини тиклашда ишлатилиши учун жамғарилиши.

Аннуитет (annuity) — (фр. annuite — йиллик бадал) — узоқ муд-

датли давлат қарзи, турларидан бири, асосий қарзни унга тўланадиган проценти билан аста-секин қайтариш имконияти ҳисобга олинган ҳолда, ҳар йили кредиторга маълум даромад келтиради. Аввалдан бу атама ҳар йилги тўловларни англаттан бўлса ҳозирда турли давомийликга эга тўловлар учун ишлатилади. Масалан уч ойликлар оралиғида, ҳар ой оралиғида ва бошқалар. Аннуитет учун мисол бўлиб суғурта тўловлари, кўчмас мулк учун ижара тўловлари ҳамда нафақалар.

Асосий фондларга капитал киритиш (fixed investment) — бу асосий фондларга жорий даврда киритиладиган инвестицияларни аввалги йилга қараганда ўсишидир. Бу миқдор — асосий фондлар қийматини йилнинг ҳозирги ва бошидаги фарқи билан аниқланади.

Аудит (audite) — хўжалик фаолиятини текшириш, тафтиш ва таҳлил қилиш.

Аукцион (auction) — махсус кимошди савдо бозорлари, товарларни талабгор харидорларга сотиш усули. Аукцион савдо товарларининг нисбатан чекланган рўйхати бўйича (мўйна, чой, ҳўл мева, сабзавот, балиқ, зотли от, бадиий ҳунармандчилик буюмлари, антиқа буюмлар ва б.) ўтказилади. Аукцион олдиндан эълон қилинган вақтда даврий: ҳар куни, ҳар ойда, муайян ойларда ёки йилда бир марта товарларнинг бозорга келиб тушиш мавсумига ва ҳажмига қараб ўтказилади. Харидорлар савдо бошлангунига қадар аукцион омборларига қўйилган товар ёки унинг намунаси (лот) билан танишадилар. Савдо вақтида лотлар каталогда кўрсатилган тартибда навбатсиз савдога қўйилади, харидорлар орасида энг юқори нархни таклиф қилгани товарни сотиб олади. Битимлар оғзаки ёки шартли белгилар воситасида тузилади. Қарзни тўлашга қурби етмайдиган қарздорлар мулки ҳам мажбурий аукцион шаклида сотилади. Ҳар қандай аукционларнинг умумий шарти — сотувчи намойишга қўйилган товарлар сифатига масъул ҳисобланмайди.

Базис баҳо — 1) умуман товарлар ва уларнинг айрим гуруҳлари бўйича савдода (экспорт ва импорт) баҳолар индексини аниқлаш учун ишлатиладиган асос. БМТ даврий иқтисодий нашрларида, халқаро ва миллий ташқи савдо статистикада чоп этилади. Ҳозирги шароитда БМТ статистикасида база сифатида 1980 йилнинг экспорт баҳоларидан фойдаланилади; 2) муайян маҳсулотнинг ташқи савдо баҳосини аниқлашда намуна сифатида олинган ва қайд қилинган, маълум сифатларга эга бўлган буюм баҳоси.

Банкротлик (итал. bancarotta — айнан синган курси), синиш —

фуқаро, корхона, фирма ёки банкнинг маблағ етишмаслигидан ўз мажбуриятлари бўйича қарзларни тўлашга қурби етмаслиги. Банкротликга учрашнинг сабаблари товар ишлаб чиқаришда қиймат қонунининг амал қилиши, рақобат ва инфляция билан белгиланади. Корхонанинг банкрот деб эълон қилиниши унга нисбатан қатор *санациялаш* тадбирларини амалга оширишни, унга ҳар томонлама ёрдам кўрсатишни кўзда тутади. Бозор шароитида давлат томонидан банкрот корхоналар ва аҳволларини яхшилаб олиш учун кўмак тарзида бир қатор тадбирлар кўрилади. Банкрот деб эълон қилинган корхоналар асосан шу корхона жамоа аъзоларига ижарага берилиши ёки бошқа корхоналарга сотилиши, улар билан бирлашиб кетиши мумкин.

Бартер, бартер келишуви (barter) — пулсиз бевосита товар айрбошлаш. Кўпроқ ривожланмаган товар муносабатлари даври учун хос бўлган келишув. Ҳозирги замон бартер келишувининг аниқ шакллари — валютасиз айрбошлаш, компенсацияли келишувлар, турли хил *клиринглар*. Бартер ҳозирги шароитда аҳолини истеъмол моллари билан таъминлашда муҳим аҳамиятга эга бўлмоқда.

Бартер битими — *келишувга биноан мувозанатли, лекин пулсиз* товар айрбошлаш ҳақидаги шартнома. Бартер битими ташқи савдода кўпроқ қўлланилади. Кейинги йилларда мамлакат ичида ҳамда корхоналар ўртасида кенг тарқалди. Бартер битимига биноан келишган томонлар ўз товарларини маълум нархда баҳолайдилар. Бу нарх айрбошлашнинг тенг бўлишини, бож сарф-харажатларини ҳисобга олади. Тенг баробарлик товарларни жаҳон бозори нархларига кўра айрбошлаш орқали таъминланади. Бир томон иккинчисига қарздор бўлиб қолса, у ўз қарзини валюта билан эмас балки, товарлар билан узади. Валюта тақчил бўлса ёки унга ишонч кам бўлса бартер битими қўлланади. Бундай битимга асосан савдо қилганда валюта талаб қилинмайди, бир вақтнинг ўзида *экспорт* ва *импорт* муомалалари амалга ошади, улар юзасидан ҳисоб-китоб дарҳол кечиктирилмай ўтказилади. Бартер битимлари икки томонлама ёки кўп томонлама бўлиши мумкин.

Бизнес (business) — даромад келтирадиган ёки бошқа наф берадиган хўжалик фаолияти ёки соҳибкорлик-тижорат ишлари билан шуғулланиш, пул топиш мақсадида бирор иш билан банд бўлиш. Бизнес товар ишлаб чиқариш ва уни сотиш, хизмат кўрсатиш, транспорт ва бошқа соҳалардаги фаолиятдир. Бизнес хўжалик юритиш кўламига қараб йирик, ўрта ва майда турларга бўлинади. Йирик бизнесга асосан ишлаб чи-

қаришда 500 дан ортиқ киши банд бўлган, ўрта бизнесга 20—500 киши банд бўлган корхона (фирма)лар, майда бизнесга 10—20 ва ундан кам киши ишлайдиган корхоналар киради. Йирик ва ўрта бизнесга асосан йирик ишлаб чиқариш, кўп сонли товарлар чиқарадиган, механизациялашган ва автоматлаштирилган соҳалар киради. Майда бизнес қишлоқ хўжалиги, аҳолига хизмат кўрсатиш соҳаларида кенг тарқалган. Майда бизнес шароитга тез мослашувчанлиги билан ажралиб туради, чунки унинг фаолияти катта маблағ талаб қилмайди ва кичик маблағни тез топиш мумкин. Майда бизнес самарали бўлганидан кенг тарқалади, айниқса, йирик бизнес учун қулай бўлмаган соҳаларда авж олади.

Бозор (market) — сотувчи билан харидор ўртасида товарни пулга айрбошлаш муносабати; товарлар билан олди-сотди муносабатлари, товар ишлаб чиқариш, товар айрбошлаш ва пул муомаласи қонунларига биноан амалга оширилади. Бозорда икки жараён амалга ошади: бири товарларни сотиш, бунда товар пулга алмашади. Айрбошлаш ихтиёрий ва эркин шаклланган нархларда олиб борилади. Айрбошлаш объектининг моддий шакли жиҳатидан олганда истеъмол товарлари ва хизматлар, ишлаб чиқариш воситалари, инвестиция, қимматбаҳо қоғозлар, илмий ғоялар, техникавий ишланмалар ва меҳнат (иш кучи) бозорлари мавжуд. Айрбошлаш миқёси жиҳатидан маҳаллий, ҳудудий, миллий ва жаҳон бозори, ички ва ташқи бозорларга ажратилади.

Бозор мувозанати — бозордаги талаб ва таклифнинг миқдоран ва таркиби жиҳатидан бир-бирига мувофиқ келиши. Бозор мувозанатини таъминлашнинг асосий йўллари: товар ишлаб чиқаришни талаб даражасига етказиш орқали бозорни тўйдириш; етарли товарлар захирасини барпо этиш; харидоргир товарлар нархини ошириш, ўтмай турган товарлар нархини пасайтириш; экспорт ва импортни ортиши ёки камайиши; аҳоли даромадларининг товарлар ва хизматлар кўпайишига қараб ортиб борищи; меҳнат унумдорлигининг иш ҳақига нисбатан тезроқ ўсиши. Бозор мувозанати маърифатли жамиятда бозорни тартибга солиш орқали таъминланади.

Бозор муҳофазаси — миллий бозорни ёки айрим товарлар бозорининг давлатнинг экспорт-импортни тартибга солувчи тадбирлари воситасида ҳимоя қилиниши. Бозор муҳофазаси четдан товар келтиришни чеклаш, тақиқлаш ёки бож тўловини ошириш орқали амалга ошади. Муайян давлатнинг бозор муҳофазасини бартараф этиш учун бошқа давлатлар ўз территориясида шу мамлакатдан чиқарилган товарларга бож тўловини ошириб, ўз рақибини ён босишга мажбур қилади.

Шу сабабли бож тўловлари ўзгариб туради. Бозор муҳофазасини четлаб ўтишнинг муҳим йўли илгари товар чиқарилган мамлакатга капитал чиқариб, муайян товарни ўша ернинг ўзида яратиш ва сотиш ҳисобланади.

