ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
КИШЛОҚ ВА СУВ ХЎЖАЛИГИ ВАЗИРЛИГИ

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ АГРАР УНИВЕРСИТЕТИ

С.С.ҒУЛОМОВ

S.S.GULYAMOV

ТАДБИРКОРЛИК ЗА КИЧИК БИЗНЕС

ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS

Иқтисоднёт йўналишидаги Олий ўқув юртлараро илмий-услубий Кенгаш томонидан тавсия этилган

ТОШКЕНТ - 1998

УДК 633.511.
"Тадбиркорлик ва кичик бизнес" С.С.Ғуломов, Б.Д.Семёнов: Тошкент, 1998 й.

Ушбу ўқув қўлланмасида тадбиркорликни ривожлантиришнинг ташкилий, ҳуқуқий асослари атрофлича кўриб чиқилган, тадбиркорлик фаолияти доирасини тадбиркорлик мухитида юзага келган вазиятни ҳисобга олган ҳолда танлаш муаммоси батафсил ёритиб берилган. Кичик бизнес сохасида хўжалик субъектларини ташкилий жиҳатдан тўғри расмийлаштириш, ноаниқлиқ, ҳавф-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 худудий ўзига хос хусусиятлари ҳамда хўжалик фаолиятининг айрим сохалари, мулкчилик ва хўжалик юритиш шаклларини ҳисобга олган ҳолда кўриб чиқилган.

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

Қўлланма тайёрланишида Ҳ.Қ.Мамарасулов, М.И.Тошниёзов, О.Ш.Саримсоқов, И.М.Шарифбоев, Ш.Я.Мақсудова, Т.Ш.Асилбеков, М.Т.Расулова, С.Ғуломов, Н.А.Ҳолмирзаев қатнашдилар.

Тақризчилар: Россия ҚҚФА муҳбир аъзоси, и.ф.д., профессор Абдурахимов А.У.
БДПА профессори, и.ф.д. Ғайнутдинов Э.М.

"Entrepreneurship and small business". S.Gulyamov, B.Semyonov: Tashkent, 1998 y.

The present teaching quid sets the organizational and legal basis of development of entreprenеurship, 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 Kh.Mamarasulov, M.Toshniyazov, O.Sarimsokov, I.Sharifbaev, Sh.Makhsudova, T.Asilbekov, M.Rasulova, C.Gulyamov, N.Kholmirzaev.

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

ТошДАУ, 1998

КИРИШ.

Республикамиз Президенти Ислом Абдуғаниевич Каримов яратган 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 қўлай шарт-шароитлар яратиш ва улар ёрдамида мамлақат 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, мамлақат ялпи миллий маҳсулоти ҳажмини оширишга, инфляция жараёнларини секинлаштиришга иқтисоднётни барқарорлаштириш ва ривожлантиришга имконият яратади.

Бозор иқтисоднёти 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 куч айтиришга 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 урни, шунингдек тижорат сири ва унинг моҳияти, таваккалчилик ва бошқалар тўғрисида маълумотлар берилган.

2-бўлим - Менежмент ва кичик бизнеснинг ташкилий ҳуқуқий ва бошқарув муассаларига 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 ва жойжойига 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 ва давлат идоралари орасидаги хизмат муносабатларига муҳим ўрин ажратилган.

3-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.

4-бўлимда кичик бизнесда маркетинг, унинг мақсад ва вазифалари, маркетингни режалаштириш, бошқариш ва назорат қилиш, товар бозорларининг таркиби 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 чўқурроқ 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 шаҳслар, 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 инвестицион лойиҳаларни ўрганишдаги экспертиза йўл-йўриқларга 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 холда кўриб чиқилган.

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

Барча таклиф ва фикр-мулоҳазалар оҳирги бетда кўрсатилган манзилга юборилишини илтимос қиламиз.

I. БЎЛИМ 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" гуёки 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 эканлар. Тадбиркорлик ва бизнесни иқтисодий фаолиятнинг бир тури деб қараб, бу тушунчалар хусусий шаҳслар, 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 "бизнес" каби тушунчалари, уларнинг иқтисодий фаолият соҳаларини кўрилаётганда маъноداош деб ҳисобланмайди. "Бизнес" тушунчаси "тадбиркор"дан анча кенг 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 ҳарақатлари ўз ичига олади. Бу ҳолатда, бизнес сўзининг синонимлари бўлиб, маълум маънода тижорат, савдо-сотиқ каби тушунчалар ҳисобланади. Умумий кўринишда бизнес - бу кишининг бозор муносабатлари тизимдаги ишчанлик фаоллигидир.

Тадбиркорлик фаолияти бизнесининг бир шакли сифатида намоён бўлади ва унинг турли соҳаларида амалга оширилади "Тадбиркорлик тўғрисида"ги қонунга асосан тадбиркорлик - фуқароларнинг фойда ёки шаҳсий даромад олишга йўналтирилган мустақил, ташаббускор фаолияти бўлиб, у фуқаронинг ўз номидан, ўзининг таваккалчилиги билан, ҳамда, ўзининг ёки юридик шаҳснинг (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 бизнесининг 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 бизнесининг ўзида 500 киши банд бўлган ва савдо-сотиқ ҳажми 20 млн. доллардан ошмаган фирмаларни киритадилар. Аммо, бу кўрсаткичлар, маълум даражада

шартлидир. маҳсус 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 хеч бўлмаганда транспорт ҳаражатларининг иқтисод қилиниши эвазига кам ҳаражатлидирлар. Уларнинг иқтисодий устунлиги маҳаллий шароитларини яхши билганлари сабабли, ишлаб чиқаришни унча кўп бўлмаган капитал ва меҳнат ҳаражатлари билан амалга оширишидадир;
- кичик корхоналардаги меҳнат, одатда, моддий тавсифга эга, ва у, амалиётда канцелярия меҳнатига нисбатан фойдалидир;
- ишловчиларнинг камсонлиги, уларнинг ҳар бири қобилиятининг енгилроқ юзага чиқишига ёрдам беради;
- мослашувчанлик, яъни ишлаб чикилаётган маҳсулот ассортименти ва турини ўзгартириши кичик корхоналарда унчалик катта қийинчиликлар туғдирмайди. Шунинг учун бозор иқтисодига асосланган давлатларда кичик бизнес ўз мавқеини тинимсиз кучайтириб, ва мустахкамлаб бермоқда.

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 ва 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 холати (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, сугурта компаниялари, реклама агентликлари ва бошқалар) тезкорлик билан тараққий топиши.