Баланс қиймати (book value) — компания балансида белгилаб қўйилган активларнинг (асосий фондларининг) амортизацияни айриб ташлангандан кейинги қиймати. Одатда активларни тарихий қийматини акс эттиради (яъни улар сотиб олинган вақтидаги қиймати) ва активларни жорий вақтдаги бозор қийматига тўғри келмаслиги ҳам мумкин.

Банд аҳоли (employees) — бу жамият ишлаб чиқариши ва хизмат кўрсатиш секторида банд бўлган меъёрлар асосида маълум қонуниятлар билан ҳисобга олинувчи меҳнатга лойиқ ёшдаги халқдир.

— *бирғаликда банд аҳоли (total employees)* — банк халойиқ плюс ҳарбий хизматдагилар.

— *бандлик савияси (rate of employment)* — банд бўлганлар сонини меҳнатга лойиқ халқ сонига нисбати.

Бенефициар (beneficiary) — лойиҳани амалга оширилиши натижасида келадиган маълум фойдани олувчи.

Бизнес-режа (business plan) — компанияни фаолиятини шу жумладан инвестицион фаолиятини тараққиёти режаси. Одатда бизнес режани тузиш кичик ва ўрта, унча катта бўлмаган инвестиция ҳажмли компаниялар учун тавсифлидир. Йирик инвестицион лойиҳалар учун ушбу атама, қоида бўйича, кўпинча ишлатилмайди.

Бир вақт солиғи (lump-sum tax) — белгиланган ўлчамдаги солиқ, у иқтисодий ўзгарувчилардан қатъий назар (даромад, нарх ёки ишлаб чиқариш ҳажми) олинади. Баъзида «жам солиғи» ёки «сайловчилардан олинадиган солиқ» деб ҳам аталади.

Бюджет чекланиши (budget constraint) — бу жисмоний ва юридик шахсларни харажатларини молия билан таъминланишнинг давр бошига тўғри келадиган амалдаги манбаалари билан (бозор фаолиятидан келадиган даромадлар ва давр бошидаги бошқа активлар) ва давр охиридаги жамғарма харажатлар билан ўзаро бир-бирига боғлиқлигидир.

Бюджет тақчиллиги (budget deficit, fiscal deficit) — давлат харажатларини (маҳаллий ҳокимият идоралари харажатларини) маълум вақт даврида (уч ойлик, йил) даромад бандлари устидан, бюджетга келадиган тушумлари устидан юқорилиги, яъни давлат томонидан қўшимча ички талабни бунёд бўлиши ҳисобига.

Грант (grant) — пулни қайтармаслик шарти билан тўланиши. Лойиҳа таҳлилида одатда маълум миқдордаги пулни давлат ҳокимия-

ти томонидан якка шахсга (фермерга) ёки компанияга инвестицияни рағбатлантириш мақсадида улар томонидан маълум лойиҳага тўланиши.

Гомоген ёки бир турдаги фойдали буюмлар (homogeneous goods) — барча харидорлар турли ишлаб чиқарувчилар томонидан бозорда таклиф қилинадиган фойдали буюмларга бир хил деб қарасалар гомоген деб аталади.

Давлат бюджети (маҳаллий) (state budget, local budget) — давлатни даромад ва харажатлар баланси (маҳаллий ҳокимият идораларини).

Давлатнинг ташқи қарзи (external debt) — давлатнинг ташқи кредиторларга заёмлар ва улар бўйича тўланмаган фоизларни биргаликдаги миқдорига тенг қарзи.

Давлат харидлари (government purchases) — давлат сектори томонидан товар ва хизматларни харид қилиниши. Улар буюджетни харажатлар бандида ҳисобга олинади.

Даромад (income) — ишлаб чиқариш омилларини ишлатишдан келадиган пул ва натурал тушумлар.

— *хусусий даромад (personal income)* — алоҳида жисмоний шахсий солиқ тўлашдан олдинги даромади.

— *миллий даромад (national income)* — миллий ишлаб чиқаришдан келадиган даромад; иқтисоддаги барча турдаги даромадлар жамғармаси. У иш ҳақини, рента даромадини, корпорация даромадларини қийматдан келадиган соф фоиз ва даромадларни ўз ичига олади. Яна ялпи миллий маҳсулот билан асосий капитални истеъмоли харажатлари ва қўшимча солиқлар тафовути сифатида аниқланади.

— *эгаликдаги даромад (disposable income)* — секторларни харажати ва жамғармаси учун эгалик қиладиган даромадлари. Даромадлар бевосита солиқларни айирмаси сифатида аниқланади.

— *омил даромади (factor income)* — ишлаб чиқариш, ишчи кучини, капитални ва мулкни омилларини ишлатилишидан келадиган даромад.

Девальвация (devaluation) — марказий банк акцияси бўлиб миллий валютани бирликлари сонини расмий ошириб беради, улар эса хорижий валюталарга алмашланиши мумкин. Девальвация миллий валюта қийматини хорижий валютага нисбатан пасайишида намоён бўлади.

Депозитлар (deposits) — маъмурий, адлия, божхона, молия-кредит идораларида сақланувчи пул воситалари ёки қимматбаҳо қоғозлардир. Бу бир неча маънога эга: банклардаги омонатлар, молия-кредит институтларида сақланаётган қимматбаҳо қоғозлар, солиқ тўлаш ва бошқа тўловлар бадаллари.

Дефицит (етишмаслик) (shortage) — бу бозордаги вазият бўлиб амалдаги нархда талаб миқдори таклиф миқдоридан ортиқ бўлади. Етишмаслик барқарор воқеа бўлиб фақат пул нархлари камёб фойдали буюмлар рақобатчи харидорлар орасида тақсимлашда ўз вазифасини бажармай қўяди (тақсимлаш механизмига қаранг).

Дефляция (deflation) — биргаликдаги талабни камайиши сабабли иқтисодда ўртача нарх савиясини пасайишига олиб келувчи ананадир, жамият меҳнат унумдорлигини ошиши ҳисобига товарлар қийматини пасайиши ёки бўлмаса муомаладаги пуллар миқдорини камайиши юзага келади.

Дивидент (dividend) — акционерлик жамиятига тегишли даромадни бир қисми бўлиб, уни ҳар йили акциядорлар орасида уларда мавжуд бўлган акцияларни тури ва сонига қараб тақсимланади.

Дид ва афзал кўриш (tastes and preferences) — истеъмолчини турли товар ва хизматларга муносабатларини, уларни истеъмолчи учун зарурийлик даражасини ва унинг яхши кайфиятига таъсирини аниқлашдан иборатдир.

Дисконта (discount) — марказий банки тижорат банкларига кредит беришдаги фоиз ставкалари.

Дисконтлаш (discounting) — мураккаб фоиз қўшимчасига қарамақарши бўлган операция, улар келажак қийматларини ҳозирги даврда мавжуд қийматларга айлантирилишда ишлатиладилар, келажак тўловларини ёки тушумларини жорий қийматини аниқлашга имкон беради. Улар «n» сонли йилдан сўнг фоиз ставкаси 1 га тенг бўлганда амалга ошади. Қуйидаги ифода билан бажарилади:

$$Uo = Un / (1 + r)^n,$$

Бу ерда: Un — «n» сонли йилдан кейинги қиймат, келажак қиймати;

r — дисконт ставкаси (меъёри);

n — йиллар сони.

Дисконт омили (discount factor) — **[(1+ r)ⁿ]** омил бўлиб у келажак пулларини уларни ҳақиқий қийматнга ўтказади.

r — дисконт ставкаси;

n — келажак даврлари сони.

Дифференциал маҳсулот (differentiated products) — агар истеъмолчилар турли фирмаларни маҳсулотларини бири биридан фарқли деб ҳисобласаларгина бозор маҳсулот бўйича дифференциациялашган деб ҳисобланади. Икки турли маркадаги пиво дифференциация дастлабки маҳсулотта мисол бўлади.

Бу эса тармоқ таркибини аниқловчи омиллардан бири ҳисобланади.

Дуополия (duopoly) — иккита ишлаб чиқариш ҳукмронлик қиладиган бозор. Энг охирги ҳолатдаги олигополия.

Заёмлар (borrowing) — қайтариб бериш шарти билан маълум муддатга пул воситаларини жисмоний ва юридик шахс ва давлатлар томонидан олиниши. Заёмлар фоизсиз, имтиёзли, ва тижорат шартида бериладиган ва ички ва ташқи бўлишлари мумкин. Заёмлар давлатларни иқтисодий сиёсатида кенг ишлатилади. Давлат ички заёмлари жисмоний ва юридик шахсларга берилганда улар давлатни ички қарзни шакллантиради, агар давлат томонидан хорижий кредитлардан фойдаланилса, унда давлат учун ташқи қарз ташкил бўлади.

Бепарволиқ картаси (indifference map) — бу истеъмолчини бепарволигини тўла эгри чизиқлари тўпламидир. Ҳар бир координата бошидан нарироқ турган эгри чизиқ — бу қониқишни энг юқори савиясидир.

Картел (cartel) — бу ишлаб чиқарувчилар маҳсулот чиқаришини пасайтириш ва бозор нархларини ошириш бўйича келишувдир.

Лойиҳа таҳлилини тижорат жиҳати (commercial aspects of projects)— бу лойиҳа таҳлилининг бир бўлими бўлиб лойиҳани тижорат бўйича яшай олиш қобилиятини тасдиқлаш мақсадига эга зарурий маҳсулотни асосий тавсифларини, кутилган сотув ҳажмини, унинг нарх савиясини, маҳаллий ва хорижий бозорларда сотилиш имкониятларини, ҳамда мақсадга лойиқ сотув каналларини аниқлаб беради. Тижорат таҳлилининг натижалари лойиҳани техник жиҳатларини ишлаб чиқишда (ишлаб чиқариш ўлчами, маҳсулотни зарурий сифатига нисбатан ва ҳоказолар), ҳамда молиявий таҳлил ва лойиҳани бошқа бўлимларини ишлаб чиқилишида асос бўлиб ҳисобланади.

Компаундлаш (compouding) — бу мураккаб фоизга қўйишдир. Келажакда маълум миқдордаги жорий пул миқдори қийматини аниқлаш жараёни бўлиб, агар унинг ўсишини мураккаб фоизи аниқ бўлса:

$$\text{КЕЛАЖАК ҚИЙМАТИ} = \text{БУГУНГИ ҚИЙМАТ (ЖОРИЙ)}/(1 + r)^n.$$

Бу ерда r — йиллик фоиз ставкаси. $(1 + r)^n$ миқдори одатда махсус жадвалдан дисконтлаш ёки мураккаб фоиз қўйиш (компаундлаш) учун олинади.

Компаунд омили (compouding factor) — бу мураккаб фоиз коэффициентидир $[(1 + r)^n]$.

Компенсацион дифференциал (compensating differential) — иш ҳақига қўшиб ишчиларга тўланадиган қўшимча бўлиб уларни ўхшаш малака талаб қилувчи ишларни бажаргани учун, аммо аъло даражадаги пул билан боғлиқ бўлмаган хусусиятлари билан.

Банк резервлари (reserves) — бу банкларда сақланувчи нақт пуллар, ҳамда марказий банкда сақланувчи фоизсиз депозитлардир.

Дисконт даражаси (discount rate) — бу бугунги қийматни ҳисоблаш учун ишлатиладиган фоиз ставкаси.

Жамғармалар таклифини қопланиш эгри чизиғи (compensated saving supply curve) — жамғармани таклиф ҳажмини фоиз ставкаси билан ўзаро боғлиқлиги (бирлашги фойдалилик савиясини ўзгартирмай сақлаб келиши шарти билан).

Жорий ёки дисконтлаштирилган қиймат (present value) — бу сизни келажакда маълум вақтда ушбу миқдордаги пулга эгалик қилиш ҳуқуқини сотиб олиш учун керак бўлган пул воситасининг энг катта миқдоридир.

Иқтисодий ўсиш (economic growth) — бу иқтисодий потенциални ўстириш ва ўзгармас нархда ифодаланган, ЯММни потенциал ўсишидир.

Импортга бўлган қобилият (propensity of import) — даромаддаги импорт харажатлари улуши.

Инвестиция қилиш қобилияти (propensity to invest) — бу миллий даромадни капитал киритиш учун ишлатиладиган улуши.

Истеъмол қилиш қобилияти (propensity to consume) — бу даромаддаги истеъмол харажатларини улуши.

Иқтисодий харажатлар (AC) (average cost) — ўртача харажатларга ўхшаш.

Иқтисодий фойда (economic proft) — бу жамғарма даромаддан биргаликдаги харажатларни айирилишдан кейинги миқдордир. Бошқа сўз билан айтадиган бўлсак фирма эгаларига уларни фойдаланадиган барча ишлаб чиқариш омиллари тўловларини тўлаганларини тўлаганларидан кейин даромаддир.

Иқтисодий рента (economic rent) — бу фойдали буюм ёки хизмат ишлаб чиқарувчини ишлаб чиқаришни тиклаши учун керак-лигидан ортиқча олишидир ишлаб чиқарувчини ортиқчалиги синоними.

Иқтисодий агентлар (economic agents) — бу иқтисодий бирликни хўжалик қарорларини қабул қилувчи ва амалга оширувчилар бўлиб, уларга иқтисодий фойдали буюмга эгалик қилиш ҳуқуқи белгилангандир. Хўжалик қарорларини турига қараб (ишлаб чиқаришга, меҳмонга оид, мувофиқлаштириш маса-

ласига оид) қуйидаги иқтисодий агентлар турлари мавжуд: фирмага, уй-рўзғор хўжалигига (households) — бу товар ёки хизмат бўлиб фойдали хусусиятга эгадир (бевосита ёки фойдали буюм ишлаб чиқаришда ресурс сифатида) ва камёб ҳисобланувчидир.

Идентификациялаш (identification) — лойиҳаларга бўлган талабларни аниқлаш. Бу лойиҳа циклининг бир босқичи бўлиб унда капитални киритиш керак бўлган имконли объектларни аниқлаш амалга оширилади. Бунинг мақсади инфротаркибни, табиий ресурсларини захирасини, халойиқ талабини қондириш ва бошқалардан иборатдир. Хусусий инвестицияларга нисбатан эса кўпроқ даромад келтирувчи соҳаларни излаб топишдан иборатдир. Ушбу босқични хулосаси бўлиб бир қатор муқобил лойиҳаларни танлаб олиб улар орасида ўтказиладиган таҳлиллар асосида амалга оширилиши керак бўладиган лойиҳа танлаб олинади.

Импорт (imports) — товар ва хизматларни хориждан олиб имконини, ҳамда технология ва капиталларни ҳам четдан амалга ошириш учун олиб келиниши ва давлатни ички бозори учун қўшимча равишда импортини ҳам.

Индекслаш (indexation) — иқтисодда нархни ўртача савиясини ўзгаришига боғланган ҳолда иш ҳақини ва бошқа даромадларни тузатиш тизими.

Инвестиция (капитал киритиш) (investment) — хусусий сектор ва давлат ичида ва хорижда турли иқтисод тармоқларига ёки қимматбаҳо қоғозларига капитал маблағларни узоқ муддатга киритилиши.

Инерция (inertia) — аввалги давр анъанасига асосан жорий даврдаги иқтисодий кўрсаткичлар динамикаси.

Инжиниринг (engineering) — бу лойиҳаларни техник ишлаб чиқилиши, сметалар тузилиши, баъзида эса лойиҳани молиявий ва экологик асосланиши ва бу соҳадаги хизмат кўрсатиш фаолиятидир.

Институтционал таҳлил (institutional aspects of Project Analysis) — лойиҳа таҳлилининг жиҳати ёки бўлими бўлиб у ўзининг мақсади қилиб, ташкилий, ҳуқуқий, сиёсий ва бошқарув шартларини қамраб олади ҳамда улар доирасидаги аниқ лойиҳа амалга ошади.

Инфляция (inflation) — бу иқтисодда нархларни ўрта савия динамикаси бўлиб, ҳамма вақт мавжуд бўлган ошиб борувчи анъанадир.

— *инфляция даражаси (rate of inflation)* — маълум вақт даврида (ой, йил) нарх савиясини фоизли ўзгариши.

— *кутилган инфляция савияси (expected rate of inflation)* —

алоҳида шахс ва корхоналарни кутилган амалдаги ижтимоий-иқтисодий ахборотлари асосидаги келажак инфляция савияси.

Гиперинфляция (hyper-inflation) — инфляцияни энг юқори савияси (одатда 200%дан ортиқ бўлади) бўлиб ишлаб чиқариш ҳажмини қисқариши ва жамиятда ижтимоий кескинликни жадаллашиши билан боғлиқ.

Босиқ (махфий) инфляция (suppressed, hidden inflation) — бу иқтисоддаги инфляцион жараёнларни қаттиққўллик билан тартибга солиниши ва белгиланган нархларни ўзига хослик билан намоён бўлишидир. Нархларни юқоридан белгиланган савияда сақлашда инфляция муомиладаги пуллар миқдорини ошириб бериши ва уларни сотиб олиш қобилиятини пасайиб кетиши, шу сабабли товар ва хизматларга бўлган талабни ҳаддан ташқари ўсиши ва уларни етишмаслиги, ҳамда халқни одат бўлиб қолган талабини йўқга чиқишига олиб келади.

Давомли инфляция (chroniec inflation) — бу узоқ давом этган вақт даврида мунтазам юқори ёки паст савиядаги инфляцияни барқарор туришига оид вазиятдир. Барқарорликга қадар давомли инфляция ҳукм сурган давлатларга мисол сифатида Бразилия, Исроил, Мексика, Перу, Аргентиналарни келтириш мумкин.

Инфротаркиб (infrastricture) — бу моддий, ташкилий-ҳуқуқий шароитларни бирлиги бўлиб, барқарор иқтисодий тараққиётни таъминлайди. Моддий шароит — бу тараққиёт топган боғланиш йўлларини, алоқа воситаларини, сув ва электр таъминоти тармоқларидир. Ташкилий-ҳуқуқий шароитлар — булар тараққиёт топган давлат ва хусусий институтлар, ҳамда барқарор қонуният асосларини мавжудлигидир.

Истеъмол имкониятларининг чегараси (utility possibility frontier) — агар ушбу фойда келтирувчанлик савияси бошқаларда қисқарган ҳолда якка шахс олиши мумкин бўлган фойда келтирувчанликни энг катта ўлчовини кўрсатувчи жадвалдир.

Истеъмолчилар нархи индекси (consumer price index) — ўртача оилалар томонидан истеъмол қилинадиган товар ва хизматлар нархини асос қилиб олинган даврга нисбатан ўзгаришини ўртача савия кўрсаткичи.

Ички ечим (interior solution) — истеъмолчини мувозанат ҳолати, у ҳар бир яхши нарсадан маълум сонда истеъмол қилади. Геометрия бўйича бу нуқта координат ўқлари оралиғида жойлашган, ва MRS = Px/Py шарти бажарилади.

Ички назорат механизмлари (internal control mechanisms) — бу механизмлар фирмани ичида жойлашган бўлиб фирма бошқарувчисини фойдани иложи борича кўпайтиришга ундайди.

Улар бошқарувни умумий чизмасини, ҳуқуқга эгалик қилиш курашини ва унумдорликга асосланган ҳақ тўлаш тизимини ўз ичига олади.