Ишбилармонларни қўзғатувчи куч даромад олиш мотиёқи 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 ишни ташкил қилишда устувор сабаб бўлиб, инсон ўзининг жамиятдаги иқтисодий, моддий ва ижтимоий холати (мавқеи)ни яхшилаш, ўзининг ва оиласининг ҳаёти фаровонлигини ошириш учун интилиши ҳисобланади. Тадбиркорлик фаолиятига тўртки бўладиган бошқа сабаблар қаторига шаҳснинг 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 келтиручи фаолият тури билан астойдил шуғулланишга имкон борлиги, каби омилларни кўшиш мумкин.

1.3. Кичик бизнеслаги тадбиркорлик турлари, субъектлари ва шакллари.

Кичик бизнесда қуйидаги тадбиркорлик шакллари мавжуд:

- *фаолияти 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 шаҳслар бўлиши мумкин.

Юридик шаҳслар деб ўзига тегишли алоҳида мулкка эга бўлган, ўз номидан мулкий ва номулкий ҳуқуқларни ва мажбуриятларни ололадиган, судда, арбитражда ва хакамлик судида даъвогар ва жавобгар бўлаоладиган ташкилотларга айтилади.

Юридик шаҳснинг қуйидаги белгилари бўлади: ўз низомининг борлиги; юридик шаҳс бўлиб давлат рўйхатидан ўтганлиги тўғрисидаги тегишли хокимлик қарорининг мавжудлиги; ўзига тегишли мол-мулкининг борлиги; банкда алоҳида ҳисоб рақаминнинг бўлиши; ўз белгиси туширилган дўмалоқ муҳри ва бурчак штампининг, зарур холларда, тегишли иш қоғозлари ва фирма белгиларининг борлиги.

Тадбиркорлик фаолиятининг қуйидаги шакллари мавжуд:

- хусусий тадбиркорлик жисмоний ёки юридик шаҳслар (корхона) томонидан амалда ўзининг шаҳсий (хусусий) мулки асосида ташкил қилинади;
- жамоа, тадбиркорлиги - фуқаролар гурухининг жамланма мулки асосида ташкил қилинади;
- аралаш тадбиркорлик - битта (ёки бир неча) юридик шаҳс (корхона) ва бир неча жисмоний

шаҳслар мулкини бирлаштириш асосида ташкил қилинади;

- қўшма тадбиркорлик - икки ёки ундан ортиқ юридик шаҳслар (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 ташкилиштириш 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 шаҳсни ташкил қилмасдан;
- юридик шаҳсни ташкил қилиб;
- ёлланган меҳнатдан фойдаланмасдан;
- ёлланган меҳнатдан фойдаланиб.

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

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

Тадбиркорлик ҳамдўстлик мамлақатлари худудида 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 солсак, 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, нихоятда кенг кўламда тараққий топди.

Масалан, 1925 йилда собиқ СССР саноатида 1888410 та турли майда, шаҳсий хунарманчилик корхоналари фаолият кўрсатган. Бу корхоналар ҳисобига 19% саноат ишлаб чиқариши тўғри келган бўлиб, ундан 32 фоизи - саноат истеъмол молларидир. Умумий товар айланмасининг 25 фоизи ва чакана савдонинг 50% фоизидан ортиғи хусусий савдога тўғри келган. Унда хусусий секторнинг 60% га яқин молиявий ресурслари жамланган эди.

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

Ундан кейинги йилларда тадбиркорлик тараққиёти тўхтаб қолди. ҳамдўстлик мамлақатларида 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 қарор 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 кўнгина мамлақатлар 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 мамлақатларда 60-чи йиллар охири ва 70-чи йиллар боши кичик бизнеснинг гуллаган даврига тўғри келди ва у ҳозирда ҳам ўз ўрнини мустахкамлаб келмоқда. Фирмаларнинг умумий сонида майда ва ўрта корхоналар салмоғи ГФРда 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 етади. Ғарб давлатларида ишбилармонлик ҳарақатчанлик (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 тўғрисидаги" 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:

- мамлақат 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 шаҳсларнинг, мулкини, пул воситаларини ва баъзи бир мулкка бўлган ҳуқуқларини жалб этиш;
• қонуний йўл билан қўлга киритилган мулк билан бегона хўжалик субъектларининг фаолиятида иштироқ этиш;
• республикадаги жорий қонунлар ва тузилган шартномалар асосида ўзининг хўжалик дастурини мустақил шакллаштириш, ўз маҳсулоти учун истеъмолчи ва таъминотчини мустақил танлаш, кўрсатадиган хизматига тариф ва маҳсулотига нарҳларни мустақил белгилаш;
• ишловчиларни амалдаги қонун ва меҳнат шартномаси асосида ишга қабул қилиш ва ишдан бўшатиш;
• ёлланган шаҳслар 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 шаҳсий даромад олиш;
• давлат таъминоти ва ижтимоий сугурта тизимидан фойдаланиш;
• судда, арбитражда ва хакамлик 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 ўзвий боғликдир.

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 манфаатларни ҳимоя қилиш учун касаба уюшмаларига бирлашишлари тўсқинлик қилиш мумкин эмас;
- меҳнат шартномаларида ишловчиларга белгиланган малака даражасини, Республика ҳуқумати томонидан белгиланган минимал иш ҳақидан кам бўлмаган иш ҳақи миқдорини ва бошқа ижтимоий-иқтисодий кафолатларни инобатга олиш;
- давлат ижтимоий-сугурта фондига ёлланиб ишлаётган шаҳслар учун сугурта 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;
- мамлақат қонунларига биноан лицензияланиши (руҳсат олинишн) 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 сугурта қилиш.
- тадбиркорлар билан шартнома тузилгандан сўнг улар фаолиятига шартномада кўрсатилган холатлардан 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, маслаҳат, 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 маҳсус мададсиз 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.

Мамлақатда кичик ва ўрта бизнесни тараққий топтириш учун қонуний асос бўлиб "Тадбиркорлик", "Банк ва банк фаолияти", "Якка хокимликка бардам бериш ва рақобатни ривожлантириш", "Хиссадорлик жамиятлари", "Қимматбаҳо қоғозлар ва фонд биржаси", "Товар биржалари", "Чет эл инвестициялари", "Гаров" тўғрисидаги қонунлар, ҳамда Ер, Хўжалик (нроцессуал), Божхона, Маъмурий ва Солиқ кодекслари хизмат қилади.