Ишлаб чиқарувчилар нархини индекси (producer price index) — асосий деб (база) қабул қилинган даврга нисбатан оралиқ истеъмолига тегишли хомашё, материал ва товарларни нархини ўзгаришини ўртача савиясини кўрсаткичи. Ялпи миллий маҳсулотни қисмларини энг кўп бўлакларга бўлинганларини қайта ҳисоблашда ишлатилади.

Ишлаб чиқарувчиларни ортиғи (producer surplus) — якка шахсни бир нимани берилган сонда таклиф қилиниши учун ўзига керагидан ортиқ оладиган даромади. Таклифни қопловчи эгри чизиқ майдони ва иш ҳақи ставкаси билан ўлчанади.

Ишсизлик (unemployment) — ишчи кучини банд бўлмаслиги, ишга эга бўлишни хоҳловчи, уни изловчи.

Ишсизлик савияси (unemployment rate) — ишсизларни умумий сонини ишчи кучларига нисбати.

Ишсизликни табиий савияси (natural rate of unemployment) — иқтисодий тараққиёт даври тавсифига лойиқ ишсизлик савияси, бунда реал ва потенциал ялпи миллий маҳсулот (ЯММ) динамикаси бир бирига тўғри келади. Фрикцион ва таркибий ишсизлик кўрсаткичлари жамғармаси сифатида аниқлаш мумкин. Шу билан бирга яна NAIRU атамаси ишлатилади (nonaccelerating rate of unemployment) — кўпаймайдиган ишсизлик савияси, ижтимоий жиҳатдан нейтрал ҳисобланади ва инфляцияни барқарор суръатида ва ЯММни реал ва потенциал динамикаларини бир-бирига тўғри келишини акс эттиради:

— *фрикцион ишсизлик (frictional unemployment)* вақтинчалик иш билан банд бўлмаслик, бу ҳолат бир ишдан иккинчисига ўтиш даврида юзага келади.

— *махфий ишсизлик (hidden, latent, concealed, disquised unemployment)* — ишлаб чиқаришда банд бўлган, ҳақиқатда эса ортиқча ҳисобланган ишчилардир, чунки ушбу ишлаб чиқариш жараёни ҳақиқатда оз сонли ишловчилар талаб қилади.

— *таркибий ишсизлик (structurual unemployment)* — мажбурий ишсизликни бир тури бўлиб иқтисодни таркибий қайта қурилиши, эскирган тармоқлар ва касбларни йўқотилиши, ишчи кучини малакасини пастлиги ёки бутунлай йўқлиги ҳисобига юзага келади.

Капитал (capital) — бу турли маъноларда ишлатиладиган атамалардир:

1) Инсон томонидан яратилган товар ва хизмталар ишлаб

чиқиладиган ресурслар. (Инвестицион товарлар ишлаб чиқариш воситалари).

2) Даромад олиш мақсадида у ёки бу фаолият соҳасидаги ишбилармонлик операцияларида (ишлаб чиқариш, савдо ва бошқалар) ишлатиладиган асосий воситалар ва пул ресурларини бирлиги.

Капитализациялаштириш (capitalization) — деб қуйидагилар айтилади:

1. Компаниянинг активлар ичига киритилган тақсимланмаган даромадни капиталга айлантиришини ва унинг хусусий капиталини ўсишини намоён қилади.

2. Кредит операцияларида имтиёзли давр давомидаги фоизларни асосий қарз миқдорига киритилиши, бу эса қарздорни асосий қарз қисмидан ва уни имтиёзли даврдаги фоизлардан озод қилади.

Ласпейерас индекси (Laspeyres index) — даромад ўзгаришига асосланган ҳаёт тарзининг савияси, уни якка шахс томонидан истеъмол қилиниши учун рухсат бериш ёки уни ўзига хос фойдали буюм тўплами. Ҳақиқатда эса у агар нархлар бир неча бор ўзгарса у қопланиш тафовутига мос келади. Истеъмолчи нархлари индекси (қисқача ИНИ) яхши таниш бўлган Ласпейерас индексига мисол бўлади.

Марказий банк (central bank) — давлат идораси бўлиб пул муомаласини молия бозорлари ва институтларни йўлга солиш ва назорат қилиш билан шуғулланади.

Масштабдан келадиган иқтисод (economies of scale) — айтишларига, ишлаб чиқариш ҳажми ошгани сари агар узоқ муддатли ўрта харажатлар камайса унда улар иқтисод келтиради.

Масштабдан олинадиган самара даражаси (degree of returns to scale) — бу барча ресурсларни пропорционал кўпайишини маҳсулот ишлаб чиқаришини ўсиши билан боғлиқлиги. Масштабдан тўхтовсиз самара ишлаши мумкин, агар икки баробар оширилган ресурслар эвазига икки баробар ортиқ маҳсулот ишлаб чиқилса. Масштабдан ҳамма вақт кўпайиб келувчи самара икки баробар оширилган ресурслар икки баробардан кўп маҳсулот ишлаб чиқилишига олиб келса ўринли бўлади. Масштабдан келадиган самара икки баробар ресурсдан кам маҳсулот олинса қисқариб боради.

Меҳнат таклифини қопланиш эгри чизиғи (compensated labor supply curve) — иш соатлари сонини иш ҳақи ставкасини бирламчи фойдалилик савиясини ўзгармай қолиши шарти билан ўзаро боғлиқлиги. Меҳнат таклифини қоплаш эгри чизиғи бўйлаб силжиши фақат ўрин эгаллаш самараси эва-

зига юзага келади, бу эса иш ҳақини ставкасини ўзгариши эвазига келиб чиқади.

Молиявий капитал (financial capital) — фирмага ссуда кўринишида бериладиган воситалари бўлиб уни ҳақиқий капитал сотиб олиш ёки ижарага олиб туриш мақсадида ишлатилади.

Муддатли омонатлар (time deposits) — банкларда маълум муҳлати қўйилган ва у муҳлат тугагунча қадар талаб қилиш мумкин бўлмаган омонатлар.

Мулк (property) — бу кимгадир тегишли ва қийматга эга бойликдир.

Муқобилик (альтернатив) харажатлар (oppotrunity cost) — муқобилликни қиймати, қўлдан кетган имкониятлар қиймати — иқтисодда барча харажатларни аниқлаш усули, баъзи бир ҳаракатни муқобил харажатлари.

— бу сиз бирон нимага эга булмоқчи бўлиб воз кечмоқчи бўласиз ёки сиз учун мақбул бўлган ушбу ҳаракатни амалга ошишида воз кечиш керак бўлган қийматларни имкониятлари. Муқобил харажатларни жиҳати иқтисодий ресурсларни баҳоланиши уларни қийматини (ёки улардан келадиган самарани) энг яхши муқобил ишлатилишида акс эттиришини тасдиқлайди. Агар ресурслар хусусий мулк эгасида бўлса харидорлар савдоси ва сотувчилар ресурс эгалари учун муқобил харажатларига яқин бўлган нархларни шакллантиради.

Муқобил вариантлар ичидан саралаб олиш (tradeoff) — қарор қабул қилиш зарурати, танланган вариант муқобил вариантдан воз кечиш ҳисобига амалга ошишини фараз қилади. Микроиқтисод атамачилигида иқтисодий сиёсат чорасини ишланиб чиқишида у ёки бу мақсадларни танлаш муаммосини белгилашда қўлланади. Масалан, *ишсизликни ўсиши ва инфляцияни тезлашишини танлаш (tradeoff between unemployment and inflation)* — даромадни ошиши ёки маошни кўпайиши оралигидаги муаммо ишлатилади (Profit-wage tradeoff).

Муомиладаги пуллар, валюта (currency) — давлат томонидан муомилага чиқарилган фоизсиз қоғоз ва *металл пуллар = пул массаси + муддатли омонат.*

1 сон пуллар (M1) (narrow money) — «тор маънодаги пуллар» — муомиладаги нақд пуллар миқдори (MO) + сўраб олинадиган халқ ва корхоналарнинг омонатлари ва йўл чеклари; муомила воситалари сифатида ишлатиладиган ва жорий тўлов оборотига хизмат қилувчи пуллар.

2 сон пуллар (M2) (money) — пул воситалари жамғармаси, улар жорий оборотга хизмат қилади (M1), + халқ ва корхоналарни муддатли омонатлари.

3 сон пуллар (M3) (broad money) — «кенг маънодаги пуллар» ўз ичига жорий оборотта хизмат қилувчи биргаликдаги пул массаси, плюс муддатли омонатлар ҳамда тугатилиб борилаётган қимматбаҳо қоғозлар (заёмлар, сертификатлар, хазиначилар мажбуриятлари) ва бюджетда турувчи жамият ташкилотларини ҳисобидаги давлат ёки маҳаллий воситалар ва капитал маблағ киритишни молия билан таъминловчи воситалар.

4 сон пуллар (M4) — биргаликдаги пул массаси (M3) + банкларда сақланувчи йўқотиладиган пул воситалари.

Муомиладаги пулларни меъёрдан ортиқлиги (monetary overhand) — халқ хўжалигини ҳақиқий талабидан ортиқ қоғоз пул воситалари билан муомила каналларини тўлиб тошиши — бу пулларни қийматини пасайишига олиб келади. Муомиладаги ортиқча пул — бу иқтисодда инфляция хавфини борган сари ошишига олиб келади.

Нарх (price) — товарни пул билан ифодалувчи қиймати. У товарни ишлаб чиқарилиши билан боғлиқ харажатларни ва даромадни ўз ичига олади.

— *базис (асос) нархи (base price)* — бу солиқларни ҳисобга олиш ва тўланишигача бўлган нархдир. У товар ёки хизматларни ишлаб чиқариш, ишлаб чиқарувчини — даромадини ва субсидия миқдорини ўз ичига олади.

— *ишлаб чиқарувчилар нархи (poducer's price)* — товар ва хизматларни базис нархини, барча қўшимча солиқларни ўз ичига олади, фақат субсидияни ҳисобга олмайди.

— *бозор нархи (market price)* — бу талаб ва таклиф таъсирида бозорда ўрнатиладиган нарх бўлиб, у харидорларни товар ва хизматларни товар ва хизматлар учун тўлайдиган ҳақиқий нархидир. Бундай нарх харажат ва фойдадан ташқари соф қўшма солиқларни ва чой пулини ҳам ўз ичига олади.

— *эгилувчан нархлар (flexible prices)* — бу талаб ва таклифни биргаликдаги ўзгаришида юзага келувчи эркин ўзгарувчан нархдир.

— *қаттиқ нархлар (sticky prices)* — бу қисқа муддатли келажакда биргаликдаги талабни ўзгаришидан кейин ҳам ўзгармай қоладиган нархдир.

Нарх изловчи ёки прайс-мейкер (price maker) — бу шундай шахс бўлиб иқтисодга оид қарор қабул қилишида шу аён бўладики, сон танлови ўзи харид қиладиган ёки сотадиган фойдали бўлган нархига таъсир кўрсатади.

Нархлар индекси (price index) — икки турли вақт даврида товар ва хизматлар нархини нисбатини акс этдирувчи кўрсаткичдир.

Омонатта бўлган қобилият (propensity to save) — омонатни даромаддаги улуши.

Ортиқча талаб (excess demand) — бу иқтисодий вазият бўлиб, товар ва хизматларни амалдаги нархлари талаб уларни таклифидан ортиқ бўлади. У яна етишмовчилик деб ҳам аталади.

Ортиқчалик (surplus) — талаб миқдори таклиф миқдоридан кам бўлган бозордаги вазият бўлиб сотувчилар ўзлари учун нохуш ҳисобланган фойдали буюм захираларини тўплайдилар, бу эса кенда бўйича, маъмурий тартибда мувозанатдан устун бўлган нархлар ўрнатилиши билан боғлиқ.

Паст табақадаги буюм (inferior good) — арзон турдаги сигаретларга ўхшаш товарлар ва паст сифатли спиртли ичимликлар, уларни истеъмол қилиниши ҳамма шароитлар бир хил бўлганидаям даромад ошгани сари пасайиб боради. Даромад ошгани сари бу каби товарларни эгри чизиғи чапга қараб силжийди ёки бўлмаса худди шунга ўхшаш, талабни эгилувчанлиги — даромад бўйича салбийдир.

Пул базаси (негизи) — МО. (monetary base; high - powered money) — муомиладаги нақд пул миқдори. Унга корхоналар кассаларидаги ва миллий банклардаги тижорат банклар резервлари ҳам киради, ундан кредит берилмайди.

Пул босиб чиқаришдан келадиган давлат даромади (seigniorage) — давлат бюджетига тушадиган соф тушумлар. Улар қўшимча пулларни муомилага киритилишида юзага келади. Гиперинфляция даврларида пул эмиссияларини жадаллаштирилиши натижаси давлатни ялпи миллий маҳсулотини 12% ҳажмига тўғри келади.

Пулга бўлган талаб (demand for money) — бу халқ ҳаётини ҳамма жабҳалари учун керакли ҳисобланган пул миқдоридир: яъни истеъмол учун, жамғариш учун, битимларни амалга ошириш учун, «жўшқинлик кун» учун ва ҳоказолар. У биргаликдаги истеъмолни функцияси фоиз ставкаси, операцияси харажатлар ва бошқа ўзгарувчилар сифатида ифодаланади.

Пул сиёсати (monetary policy) — бу давлат томонидан ўтказиладиган пул масаласидаги ўзгаришлардир.

Пул ялпи таклифи (aggregate money supply, money stock) — иқтисодга ҳозирги вақтда хизмат қилиб турган пулларни умумий миқдори. Ўз ичига банкнотларни, муомаладаги танга пулларни, халқни банкдаги депозитлари ва бошқа қимматбаҳо қоғозлар.

Реал (ҳақиқий) иш ҳақи (real wage) — нархлар ўзгариши савиясига тўғриланган номинал иш ҳақи.

Ресурслар аллокацияси (allocation of resources) — иқтисодий агент-

лар орасида камёб ресурсларни тақсимланиши. Маълум аллокация жамиятни асосий учта иқтисодий саволга жавоби ҳисобланади: Нима ишлаб чиқариш керак? Уни қандай ишлаб чиқариш керак? Ишлаб чиқаришни натижаларига ким эгалик қилади?

Савдо баланси (merchandise trade balance) (савдо балансига қаранг) — капитал билан бўладиган молиявий операциялар баланси (capital account) — хорижга кетадиган ва ундан келадиган капиталлар ҳаракатини акс эттиради (қарзларни, кредитларни, холис қилинадиган ёрдамни, хорижий инвестицияларни).

Саноат цикли (business cycle) — бу мунтазам такрорланмайдиган иқтисодни тараққиёт даври бўлиб иш фаоллигини кўтарилиш ҳолатидан пасайишга ўтиб туришдан иборатдир.

СИФ (нарх, суғурта, фрахт) (CIF) (cost, insurance, freight) — бу махсус атама бўлиб, объектни кўрсатилган олди-сотди нархи суғурта харажатларини ва фрахтни ўз ичига олади.

Субсидиялари (subsidy) — бу давлатни ишлаб чиқарувчиларга қайтарилмайдиган ёрдамидир. Бу ёрдам бевосита пул маблағини ажратиши (грантларни) ва давлат операция хизматларига, солиқ имтиёзлари ва қизиқтиришлари инвестициялар шаклида бўлиши мумкин.

Сўраб олинадиган депозитлар (demand deposits, deposit money) — бу сўраб олинадиган пул омонатлари бўлиб бошқаларда сақланади.

Сўраб олинадиган омонатлар (demand deposits) — сўраб олинадиган депозитга қаранг.

Табиий якка ҳокимлик (natural monopoly) — маълум турдаги маҳсулотни — ишлаб чиқарувчи тармоқ бўлиб унда ягона фирма биргаликдаги тармоқ ҳажмидаги маҳсулотни бошқа кўплаб фирмаларга қараганда кам харажатлар билан ишлаб чиқариши мумкин.

Талаб миқдоридаги ўзгариши (change in quantity demanded) — талаб эгри чизиғи бўйича ҳаракатланиш. Фойдали буюм нархидаги ўзгаришлар орқали дид ва абзал кўришларда сақланиб келадиган ўзгармас даромадда юзага келади.

Талаб таклиф миқдори (quantity demanded / supplied) — маълум вақт даврида сотувчи (олувчи берилган нархда олиши) сотиши мумкин бўлган фойдали буюм сони.

Талаб ўзгариши (change in demand) — бу талабни бошланғич эгри чизиғидаги силжиши. Бу битта ёки бир неча ўзгарувчиларни ўзгариши билан юзага келади ва талабли эгри чизиғи шаклига таъсир кўрсатади: даромадга, бошқа товарлар нархларига, дид ва авзал кўришларга.

Тарифлар (tariffs) — бу давлатга олиб кирилишида божхона тўлови тўланадиган товарлар рўйхатидир. Бу давлат томонидан иқтисодни тартибга солишда импортни бошқарилиши воситаси сифатида ишлатилади.

Тартибга солиш (reqilation) — бу жараён бўлиб, унинг ёрдамида ижтимоий кўрсаткичларни яхшилаш ниятида ҳокимиятни бозор ишига ҳар томонлама аралашиши ва узлуксиз ишлаб туриши учун шароит яратилишидир. Бунга мисол сифатида, давлат томонидан шундай тармоқларни, яъни электроэнергетика, сув таъминоти, телефон алоқасини тартибга солиниб турилишини келтириш мумкин.

Ташқи назорат механизмлари (external control mechanisms) — бу фирмадан ташқарида жойлашган механизмлар бўлиб фирма бошқарувчисини даромадни имкони борича оширишга мажбур қилади. Улар ўзларига умумий бозор назоратини, савдо бозоридаги рақобатни ва бозордаги капитал томонидан қилинадиган таклифни интизомга чақирувчи таъсирини олади.

Ташқи дунё (rest of world) — бу хорижда иқтисодий агентларни бирлаштирувчи институционал сектор бўлиб, улар ушбу давлат иқтисодий агентларини ташқи иқтисодий алоқаларни амалга оширилишини таъминлайди.

Ташқи қарз хизмати (external debt service) — олинган қарзлар бўйича мунтазам тўланадиган фоизлар механизми.

Таққослаш статикаси (comparative statics) — бу икки турдаги мувозанат ҳолатини таққослаш жараёнидир.

Таққослаш устуворлиги (comparative advantages) — баъзи бир иқтисодий агентларни бошқаларига қараганда товар ва хизматларни кам харажатлар билан ишлаб чиқариш қобилияти. Макросавияда таққослаш устуворликлари қоидаси ички ишлаб чиқариш ва экспорт учун самарали тартибни шакллантиришда ишлатилади.

Товар ва материаллар захираси (inventaries) — ишлаб чиқилган, аммо ҳали сотилмаган ишлаб чиқарувчилар омборларидаги ва кўтара савдони кутаётган маҳсулот.

Товар ва хизматлар баланси (balance of good and services) — товар ва хизматлар экспорти ва импорти баланси (сайёҳлик, транспорт ва бошқалар) бўлиб ҳисобот даврини охиридаги сальдони акс эттиради.