Ҳамдўстлик мамлақатлари хуқуматлари томонидан тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш тўғрисидаги Давлат дастурлари маъқўлланган. Бу соҳада давлат бошқарув идораларининг ва ишбилармонларнинг ўзаро муносабатларини мувофиқлаштириш учун зарур чора-тадбирларни, молиявий-кредит, инвестицион, ахборот, кадрлар ва бошқа масалаларида 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 маҳсус 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 обруга эга бўлганлари: илмий-саноат ассоциацияси, тадбиркорлар ва ижарачилар иттифоқлари, товар ишлаб чиқарувчилар ва тадбиркорлар палатаси ва бошқалардир. Мустақил давлатларда шахсий фармонлар асосида сўнгги йилларда МДҲ давлатларида хусусий фирмалар таъсисчилигида турли инвестицион фондлар ташкил этилди.

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

- тадбиркорлик фаолияти билан боғлик дастурларни ишлаб чиқиш ва уни амалга оширишни маблағ билан таъминлаш;

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

- хорижий мамлақатлардаги 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 худудий 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, маслахат хизматини кўрсатиш ва уларга моддий техника воситалари ва бинолар олишда кўмаклашишдир .

Давлат муассасалари ёки бошқа ташкилотлар, шунингдек улардаги амалдор шаҳсларнинг қонунларда кўзда тутилган ва бу идоралар ваколат доирасидан ташқари . холатларда тадбиркорлар фаолиятига аралашишига руҳсат этилмайди. Давлат идоралари томонидан қонунни бузиш эвазига тадбиркорларга етказилган зарар айбдор идоралар ёки амалдор шаҳслар ҳисобига қопланади. Кўрилган зарарни қоплаш билан боғлик бўлган можаролар суд муассаси ёки хўжалик суди орқали уларнинг ваколат доирасида хал 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 шаҳсий мулкини ўртага қўйиш билан амалга оширилади.

Тадбиркор ўз фаолиятини юридик шаҳс ташкил қилмасдан амалга ошираётган бўлса, у холда у ўзига шаҳсан тегишли бўлган мулк билан жавоб беради. Кредиторлар (хақдорлар) шикояти билан тўланадиган мулклар рўйхати фуқаролик процессуал кодекси билан белгиланади.

Мулкий жавобгарлик қуйидаги холатларда 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 ишлатганда;

– товарларни уларни бозорга кам миқдорда чиқариб улар бўйича сунъий камчилик бунёд этиб, сўнгра оширилган нарҳларда сотиб қўшимча даромад олганда;
– аввалдаи бажарилмаслигини билиб шартномалар тузган ва бошқа ножўя ҳаракатлар қилганда.

Юқорида қайд этилган холатлар юз берганда даъвогарнинг талаби билан, суд, тадбиркорни қилган жинояти учун жавоб беришга, ножўя ҳаракатларни тўхтатиш ва ҳақикатни тиклаш, келтирилган зарарни тўлашга мажбур қилади.

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

Ишбилармонлик фаолияти суд орқали қуйидаги холатларда 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 руҳсатномасиз амалга оширилса;
• атроф муҳитни муҳофаза қилиш меъёрлари бузилганда ва қонун ҳужжатларида кўзда тутилган бошқа холларда;
• тадбиркорлик фаолияти шартнома асосида амалга оширилаётган бўлса, у холда шартнома мухлати тугаганда ёки шартномада уни бекор қилиш кўзда тутилган холатлар юз берган ва шартнома муддатидан олдин бекор қилинганда, ёки томонлар розилиги билан унинг амал қилиш муддати тўхтатилганда.

Ўз фаолиятини шаҳсий мулк асосида олиб бораётган тадбиркор оламдан ўтса (қазо қилса) унда унинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари унинг меросхурларига ўтади. Юридик

шаҳс 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 давлатларига солиқлар тизими бойликни 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:

Сиесат	Харақат	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 мамлақатдаги инфляция жараенини 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 тўғрисида", "Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириши рағбатлантириш" тўғрисидаги қонунлар шу йўлда амалга оширилаетган ижобий ишлар натижасидир. Жумладан, "Тадбиркорлик тўғрисидаги" қонунда бу фаолият билан, айрим категориядаги шаҳслардан ташқари барча жисмоний ва юридик шаҳслар шуғулланиши мумкин, дейилган. Давлат идоралари ва бошқарув муассасаларида ишловчилар, шунингдек, прокуратура ва суд махкамалари ходимларининг тадбиркорлик билан шуғулланиши маън этилган. Шунингдек, қонунда корхона раҳбари (ёки иш бошқарувчилари - менежерлар) томонидан амалга ошириладиган тадбиркорлик, у мулкни бошқариш соҳасида мулк эгаси билан бир хил ҳуқуқ ва мажбуриятларга эга бўлган ва тадбиркорлар учун белгиланган жавобгарликни ўз бўйнига олган холдагина 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 шаҳс 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, маслахат соҳасидаги бизнесда, маиший хизматда, фермерчиликда, тиббиётчилик амалиётида ва хунарманчиликда кўпроқ учрайди. У икки хил кўринишда ташкил қилиниши мумкин: а) индивидуал - яъни корхона ташкил қилмасдан ва б) хусусий корхона - яъни юридик шаҳс ташкил қилган холда.

Хусусий тадбиркорликнинг афзалликлари:

• ишни ташкил қилишдаги оддийлик, тўла мустақиллик, ҳарақатдаги эркинлик ва тезкорлик. Тадбиркор бирор қарор қабул қилишида юқори ташкилотларга мурожат қилишининг ёки шериклар розилигини олишнинг 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 тадбиркорлик 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 хукм суриши;

– якка хўжалик мулкининг мулкни бошқа шаҳсга (масадан, бошқа оила аъзоларига) беришда ноқу айлиги ишчам эмаслиги;

– мулк эгасини ўлими, меҳнатига нолойиқ бўлиб қолиши ёки ишдан четланиши холлари юз берганда якка хўжалик мулки таркибини сақлаб қолиш мушкуллиги.

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

3.2. Ўртоқликлар коммандит, тўла ва чала ширкатлар.

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

Ўртоқлик - бу икки ёки ундан ортиқ шаҳснинг мулкини умумий манфаатни кўзловчи мақсадлардаги тадбиркорлик ҳарақатини уюштириш бирлашувидир. У шартнома асосида ташкил қилинади, унинг қатнашчилари аввало ўзининг ва бошқа аъзоларнинг манфаатини кўзлаб ҳарақат қиладилар.

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

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

Учинчи шаҳслар учун ушбу бирлашма умуман йўқ, ёки махфий ҳисобланади. Аммо, чала (оддий) ширкатчиликда иштироқ этувчи шаҳслар, ўз ҳуқуқ ва мажбуриятларини умумий манфаат учун ишлатадилар. Мулк масаласида, учинчи шаҳс 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 киритган улушидан қатъий назар ишни текис олиб бориши, олинган фойдани тақсимлашда иштироқ 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 хиссаси 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 намоен 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 хиссасидан 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 қўшиш мажбурий эмас, Баъзи бир холларда бир шерик бутунлай хеч нарса қўшмаслиги мумкин, чунки унинг бирор соҳадаги тажрибаси ва касби, билими унинг капитали бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Коммандит ширкатчилиги - бу икки ёки ундан ортиқ шаҳснинг 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 шаҳслар ҳақиқий аъзолар, чекланган жавобгарлар омонатчи - аъзо ёки коммандитлар деб аталадилар. Коммандит кредиторлар олдида ўзининг шаҳсий мулки билан эмас, балки, умумий мулкка қўшган хиссаси билан жавобгар бўлади.

Тўла ширкатчиликдаги ҳар бир шерик ширкатчилик фаолиятида шаҳсан қатнашиши керак бўлса,

коммандитлар ширкатчиликка ўз мулкини киритишдан бошқа мажбуриятга эга эмаслар. Улар учинчи шаҳслар билан бўладиган битимларда иштироқ қилмайдилар ва уларнинг номи учинчи шаҳслар учун номаълум бўлиб қолади.

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

Коммандит ширкатчилиги "аралаш хиссадорлик-коммандитлиги" шаклига ўтиши мумкин ва бунинг учун аъзолар ўз хиссаларини қўшишни акция сотиб олиш йўли билан амалга оширишлари зарур. Ширкатчиликнинг бундай аралаш шакли унинг Хиссадорлик 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 чеклашган сондаги шаҳслар (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 ҳаражатларини 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 таъминотида бўйича эксперт, бошқаси - маркетингда, 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 ишбилармончиликни энг ўзгарувчан шакли ҳисобланади. Шериклардан бирининг ундан чиқиши ёки ўлими ширкатчиликнинг бутунлай тарқалиб кетишига сабаб бўлади. Бу каби ноаниқлик ўзоқ муддатли битимлар тузилишини қийинлаштиради;

• *аъзоларни чекланмаган жавобгарлиги.* Агар битимда кўрсатилмаган бўлса, унда, ҳар бир аъзо ширкатчилик қарзлари олдида, ўзининг инвестициядаги хиссасидан қатъий назар, тўла жавобгарликка эга бўлади, яъни бирор аъзонинг хатоси бошқа аъзоларнинг ҳам ҳароб 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 турқумига: 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 бўлсада 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 мухтождир. Ушбу холни 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 турқумига, одатда, қуйидаги янги бунёд этилаётган ва амалдаги корхоналар кирадилар:

- саноатда ва курилишда - 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 (ўртоқли)га бирлашиб ишловчи жисмоний шаҳсларни ҳам кичик бизнес субъектлари қаторига киритган.

Кичик корхоналар қуйидагилар томонидан бунёд этилиши мумкин:

- фуқаролар, уларнинг оила аъзолари ва бошқа биргаликда меҳнат фаолиятини олиб борувчи шаҳслар;
- давлат, ижара жамоалари, қўшма корхоналар, кооперативлар, Хиссадорлик жамиятлари, хўжалик жамоалари, ширкатчилар ва бошқа юридик шаҳс ҳисобланувчи корхона ва ташкилотлар;
- давлат мулкини бошқариш ҳуқуқига эга давлат идоралари;
- белгилланган идоралар, корхоналар, ташкилотлар ва шаҳслар ҳамкорликда;
- амалдаги ишлаб турган корхона, бирлашма таркибидан, ишловчи жамоа ташаббуси билан, битта ёки бир неча таркибий бўлинма ёки таркибий бирликларни корхона мулки эгасининг розилиги ва корхонанинг илгари қабул қилган шартномавий мажбуриятиларининг бажарилишини таъминлаш шарти билан ажратиб олиш натижасида.

Бунда кичик корхонанинг тасъисчиси ушбу корхона ҳисобланади.

Кичик корхона бунёд этилиши учун қуйидагилар зарур:

1. Кичик корхонани асосланадиган мулк шаклини аниқлаш;
2. Тасъисчини 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 тутади. Қўшма корхоналар - бу икки ёки

ундан ортиқ юридик шаҳс, 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 мамлақатимизга 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), Хиссадорлик жамияти, ҳамда қонун томонидан чекланмаган бошқа шаклларда, сони чекланмаган, аммо иккитадан кам бўлмаган шериклар ўртасида тузилган шартнома асосида бунёд этилади. қўшма корхона тасъисчилари ҳар иккала томондан ҳам юридик ёки жисмоний шаҳс бўлиши мумкин.

қўшма корхона хўжалик юритиш субъекти ҳисобланади ва фаолияти даромад олишга йўналтирилган бўлиб, қайси мамлақат худудида ташкил этилган бўлса, ўша мамлақат 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 шакллики, 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 шаҳслар мулкини ихтиёрий тарзида 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 бир 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 хиссаси (улуши) унинг бажарадиган меҳнатига қараб белгиланади.

Жамоа корхоналарнинг камчилиги: *гурухий эгоизм хавфи;* -йиғилган жамғарма миқдорига путур етказиб, истеъмолни оширишга интилиш.

3.4. Хиссадорлик жамияти. Очиқ ва ёпиқ турдаги хиссадорлик жамияти.

Хиссадорлик (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 хиссаси ҳақидаги ҳужжат ҳисобланади.

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

Хиссадорлик 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.

Хиссадорлик 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.

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

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

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

Очиқ Хиссадорлик жамиятини бошқа турдаги жамиятларга айлантириш мумкин эмас. Ёпиқ Хиссадорлик жамияти эса ўз акцияларига очиқ обуна ўтказиш ёки уларни фонд бозорига сотиш учун чиқариш йўли билан очиқ Хиссадорлик жамиятига айлантирилиши мумкин. Бошқа турдаги жамоа корхоналари ва ширкат

хўжалиги ўз акцияларини чиқариш йўли билан иккала турдаги Хиссадорлик жамиятларига ҳам айлантирилиши мумкин.

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

- Жамият ташкил қилиш ва биргаликда фаолият кўрсатиш, ҳамда, битта ёки бир неча шаҳсга 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 ҳаражатлар, жамиятни бунёд этилишида пайдо бўлган жавобгарлик жамият тузиш тўғрисидаги шартномага қўл қўйган шаҳсларга юклатилади.