Тўлов баланси (balance of payments) — жамғарма баланс ҳисоби бўлиб ташқи дунё билан операциялар хулосасини кўрсатади (жорий операциялар балансига қаранг). Капиталлар ва давлат валюта воситаларини ҳаракатини сальдолари хорижга тўланадиган жамғарма тўловлар ва хориждан ишладиган тўловлар айирмаси сифатида аниқланади. Агар хориждан

келиб тушадиган валюта — молия воситалари хорижга тўланадиган тўловлардан кўп бўлса, унда тўлов баланси ижобий ҳисобланади ва аксинча, кам бўлса — салбий бўлади.

Узоқ муддатли таклиф эгри чизиғи (long run supply curve) — бу узоқ муддатли келажакда турли нархда фирмалар таклиф қиладиган маҳсулот сонидир. Фирма учун прайс-тейкер чекланган харажатларни узоқ муддатли ўртача харажатлардан ортиқлигини кўрсатувчи эгри чизмадир.

Узоқ муддатли чекланган харажатлар (long run marginal cost) — бир дона қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариш учун талаб қилинадиган қўшимча узоқ муддатли биргаликдаги харажатлар.

Узоқ муддатли ялпи харажатлар (long run total cost) — берилган ҳажмдаги маҳсулотни узоқ муддатли даврда ишлаб чиқиш учун зарур бўлган биргаликдаги харажатларни энг кичик савияси (муқобил харажатлар бўйича ўлчанган).

Узоқ муддатли давр (long run) — етарли миқдордаги узоқ вақт бўлаги, у ҳамма омилларни ўзгарувчан бўлиши ва бирортаси ҳам белгиланиб олмаслигини таъминлайди.

Умумий мувозанат таҳлили (general equilibrium analysis) — маълум вақт давомида барча бозорларда мувозанатни ўрганиш. Бундай тадбир бозорлар орасидаги ўзаро боғлиқликни аниқлаш учун ва тизимни бир бутундек ишлашини таърифлаб беради.

Филлипс эгри чизиғи (Phillips curve) — бу инфляция динамикаси савиясини ва ишсизлик динамикаси савиясини оралиғидаги боғлиқликни ёки ҳақиқий ЯММни потенциал ЯММдан фарқли тавсифловчи вазифадир.

ФОБ (FOB) (free on board) — тўғри маънода СИФдан фарқли равишда юкларга ишлов бериш, кафолатлаш ва борадиган манзилига етказиб бориш қиймати унинг нархига оширилиши лозим.

— *ФОБни нархи (FOB price)* — агарда бу атама қўшимча тушунтиришларсиз ишлатиладиган бўлса унда у белгиланган жойидаги нархига тегишлидир (фермада, заводда, скважина оғзида, шахтага тушиш жойида, олиб борди ёки нархда, яъни товар қаерда ишлаб чиқилган, қазиб олинган, турган бўлса). Хорижий харидорга юкни олиб бориб бериладиган бўлса, унда экспорт нархига юкни ортилиши олиб келиши ва ишлов берилиши харажатлари ҳам киради.

Фойдалиликни асосий вазифаси (cardinal utility function) — бу бир тўплам фойдали буюм бошқасидан қанчалик авзал ва фойдали даражасини аниқлаш. Муҳимлик назариясига асосан фойдалиликни 20та бирликдан олинадиган фойда 10та бирлик савиясига қараганда икки баробар ортиқроқдир.

Фоизнинг ҳақиқий ставкаси (real interest rate) — бу маълум вақт даврида активларни ҳақиқий қийматини депозитив ҳисобларида ва қимматбаҳо қоғозларда ошиб бориши фоиз ставкасидир; ҳозирги даврда кутилган инфляция жадаллиги билан аниқлаштирилган фоизни номинал ставкаси.

Хорижий операциялар баланси (ҳисоби) (current account) — бу баланс ҳисоби бўлиб ташқи иқтисодий операцияларни товар, хизматлар ва жорий трансфертлар билан ташқи сальдони кўрсатади.

Чекланган импорт, инвестиция, истеъмол қобилияти (marginal propensity to import, invect, consume) — бу бир пул бирлигига тўғри келадиган даромадни кўпайиши билан боғлиқ харажатларини импортта, инвестицияга ва истеъмолга ўсишидир.

Экспорт (exports) — бу ташқи бозорларда амалга ошириш ниятида хорижга товар, хизматлар ва капитал чиқариш.

— *товарлар экспорти* — бу ички ишлаб чиқариши товарларни хорижга чиқариш, ҳамда хорижий шерикларга ишлаб чиқариш ва истеъмол тавсифига эга хизматларни ҳақ тўлаш эвазига кўрсатиш.

— *капитал экспорти* — бу ўз давлатни ташқарисига капитални тижорат мақсадларга чиқариш.

Эркин кириш (free entry) — бу янги ишлаб чиқарувчиларни бозорга ҳеч қандай тўсиқсиз кириш вазияти.

Ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) (gross domestik product GDP) — давлат ҳудудида ишлаб чиқариладиган товар ва хизматларни маълум вақт даврида ялпи бозор қиймати.

Ялпи миллий маҳсулот (ЯММ) (gross national product GDP) — маълум вақт даврида миллий иқтисодий ишлаши натижаси (бир ой, уч ойлик, бир йил), у миллий ишлаб чиқариш орқали ўлчаниши мумкин, ЯММни даромадлари ва сўнги истеъмоллари, ишлаб чиқариш орқали ўлчанган бўлса у маълум вақт даврида давлатни резидентлар — сектори томонидан ишлаб чиқилган товар ва хизматларни ялпи бозор қиймати ҳисобланади, ундан ўртача истеъмолини қиймати айирилмоғи даркор. Ялпи даромадлар орқали ўлчанган бўлса — бу омил даромадлар жамғармаси бўлиб ички ишлаб чиқаришдан маош шаклидаги омил даромадлари жамғармаси корхона эгаларига тўланган фоизлар ва даромадлар, ҳамда хоридан келадиган резидентлар секторини даромадини соф омилидир. Сўнги истеъмол орқали ўлчанган ЯММ — бу уй хўжаликлари, корхоналар ва ҳокимият томонидан сотиб олинган товар ва хизматларни, асосий фондларга киритилган капитал маблағларни, ҳамда сотилмай қолган маҳсулотни биргаликдаги бозор қийматидир. ЯММни

ўлчанишини учта усули ҳам аниқланиши бўйича бир хил натижага олиб келади.

— *номинал ЯММ (nominal GNP)* — бу жорий нархларда ифодаланган ЯММдир.

— *ҳақиқий (реал) ЯММ (real GNP)* — бу ўзгармас нархлардаги ЯММдир. У жорий нархларни нархлар ўзгариши кўрсаткичи асосида тузатиш киритиш орқали аниқланади (инфляция савияси).

— *потенциал ЯММ (potential GNP, potential output)* — амалдаги ресурс ва иш кучи ёрдамида эришиш мумкин бўлган ишлаб чиқариш ҳажми.

— *ЯММ савиясидаги мос келмаслик (GNP gap)* — ЯММни потенциал ва реал савиялари оралиғидаги узилиш.

Ялпи миллий маҳсулот дефляторлари — индекси (GNP deflators) — ЯММни кўрсаткичларини бунёд этиш учун ишлатиладиган таққословчи нархлардаги индекслари гуруҳи. Улар таркибига — нархларни агрегат индекси, ноаниқ нарх индекси — дефлятор, баҳолар занжири индекси, истеъмолчилар нархини индекси, ишлаб чиқарувчилар нархи, ҳамда махсус бунёд этилган индекслар киради.

ЯММни ноаниқ нархини дефлятор индекси (GNP imlicit price deflator) — бу жорий нархлардаги ЯММни, таққословчи нархлардаги ЯММи нисбатини, ёки бошқа сўз билан айтганда номинал ЯММни реал ЯММга нисбатини тавсифловчи кўрсаткич.

Якка шахс талаби эгри чизиғи (individual demand curve) — бу эгри чизиқ алоҳида истеъмолчини товарни берилган нархида ҳар қандай шароитда ҳам энг кўп миқдордаги товарга эга бўлишини кўрсатади. Эгри талаб чизиғидаги ҳар бир нуқта истеъмолчи танловини кўрсатади, у маълум нархдаги фойдали буюмни бошқа ўзгармас нарх, даромад дидга қарамасдан самарасини оширади.

Қабариқлик (convex) — координат бошига нисбатан эгри чизиқ, қабариқлик. Бу фараз қилиш натижаси бўлиб чекланган меъёрни алмаштирилиши истеъмол қилинадиган фойдали буюмни сонини кўпайиши ҳисобига амалга ошади.

Қайтмас харажатлар (sunk expenditure) — омил харажатлари, бир марта қилинган бўлиб, қайтарилиб олинмаслиги мумкин. Масалан, агар машина 100 минг сўм турса уни эски машиналар бозорида 80 минг сўмга сотилса, унда иқтисодчи айтиши мумкин яъни ҳар маҳал қиймат орасидаги фарқ, 20 минг сўм қайтмас харажатлар таркибига киради. Қайтмас харажатлар бир вақтдаги харажатлар сонига кирмайди.

Қимматбаҳо қоғозлар (securities) — булар молиявий ҳужжатлар

бўлиб (векселлар, чеклар, акциялар, облигациялар ва ҳоказолар) улар активлар эгасига дивидент кўринишида даромад келтиришига гувоҳлик беради.

Қисман мувозанат таҳлили (partial equilibrium analysis) — алоҳида бир чекланган бозор мисолида мувозанатни ўрганиш.

Қўшилган қиймат (value added) — ишлаб чиқилган товар ва хизматлар қийматлари билан ва ўрталиқдаги истеъмол қиймати оралиғидаги материал харажатлари, амортизация ажратмалари ва қўшма харажатлар билан фарқлидир. У сотилган маҳсулот қиймат билан уни ишлаб чиқарилишига сарфланган харажатлар айирмаси билан аниқланади. Харажатларга ишчи кучининг қиймати қўшилмайди.

Қўшилган харажатлар (imputed costs) — шартли ҳисобланган харажатлар бўлиб, улар омил эгаси уни оптимал тарзда ишлатмаслиги ҳам мумкин. Масалан, хусусий мулк эгасини вақтида ишонтирилган харажатлар, агар у ўз вақтини хизматчиларни қабул қилиш билан эмас, балки бизнесни ҳаракатлантириш учун ишлатса бу улар учун имкониятни бой бериш билан баробардир.

Ўртача харажатлар (average cost) — бу биргаликдаги харажатларини маҳсулот бирлиги сонига нисбатидир, яни чиқариладиган маҳсулот бирлигига тўғри келадиган харажатлар. Яна қисқа муддатли ўрта харажатлар ва узоқ муддатли ўрта харажатларига ҳам қаранг.

Ўзаро манфаатдор савдо (mutually beneficial trade) — ҳар иккала томон (сотувчи ва олувчи) манфаатдор бўладиган савдо.

Ўртача тушум (AR) — (average revenue) — бу биргаликдаги даромадни ишлаб чиқилган маҳсулот бирликлари сонига нисбати: $AR = TR/x$. Агар фирма барча маҳсулотини бир хил нархда сотса, унда бу нарх ўрта тушум ҳисобланади. Агар $TR = p^*x$, унда $p^*x/x = p$.

МУНДАРИЖА

Кириш 3

I б ў л и м. Тадбиркорлик ва кичик бизнеснинг юзага келиши ва ривожланиши

1. Тадбиркорлик ва кичик бизнеснинг моҳияти

1.1. Тадбиркорлик ва кичик бизнес тўғрисида тушунча . . . 7

1.2. Кичик бизнесда тадбиркорлик тараққиётининг сабаб ва омиллари. 9

1.3. Кичик бизнесдаги тадбиркорлик турлари, субъектлари ва шакллари. 11

1.4. Кичик бизнес ва тадбиркорликни тараққиёт топишида Ватанимиз ва хорижий давлатларнинг тажрибалари 12

2. Тадбиркорлик ва кичик бизнеси ривожланишининг ташкилий асослари

2.1. Тадбиркорликнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари 14

2.2. Тадбиркорлик кафолатлари ва унинг қўллаб-қувватланиши давлат идораларининг тадбиркорлар ҳуқуқини бузганликлари учун жавобгарлиги 16

2.3. Мулкий жавобгарлик ва тадбиркорлик фаолиятининг тўхтатилиши 19

2.4. Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини давлат томонидан йўлга солиш ва назорат қилиш чора тадбирлари 20

3. Тадбиркорликнинг ташкилий-ҳуқуқий шакллари

3.1. Хусусий тадбиркорлик 22

3.2. Ўртоқлик, коммандит, тўла ва чала ширкатлар. 23

3.3. Кичик корхоналар. Шерикчилик ва жамоа кичик корхоналари. 27

3.4. Ҳиссадорлик жамияти. Очиқ ва ёпиқ турдаги ҳиссадорлик жамияти. 31

3.5. Фирмалар ва корпорациялар. 33

3.6. Холдинг компанияси. 35

3.7. Оффшор компанияси. 37

3.8. Шўъба корхоналар, шаҳобча (ваколатхона)лар, хорижий корхоналар. 39

3.9. Консалтинг бирлашмалари 41

4. Тадбиркор — бозор иқтисодининг марказий арбобидир

4.1. Тадбиркорлик — ҳаракатчан ва жўшқин фаолият. 43
4.2. Иқтисодий ҳаракатлар усулини излаш ва танлаш эркинлиги. 44
4.3. Тадбиркорлик турли ижтимоий кучлар ўртасидаги муросачиликни ифодалаш шакли. 45
4.4. Тадбиркорликнинг ижтимоий-психологик аҳамияти. . . 46

5. Тадбиркорлик фаолиятининг давлат томонидан ҳимоя қилиниши

5.1. Тижорат сири қонун-қоидалари, баҳоланиш меъзонлари ва маъноси 47
5.2. Тижорат сирини муҳофаза қилиш ва рақобатчилар тўғрисидаги маълумотни қонуний равишда олиш усуллари. . . . 50
5.3. Ихтиро ва рационализаторлик таклифлари муаллифлик ҳуқуқини ҳимоялаш. 53
5.4. Саноат нусхаси ва товар белгиси. 55
5.5. Ноу-хау. 58
5.6. Маҳсулотни сертификация қилиш. 59
5.7. Саноат мулкини ҳимоялаш ҳужжатларини бериш учун тўлов ва бадаллар. 61

6. Таваккалчилик тадбиркорликнинг муқаррар йўналишидир

6.1. Тадбиркорлик муҳити ва хўжалик таваккалчилиги. . . . 62
6.2. Иқтисодий асослар ва таваккалчилик чегаралари. 65
6.3. Таваккалчиликни ўлчаш услублари. 67
6.4. Таваккалчилик элементлари билан боғлиқ қарорларни танлаш ва амалга оширишга таъсир қилувчи омиллар. 68
6.5. Таваккалчилик шароитида фаолият йўналишини танлаш таҳлили. 70
6.6. Кичик бизнесда баъзи бир хўжалик таваккалчилиги турларини суғурталаш. 72

7. Тижорат ҳуқуқи асослари

7.1. Савдо битимларини тузиш. 73
7.2. Савдо битимларини шартномавий расмийлаштиришнинг муқобил усуллари. 75
7.3. Воситачилик битимларининг шартномавий расмийлаштирилиши. 78
7.4. Сотувчи, харидорнинг ҳуқуқлари ва битим тузилишидаги кафолатлар. 81
7.5. Шартномавий мажбуриятларининг айланма ҳужжатлари. 83

8. Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишнинг асосий босқичлари

8.1. Бозорнинг конъюнктураси ва ресурсларининг имкониятини таҳлил қилиш. 85
8.2. Тадбиркорларни давлат рўйхатидан ўтказиш. 87
8.3. Хўжалик юритувчи субъектларга баъзи бир фаолият турларини олиб боришлари учун рухсатнома бериш тартиби. . 89
8.4. Таъсис ҳужжатлари. 90
8.5. Корхонани ташкилий расмийлаштириш. 92

9. Кичик бизнес ва унинг тараққиёт истиқболи

9.1. Республикада кичик бизнеснинг ҳозирги пайтдаги иқтисодий самарадорлиги. 94
9.2. Кичик бизнес стратегияси ва муаммолари. 95
9.3. Кичик бизнеснинг давлат томонидан қўллаб-қувватлаш тизими. 96
9.4. Кичик бизнеснинг иқтисодий самарадорлигини оширишнинг асосий йўллари ва омиллари. 97

II б ў л и м. Менежмент ва кичик бизнес

10. Кичик бизнес ривожланишининг йўналишларини аниқлаш

10.1. Тадбиркорлик ғояларининг шаклланиши ва кичик бизнес йўналишини танлаш. 100
10.2. Тадбиркорлик лойиҳаларни техник-иқтисодий асослаш. 102
10.3. Дастлабки тижоратчилик таклифларини асослаш. . . . 104
10.4. Маслаҳатчиларни жалб этиш ва улар билан ишлаш. . . 105
10.5. Молия таъминоти манбаларини излаш. 106

11. Тадбиркорлик фаолиятида бизнес-режа

11.1. Бизнес-режанинг моҳияти ва аҳамияти. 108
11.2. Кириш ёки қисқача маълумотнома. 110
11.3. Чиқариладиган маҳсулотларнинг сифат кўрсаткичлари ва ўлчов шакллари. 111
11.4. Маҳсулот сотиш бозорини иқтисодий баҳолаш. 113
11.5. Ишлаб чиқариш жараёни. 114
11.6. Маҳсулотнинг рақобатбардошлилигини башорат қилиш. 115
11.7. Маркетинг соҳасининг йўналиши. 117
11.8. Бошқариш режаси. 118
11.9. Юридик режа. 119
11.10. Таваккалчиликни иқтисодий баҳолаш ва уни суғурталаш. 120

11.11. Молиявий режа. 121
11.12. Ташқи иқтисодий фаолият режаси. 123

12. Тадбиркорлик тузилмаларининг ташкилий тузилиши

12.1. Кичик бизнес корхоналари бошқарувининг ташкилий тузилмалари. 124
12.2. Корхона бошқарувининг ташкилий тузилмасида бўлинмаларнинг ўрни ва аҳамияти. 128
12.3. Тадбиркорлик фирмалари ташкилий тузилмаларининг турлари. 130
12.4. Тадбиркорлик тузилмалари аъзоларининг ўзаро муносабатлари. 136

13. Кадрларни танлаш ва ўқитиш

13.1. Кадрлар сиёсати ва кадрлар бўлимининг вазифалари. 138
13.2. Ишловчиларни ёллаш ва танлашни режалаштириш. . . 141
13.3. Ишчи-хизматчиларини ўқитиш. Ўқитишнинг қоида ва усуллари. 144
13.4. Ўқитиш дастурларининг таҳлили. 147
13.5. Кадрларни илмий жиҳатдан тайёрлаш ва касб бўйича ўсишининг ўзаро боғлиқлиги. 148

14. Кадрларни жой-жойига қўйиш ва ишчи кучининг айланмаси

14.1. Ишчиларни иш жойларига жойлаштириш. 148
14.2. Вазифаларнинг мансабга кўра тақсимланиши. 151
14.3. Кадрлар қўнимсизлиги билан боғлиқ харажатларни камайтириш. 154