Давлат мулкини хусусийлаштириш орқали қуйидаги усуллар билан Хиссадорлик жамияти бунёд этилиши мумкин;

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

Хиссадорлик жамиятларини вужудга келтириш жараёнлари "Мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш", "Хиссадорлик жамиятлари", "Корхоналар", "Қимматбаҳо қоғозлар бозори ва фонд биржалари" ва бошқа қонун ва қонун актларига асосан бошқарилади.

Барча жамоа корхоналари учун (масъулияти, чекланган, қўшимча масъулиятли ва Хиссадорлик 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 киритган улушлари миқдорига қараб тақсимланади;
- Жамият аъзолари (акциядорлар) унинг капиталига ўз улушларини киритишлари зарур, аммо ўз меҳнатлари билан унинг фаолиятига иштироқ 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 холда улар хўжалик фаолиятининг асосий мақсади - қолдик 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 эгалланга интиладилар.

Иккинчидан - Фирмалар исталган усул ва воситалар билан ўз ҳаражатларини камайтиришга интиладилар. Масалан, электроника билан шугулланувчи фирмалар бутловчи маҳсулотларни йирик ишлаб чиқарувчилардан сотиб олиб, ўз сарф-харажатларини иложи борича камайтиришга ҳарақат 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 ундай бўлиб, катта фирмалар ўзларини сотиш қувватларини катта гурух истеъмолчилар эҳтиёжларини қондириш ниятида асосан стандарт маҳсулотлар етказиб беришга, яъни харидорлар талабига таъсир қилишга ҳарақат қиладилар.

Тўртинчидан - Деярли барча фирмалар иложи борича бегона капитални камроқ жалб қилишга, ўзларини мустақиллигини сақлаб қолишга ҳарақат қиладилар. Мутахассислар фикрича, кичик фирмалар фаолияти ва тараққиёти мақсадларига маҳсулот ва технология тараққиёти билан бирга уларнинг мустақиллик ва шаҳсий ижтимоий-маданий иқлимга интилиши хосдир.

КОРПОРАЦИЯ - бу умумий касбий ёки табақавий манфаатлари асосида бирлашган шаҳслар жамияти, уюшмаси ёки гурухидир. Хорижий мамлақатлар амалиётида улар қаторига, одатда, Хиссадорлик жамиятлари ҳам қўшилади. Тижорат ва нотижорат корпорациялар бўлиш мумкин. Нотижорат корпорацияларга хокимият, шаҳар, муниципал, сиёсий ташкилотлар, ҳамда, хайрия, диний, маориф ва шунга ўхшаш муассасалар киради. Тижорат корпорациялар,

Хиссадорлик 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 конъюнктурасини ўрганиш ва ҳаракат стратегиясини аниқлаш;
- илмий-техникавий Тараққиёт дастурларини амалга ошириш орқали эришилган фан-техник тараққиёти натижаларини ишлаб чиқаришга тадбик қилиш;
- ресурсларни ва корпорациянинг хўжаликлараро корхоналарида ишлаб чиқарилган нарсаларни марказлаштирилган холда 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 Хиссадорлик жамиятлари фаолиятини назорат қилиш мақсадида бунёд этилган жамиятдир. Холдингга бирлашган корхоналар, одатда, қиз корхоналар деб аталади. Холдинг ёки бош холдинг компанияси ўзининг қиз 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 Хиссадорлик 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.

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

Холдинг компаниялари мустақил фаолият кўрсатувчи алоҳида корхоналар акциялари назорат пакетларини битта шаҳс 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 корхоналарини қайта ташкил қилишда уларнинг таркибий бўлинмаларини мустақил юридик шаҳс (қиз корхоналар) сифатида бунёд этиш йўли билан;

• юридик жиҳатдан мустақил корхоналарнинг акция пакетларини бирлаштиш йўли билан;

• янги Хиссадорлик жамиятлари тасъис этиш йўли билан.

Холдинг компанияларини шакллантириш жараёни мулкни корхонанинг интеграцион таркибини сақлаб қолган холда давлат тасарруфидан чиқаришнинг бир воситаси сифатида қўлланиши мумкин. Давлат холдингида акциялар назорат пакети давлат мулкига, қиз корхоналар акциялари эса бош холдинг компаниясининг мулкига айланади. Давлат ўз акциялари пакети доирасида акциядор корхоналар фаолиятини назорат қилади. Холдингнинг 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 руҳсат 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 ва 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 бутқўл тўламаслик) худудида бунёд этилган корхона бўлиб, у рўйхатга олинган жойда барқарор турмайдиган шаҳсларга 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 худудида олиб бориш шарти билан жорий қилинади. "Оффшор зонаси" деб ном олган бундай худудларга Ғарбий Европада Гибралтар, Ирландия, Генуа, Джерси, Мальта, Олдерна ороллари, ҳамда, баъзи бир қўшимча шартлар билан Люксембург ва Лихтенштейн давлатлари; яқин шарқда - Кипр, Бахрейн, Бирлашган Араб амирликлари ва Ливан, ўзоқ шарқда - Гонгконг, 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, Невис, Коста-Рика, Гренада, Панама, Антигуа, Арубе; Африкада - Либерия, Маврикий ва бошқалар. Турли маълумотларга кўра, дунёда 30-50 атрофида оффшор худуди 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 "офф-шор" 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 резидентэмаслик мақомидир. Бунда назарда тутилаётган нарса корхона бошқарув идораларининг, унинг рўйхатдан ўтган худудига нисбатан, армонда жойлашган жойисдир. Норезидент компанияларнинг резидентлардан фарқи шундаки, улар ўзлари жойлашган худуддан 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 хиссадорлар реестрини юритишдан ҳам озод қилинган. Бу холда, корреспонденцияларни қайта ишлаш ва йиллик молиявий ҳисоботларни тайёрлаш мажбуриятлари махсус фирмалар зиммаларига юклатилади. Компанияни унинг эгаси ер шарининг ҳар қандай нуқтасидан туриб бевосита бошқариши мумкин. Солиқ ва бошқа тўловлардан имтиезлар компаниянинг мулки ва унда ишловчи хорижий ишчиларга нисбатан жорий қилинади, баъзи бир холларда эса иш хақларидан олинадиган солиқлардан ҳам озод қилиниши мумкин. Компаниянинг молиявий фаолиятида валюта бўйича чекланишларнинг бўлмаган 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 ақчадон 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 шуғуллападилар. Улар ичида кўплари бизнинг республикамизга молиявий қуйилмалар, товарлар ва технологиялар кўринишида капитал жалб қилишда ёрдам беришлари мумкин.

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

Шуъба (қиз) корхоналар - бу корхоналар юридик шаҳс томонидан бунёд этилган бўлиб ҳар қандай мулк шаклига эга бўлиши мумкин. Уларнинг бунёд этилиши

учун қуйидаги мажбурий шартларга риоя қилиниши керак:

- бунёд этилаётган қиз корхонага мулкни ёки унинг бир қисмини бериш;
- қиз корхонага бериладиган мулкка, мулк эгасининг ёки унинг ваколатига эга бўлган идоранинг розилигининг бўлиши;
- таъсис корхонаси қиз корхонага бериладиган мулкка эгалик қилмасилиги.

Қиз корхонани бунёд этиш ва уни рўйхатда ўтказиш асосий корхоналар ташкил қилиниши тартибида ўтказилади. Қиз корхоналар таъсисчи корхоналар каби ҳуқуқ ва имтиёзлардан фойдаланадилар ва жавобгарликка эга бўладилар. Таъсисчи ва қиз 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 холда 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 мамлақатда 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 рўйхатдан 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 мамлақат корхоналари каби, аммо махсус тартибда солиқ тўлайдилар.

Хорижий фирмалар ваколахоналари фойда олиш фаолияти билан шуғулланмасликлари ҳам мумкин. Улар фаолияти хорижий фирмалар ердамида 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 хеч қандай даромад олмайдилар. Аммо, ишнинг бундай шакллари кўпгина хорижий фирмалар учун мазкур мамлақат бозорини ўрганишнинг дастлабки босқичида катта фойда беради. У катта инвестициялар талаб қилмайди, мазкур мамлақатдаги иқтисодий аҳволни ўрганишга имкон яратади, инвестиция қилиш нақадар мақсадга мувофиқлигини аниқлашга ёрдам беради.

Чет давлатда тўла молия билан таъминланувчи ваколатхоналар мамлақатимиз корхоналари каби меҳнатга 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 худудда амал қилувчи валюта 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 худудидаги хўжалик фаолияти ҳисобига топилган бўлиши керак. Хорижий инвестицияларга асосланган корхоналарнинг маблағлари, шунингдек, банкларга, сугурта 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 иқтисослашган 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 - сўроқнома фондини яратиш ва ягона реклама стратегиясини (йўналишни) амалга ошириш йўли билан уларнинг аъзолари фаолиятини умум мақсадлар йўлида жамлаш;
- маслахатчилик ташкилотларини тараққий топишига ва хорижий инвестицияларни жалб этишга кўмаклашиш;
- тадбиркорлик ташаббусларини амалга ошириш учун шериклар тайлаш.

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

– барча мулк шаклларидаги корхоналарни рўйхатга олиш учун таъсис ҳужжатларни тайёрлаш бўйича маслахатлар бериш;
– маркетинг бўйича изланишлар ўтказиш;
– хусусийлаштириш, акционерлаштириш дастурларини ишлаб чиқиш;
– ташқи иқтисодий фаолият бўйича маслахат бериш;
– реклама стратегиясини ишлаб чиқиш, реклама материалларини тайёрлаш ва уларни тарқатиш;
– ҳуқуқ, молия, ташкилий, бошқариш масалалари бўйича маслахатлар бериш;
– ақлий (интеллектуал) мулкни ҳимоя қилиш масаласи бўйича маслахатлар 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 маслахатлар бериш;
– инвестицияларни жалб қилиш, имтиёзли кредит олиш, зарурий ресурсларни ва капиталларни сотиб олиш бўйича ва бошқа маслахатлар бериш.

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

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

4. ТАДБИРКОР - БОЗОР ИҚТИСОДИНИНГ МАРКАЗИЙ АРБОБИДИР.

4.1. Тадбиркорлик - ҳаракатчан ва жўшкин фаолият.

Тадбиркорликнинг муҳим хусусиятлари - унинг ҳаракатчанлиги ва жўшкинлигидир. 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 қуйишга қобилиятсизлигини бошқалардан аниқроқ кўра олади. Шаҳсий жавобгарлик, ихтирочилик, ва муомала санъати негизида ташкил бўлган корхоналар бугунги, тинимсиз ўзгариб турувчи, имкониятлардан фойдаланишга кўпроқ

қобилиятлидирлар. Тадбиркор ҳарақатчанлик, жўшкинлилик, 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 ҳарақат 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 ҳарақатлар усулини излаш ва танлаш эркинлиги.

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

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

Иқтисодиётнинг маъмурий-буйруқбозлик тизими корхоналарни ўзоқ 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 хаддан

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 қуйиш учун янги соҳаларни танлаш, илгор тармоқларни ривожлантириш кабиларни амалга оширади. Тадбиркор учун ижодий фаолият хаёлнинг чексиз парвози эмас, у ҳамма вақт аниқ муҳитда қилинадиган қарорлар билан боғлик 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 кўришга 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 тарихнга чўқур кириб кетган оғрикли муаммоларга дуч келади. Аммо, бу муаммоларнинг хеч қайсиси, ядросини эркин тадбиркорлик ташкил қилувчи, муқобил иқтисодий асосини яратиш муаммоси каби долзарб эмас. Унинг атрофида, ҳозирда, ижтимоий хис туйғулар жунбушга келмоқда, ҳар хил нуқтаи назарлар билан бир-бирига қарши турувчи сиёсий кучлар бу масалада ўйин кўрсатмоқдалар.

Тадбиркорликга нисбатан минглаб ватандошларимизнинг маиший онг даражасидаги салбий муносабатларига бир неча ўн йиллар хукмронлик қилган ғоявий, сиёсий, маънавий қоидаларнинг бизнесни ярамас, уятли машғулот даражасига тушириб қуйиши бўлди. Тадбиркорликга бу каби муносабат, шунингдек, бизнеснинг қоронги томонлари: олиб-сотарлик, истеъмолчиларни алдаш, очиқдан-очиқ нохақ битимлар амалга ошириш зўравонлик (рекет) ва хоказолар оқибатидир.