15. Тадбиркорлар ахлоқий қоидалари

15.1. Бизнеснинг ахлоқ меъёрлари, тадбиркорлик этикаси. . 159
15.2. Тадбиркорнинг шахсий хусусиятларини шакллантириш 163
15.3. Шериклар ўртасидаги ўзаро муносабатлар. 165
15.4. Хизмат юзасидан муносабатлар. 167
15.5. Мижозлар билан муносабатлар. 169

16. Кичик бизнес ҳақида маълумотлар

16.1. Ахборотларни тўплаш ва сақлаш. 171
16.2. Иш юритиш асослари. 173
16.3. Бизнесменнинг ташриф қоғози ва шериклар қидириш. 173
16.4. Махфий ахборотлар. 175
16.5. Ахборотларни ҳимоя қилиш. 176

Ш б ў л и м. Тадбиркорликнинг молиявий жиҳатлари

17. Кичик бизнесни молиялаш ва кредит билан таъминлаш хусусиятлари

17.1. Молиявий ресурслар ва молиявий капиталнинг моҳияти ва тузилиши. 178
17.2. Кичик бизнеснинг молиявий ресурс манбалари. 180
17.3. Капитал инвестицияси ва унинг турлари. 183
17.4. Инвестиция ва даромадларни дисконтлаштириш. 185
17.5. Кичик бизнесни кредит билан таъминлаш шакллари. . 188

18. Кичик бизнесда инвестицияларнинг лойиҳавий таҳлили

18.1. Инвестицион лойиҳалар таҳлилининг ўзига хос жиҳатлари. 191
18.2. Инвестицион лойиҳа циклари. 194
18.3. Инвестицион лойиҳа менежменти. 196
18.4. Инвестицион лойиҳанинг устуворлиги. 201
18.5. «Олга» хўжалиги инвестицион лойиҳасининг тижорат таҳлили. 203

19. Кичик бизнесни юритишда франчайзинг тизими

19.1. Франчайзингнинг моҳияти. 213
19.2. Франчайзингнинг асосий турлари ва қондалари. 214
19.3. Кичик ва катта бизнес корхоналари ўртасидаги шартномавий муносабатларда франчайзинг тизими. 216
19.4. Франчайзда даромадлар ва молиявий муносабатлар. . 217

20. Кичик бизнеснинг ҳаётий циклари

20.1. Кичик бизнеснинг ҳаётий циклининг дескриптив модели. 219
20.2. Кичик бизнес корхоналарининг ҳаётий циклини бошқаришни самарали ташкил этиш усуллари. 221
20.3. Кичик бизнес корхоналарининг молиявий мослашувчанлигини таъминлаш. 222
20.4. Кичик бизнес корхоналари ҳаёт циклининг муҳим босқичларида қимматбаҳо қоғозлар портфели. 226

21. Кичик бизнесда банкротлик

21.1. Банкротлик — рақобат курашининг объектив ҳодисасидир. 228
21.2. Кичик бизнес корхоналари инқирозга учрашининг асосий сабаблари. 230
21.3. Тадбиркорларнинг ўзига хос хато ва камчиликлари. . . 231

21.4. Кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектларни тугатиш ва қайта ташкил этиш шарт-шароитлари. 231
21.5. Ишдан бўшатилаётган ишловчиларнинг ҳуқуқий кафолатлари. 233

IV б ў л и м. Кичик бизнес ва маркетинг

22. Маркетингни фикр юритиш усули

22.1. Маркетинг мақсад ва вазифалари. 235
22.2. Маркетинг фикр юритиш усулини узлуксиз такомиллашуви. 239
22.3. Кичик бизнес маркетингининг вазифалари. 241
22.4. Маркетинг тадқиқотлари, олдиндан билиш ва режалаштириш, бошқариш ва маркетинг назорати. 241
22.5. Тижорат таҳлили асосида бозорни ўрганиш. 249

23. Товар бозорлари ва уларнинг тавсифи

23.1. Товар бозорларининг моҳияти. 255
23.2. Узоқ ва яқин хорижий давлатларнинг асосий товар бозорларининг тавсифи. 256
23.3. Регионал агросаноат бозорлари. 260
23.4. Товар бозорининг таркиби ва уни бошқарувининг ташкилий шакллари. 260
23.5. Бозор сегментацияси ва бозорни қамраб олишда маркетинг вариантлари. 263

24. Харидорлар ва уларнинг хулқлари (ахлоқлари)

24.1. Харидорларнинг ахлоқ моделлари. 265
24.2. Харидорлар тавсифи. 266
24.3. Сотиб олиш қарорини қабул қилиш жараёни. 270

25. Асосий товарлар ва уларнинг тавсифи

25.1. Кенг истеъмол товарларни туркумланиши. 272
25.2. Маҳсулотни белгилаш ва жойлаш. 273
25.3. Товар ассортименти ҳақидаги қарор. 274
25.4. Янги товарларни кетма-кет ишланиши. Асосий этапларнинг моҳияти. 276
25.5. Товарнинг ҳаётий цикли. 278

26. Нарх ва нарх-наво сиёсати

26.1. Нархни бунёд бўлиш табиати ва аҳамияти. Нархлар тури. 279
26.2. Нарх белгилаш жараёни ва унинг вазифалари. 283
26.3. Нарх белгилаш усуллари. 285
26.4. Нархни калькуляция қилиш услуби. 287

26.5. Нархни амалиётдаги калькуляцияси. 289

27. Нарх белгилашни кўп омиллиги

27.1. Ҳар хил турдаги бозорларда нарх белгилаш. 292
27.2. Янги товарга нарх қўйиш. 296
27.3. Товар номенклатураси доирасидаги товарларга нарх белгилаш. 298
27.4. Нархлар ва жуғрофик бозорлар. 302
27.5. Нархларни ташаббусли ўзгариши. 304

28. Алоҳида турдаги товарлар учун талаб ва таклифлар

28.1. Кундалик истеъмол товарларига бўлган талабни олдиндан танлаб олиш ва харидорлар буюртмаси асосида аниқлаш. 305
28.2. Потенциал талаб. 307
28.3. Талаб нархининг эгилувчанлиги. 309
28.4. Таклиф. Таклифни эгилувчанлиги. 311
28.5. Талаб ва таклифни тартибга солишнинг бозор усуллари. 313

29. Воситачилар ва воситачилик операциялари

29.1. Воситачиларнинг бозорда товар ҳаракатини самарадорлигини ошишидаги аҳамияти. 314
29.2. Кичик бизнесда воситачилик ташкилотлари. 316
29.3. Воситачилик фаолиятининг турлари. 323
29.4. Товарларни бозорга бўлган ҳаракатини ташкил қилишида муқобил қарорлар. 324

30. Товар айланмаси ва унинг асосий каналлари

30.1. Сотув каналларининг таркиби, кўлами, вазифаси ва тушунчаси. 326
30.2. Товар ҳаракати тушунчаси, мақсади, захираси ва ташилиши. 327
30.3. Сотувни рағбатлантириш усуллари. 329
30.4. Реклама соҳасидаги қарорлар мазмуни ва босқичлари. 330
30.5. Омма билан алоқа («Паблик рилейшнз»). 333

Фойдаланилган адабиётлар 335

Глоссарий 337

ТРОМБОКАРТ
лайфпак сенбор
Brain-O-fleks

САИДАСРОР САИДАҲМЕДОВИЧ ҒУЛОМОВ

ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕС

«Шарқ» нашриёт-матбаа
акциядорлик компанияси
Бош таҳририяти
Тошкент — 2002

Муҳаррир *Ҳ. Султонова*
Рассом *А. Мусахўжаев*
Бадиий муҳаррир *К. Акчулаков*
Техник муҳаррир *Д. Габдрахманова*
Мусаҳҳих *Н. Мухамедиева*

Теришга берилди 16.10.2001. Босишга рухсат этилди 17.01.2002. Бичими 84x108 1/32. Балтика гарнитураси. Офсет босма. Шартли босма табоғи 19,32. Нашриёт ҳисоб табоғи 20,3. Адади 5.000 дона. Буюртма № 2580. Баҳоси келишилган нархда.

«Шарқ» нашриёт-матбаа акциядорлик компанияси босмахонаси, 700083, Тошкент шаҳар, «Буюк Турон» кўчаси, 41

САИДАСРОР САИДАҲМЕДОВИЧ ҒУЛОМОВ

ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕС

«Шарқ» нашриёт-матбаа
акциядорлик компанияси
Бош таҳририяти
Тошкент — 2002

Муҳаррир *Ҳ. Султонова*
Рассом *А. Мусахўжаев*
Бадиий муҳаррир *К. Акчулаков*
Техник муҳаррир *Д. Ғабдрахманова*
Мусаҳҳиҳ *Н. Мухамедиева*

Теришга берилди 16.10.2001. Босишга рухсат этилди 17.01.2002. Бичими 84x108 1/32. Балтика гарнитураси. Офсет босма. Шартли босма табоғи 19,32. Нашриёт ҳисоб табоғи 20,3. Адади 5.000 дона. Буюртма № 2580. Баҳоси келишилган нархда.

«Шарқ» нашриёт-матбаа акциядорлик компанияси босмахонаси, 700083, Тошкент шаҳар, «Буюк Турон» кўчаси, 41

F—79

FyAOMOB C.C.

TaASHpKopAHK Ba KOTHK 6H3Hec: H^THCOAHCT ii^Ha-AHniHAarH OAHH yK,yB ropTAapn ynyH yK,yB KyAAarota T.: «IIIapK,», 2002.—3686.

CapAaBx,aAa: '9'36eKHCTOH Pecny6AHKacH OAHft Ba t^rra Maxcyc Tai>-AHM Ba3HpAHTH

BBK 65.053*73

1251 C C