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

Ошқор тадбиркорлик истиқболли ходиса сифатида тавсифланар экан, унинг жамиятдаги ижтимоий аҳамиятини алоҳида таъқидлаб ўтиш зарур. Тадбиркорлик барча жамият тизимларида юксалиб борувчи қониқмаслик хисеининг 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, тадбиркорлик 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 беғараз сабабларга кўра унумсиз ишловчи аъзоларга маблаг ажратиб, уларнинг етарлича кун кечириш даражасини таъминлаш;

– паст дароматли шаҳслар 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 гурухий манфаатиларга 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 фаолмуҳрли йўл-йўриқлар қоидалар ва бошқа хатти-харақатни тартибга солиш қурилмалари билан ўзвий боғликдир. Унда эркин танланган ҳаётий позиция (холат), шахс олдида мустақил ахлоқий танловнинг мавжудлигини назарда тутувчи эркин танлаб олинган ҳаётий позиция (вазият) гавдаланади.

Тадбиркорлик юқоридан белгиланувчи (директив) қатъий рухсат - тақиқлар билан боғлик эмас. Бу ўз шахсини кўрсатишга ҳарақат қилиш билан боғлик ижодий фаолиятдир. У иш манфаати учун ўзини-ўзи тарбиялаш ва чеклашга, бурч хисси ва шахсий ахлоқий жавобгарликга асосланган бўлади.

Ушбу иқтисослик муқитида мавжуд бўлган тадбиркорликнинг ахлоқ меъёрлари "номус", "обру-эътибор", "имидж" (тадбиркорлик субъектининг образи, киёфаси) тушунчалари билан боглик.

Тадбиркор одамнинг яхши номи ўзига яраша капиталдир, у ўзоқ йиллар давомида қилинган машаққатли меҳнат туфайли тўпланади ва ўйлаб қилинмаган ҳарақат эвазига бир зумда йўқотилади. Бу эса ишчан доираларга хос бўлган (соглом) консерватизм (эскиликни ёклаш) бўлиб, унинг асосий белгилари: эҳтиёткорлик, ақл билан иш тутиш ва пухта-аниқлик каби хусусиятларда кўринади.

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

Бурч - эркин танланган мажбуриятдир; у ташқи тўртки ва ички худбинлик хиссиётларига интилиш қарши уларок ахлоқий қонунларга бўйсиниш демакдир. Шунга кўра, тадбиркорнинг бурчи - фақат "вексель бўйича яъни ҳақдорлар олдида тўғрилик", ўзининг шартномавий мажбуриятларига содиқ ҳолиш, бўлмасдан, балки инсоннинг ўз олдида эркин шаҳс сифатида хис 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 тартиб, токи жиноятгача бўлган йўлларни танлаши билан боғликдир. Бу ерда гап, масалан, максимал даромад олиш йўлида мижозлар ва барча жамият манфаатини нимаинг эвазига қурбон қилишлари мумкинлиги ҳақида кетянти. Аммо, цивилизациялашган (маданийлашган) тадбиркорликда қонда эмас, балки камдан-кам учрайдиган холдир. Тадбиркорликнинг ўзоқ муддатли капитали - бу унинг пуллари эмас, балки жамият олдида ўзига нисбатан қозонилган ишончдир. Шунинг учун, тадбиркорлар ахлоқий танлов шароити юзага келганда, аксарият холларда 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 керак. 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 боғлик ва рухсатсиз ошкор қилиниши ва ишлатилиши корхонанинг ёки тадбиркорларнинг манфаатига зарар келтириши мумкин, бўлган маълумотларднр.

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 кўрашида иқтисодий устуворликни таъмин этишидир.

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 хукумат томонидан аниқланади.

У ёки бу ахборотни тижорат сири даражасига кўтаришда иккита холни 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 холни 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 нуқтан-назардан мақсадга мувофиқ бўлмайди. У, кўпроқ, маълум нарҳдаги 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 боғлик. Хўжалик юритувчи субъектларнинг тижорат сири ҳисобланувчи ва сақланиши керак бўлган маълумотлари қуйидаги баҳолаш меъзонларига тўғри келиши керак:

- улардан очиқдан-очиқ фойдаланиш корхонага зиён келтириш билан боғлик;
- улар қонун асосида ҳаммага маълум ёки ҳамма фойдаланиши мумкин бўлган маълумот бўлиб ҳисобланмайди;
- корхоналар иқтисодий ва бошқа самарани кўзда тутган холда уларнинг конфиденциаллигини сақлаш чора тадбирларини амалга оширишни мумкин;
- ушбу маълумотлар ҳимояланишига мухтож, 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 блокга 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 ноу-хау ишлатиш билан боғлиқ режалар; маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажми режаси (маркетинг режаси, савдо операцияларининг тавсифи ва ҳажми, нарх-наво даражаси, омбор заҳиралари); ўз маҳсулотининг рақобатбардошлигини, (таҳлил қилиш) экспорт ва импорт самарасини, бозорга маҳсулот чиқаришнинг 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 хурмат эътибори тавсифини баҳолаш, меҳнатини ташкил қилиш тизими ва бошқалар.

Ҳар бир холатда у ёки бу ахборотни тижорат сири қаторига киритишнинг қанчалик мақсадга мувофиқлигини баҳолаш учун корхонанинг малакали мутаҳассисларидан махсус хайъат тузиш талаб этилади. Баъзи бир холларда, бошқа ташкилотлардан шартнома асосида экспертларни таклиф этишга тўғри келиши мумкин. Бунда хайъатнинг

ҳар бир таклифи бўйича аниқ таҳлил ўтказилади ва техник-иқтисодий жиҳатдан асосланади.

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

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

5.2. Тижорат сирини мухофаза 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 ўзатишда алоқанинг очиқ каналларидан фойдаланиш тартиби;
- асосий иморат ва иншоатларини корхонанинг худудини, айниқса унинг 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, ‘армоқ изларн, кўзнинг қон томир йўллари ва бошқаларга қараб таъсирланади.

Конфиденциал ахборотларни ҳимоя қилиш учун фирма ноқонуний хатти-харақатларнинг 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 махрум қилади).

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

- фирмаларнинг тижорат сири тушунчаси давлат идоралари (солиқ, молия, ўт учирувчилар, санитария инспекцияси, милиция, сантехник хизмати ва бошқалар) ҳуқуқлари билан қандай муносабатда бўлиши;
- адвокат, эксперт ва маслахатчилар қачон ва қандай таклиф қилиниши ва уларнинг қандай шаклларда конфиденциал ахборот беришда иштироқ этиш имкониятлари борлиги;
- хизмат лавозимидаги шахслар, ҳуқуқни ҳимоя қилувчи идоралар ва давлат хизматчиларининг устидан, уларнинг ҳуқуқга қарши бўлган ҳарақатлари ва бунинг эвазига фирмага келтирилган зарарни қоплашнинг тартиб қоидалари ва бошқалар.

Шуни таъқкидлаш 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 мамлақатларда 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 кимматбаҳо бўлган иҳтироларига қилинадиган сарф ҳаражатларни 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 чиқаришни 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 хизмати кўрсатади. Корхона учун тижорат сири ҳисобланган маълумотлар қизиқувчи шахсларга, корхоналарга шартнома (лицензия) асосида, шу жумладан, ташқи иқтисодий битимлар тузилганда тақдим қилинади.

5.3. Иҳтиро 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. Иҳтиро, янги деб, агар у ариза берилган кунгача, унинг ва шунга ўхшаш қарорнинг моҳияти мамлақат ёки хорижда очилмаган бўлса тан олинади.

Янгилик дунё микёсида янги ва абсолют бўлиши керак, яъни иҳтиролар ҳозирда маълум бўлган техникавий даражанинг бир қисми бўлмаслиги керак. Бу барча турдаги очиқ ва яширин маълумотлар билан солиштириш йўли билан аниқланади. Иҳтиронинг иҳтиролик даражаси унинг мавҳум эмаслиги билан белгиланади. Мутаҳассис 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, соғликни сақлаш ва бошқа соҳалар, ҳамда, фаолият турларида тайёрланиши ва ишлатилиши мумкин бўлган иҳтиролар 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 иҳтиро деб тан олинади.

Иҳтиро объекти қуйидагилардан иборат:

- "қурилма";
- "усул";
- "модда";
- "микроорганизм штамми";
- ўсимлик ва хайвонларнинг янги хўжайралари;
- аввалдан маълум қурилма, усул, модда ёки штаммни бутунлай бошқа мақсадларда қўллаш (ишлатилиш).

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, иншоат ва худудлар лойиҳалалари ва планировка схемалари;
- эстетик талабларни қондиришга қаратилган ва маҳсулотларнинг фақат ташқи кўринишига тегишли таклифлар;
- жамият манфаатлари, инсонпарварлик ва ахлоқ принципларига оид ечимлар.

Ошкор қилиниши мамлақат хавфсизлигига зарар етказувчи маълумотларни ўз ичига олган ихтиролар республика Вазирлар Махкамаси 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 мухлатсиз 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 шахс берилиши мумкин. Шартнома патент идорасида рўйхатга олинади. Барча шаклдаги мулкга асосланган корхоналар исталган юқори идора ёки шахснинг махсус руҳсатисиз ўзининг фаолият доирасида

яратилган иҳтиро ва рационализаторлик таклифларидан, уни қаерда ва ким томонидан яратилганлигидан қатъий назар фойдаланиши мумкин.

Маҳсулот яратиш ёки ўзгартириш билан боғлик 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, ёнилги-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 мустахкамлик 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 таклифларига муаллифликлик шаходатнома билан тасдиқланади. Таклифнинг рационализаторлик эканинг тасдиқлаш учун муаллиф корхона номига ўзининг у ерда ишлаш ва ишламаслигидан қатъий назар ёзма ариза топширади. Аризага таклифни еритиб 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 (бўртма 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 холларда тан олинади:

- аҳамиятли белгилар мажмуаси мазкур мамлақат 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 шаҳсий ҳуқуқ ҳисобланади ва давлат томонидан муддатсиз ҳимоя қилинади ва патент билан тасдиқланади. Патент 10 йилга берилади ва яна 5 йилга ўзайтирилиш 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

холда юридик шаҳс (корхона)га берилиши мумкин. Дастлабки аризада бу кўрсатилмаган бўлса, у холда саноат нусхаси Давлат Реестрига киритилгунгача бўлган мудатда қўшимча ариза билан амалга оширилиши мумкин.

Саноат нусхасини қўллаш бўйича мутлоқ 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 ҳакли.

Лицензия шартномасига кўра патент эгаси (лицензиат) саноат нусхасини ишлатиш ҳуқуқини бошқа шаҳсга (лицензиарга) бериши мумкин. Бунда лицензиар лицензиатга шартномага асосан хақ 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 боғлик тўловлар миқдори Республика Вазирлар махкамаси томонидан белгаланади.

Товар белгиси (хизмат кўрсатиш белгиси) - бу шундай белгиларки, улар бир хилдаги товар ва хизматлар ишлаб чиқарувчи юридик ва жисмоний шаҳслар 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 ўйгунлиги 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 қуйилмайди:

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

– давлат герби, байроғи ва нишонлари, давлатнинг расмий номлари, халқаро, хукуматлараро ташкилотларнинг байроқлари, нишон (эмблема)лари, уларнинг қисқартирилган ёки тўла номлари, расмий назорат, кафолат ва 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 қолинаётган элементлари ҳисобланмаса, тегишли муассаса ёки уларнинг эгалари розилиги билан товар белгилари таркибига кўшилиши мумкин.

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

- товар ёки ишлаб чиқарувчи тўғрисида ёлгон ёки истеъмолчини чалғитувчи белгилар;
- маъносига кўра жамият манфаатига, инсон парварлик 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 расмийян розилиги олинмаган бўлса.

Товар белгисини рўйхатдан ўтказиш хорижий давлатларда ва 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 ва 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 ва 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, мутаҳассислик 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 хайвонлар 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 ахборотни баъзи бир элементлари ҳар хил манбаларда бўлиши мумкин. Барча маълумотларни йиғиш умумлаштириш ва қўллаш машаққатли ва ўзоқ вақт ва 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 шаходатнома, рационализаторлик таклифига бериладиган муаллифлик ҳуқуқи каби корхонанинг ёки хусусий шахснинг мулки ҳисобланади. Уни бошқа шахсларга бериш лицензия шартномаси асосида патентдан ва алоҳида қаров ва монтажни талаб қиладиган буюмлардан фойдаланиниш ҳуқуқи билан биргаликда бериш йўли билан амалга оширилади.

Лицензия шартномасида бир неча патентларнинг ўлар билан боғлик 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 холларда юзага келади.

5.6. Маҳсулотни сертификация қилиш.

Сертификация - бу мос келиш сертификати ёки тамгаси ердамида маҳсулот, иш ёки хизмати маълум меъёрларга ёки техник шартга мос келишини аниқлаш мақсадида қилинадиган ҳарақатдир.

Сифат сертификати бозор иқтисодига асосланган илгор 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 шаҳслар ўртасидаги муносабатларни такомиллашувига гувоҳлик беради, маҳсулотнинг истеъмолга тўла тайёрлигига кафолат берилишини таъминлайди. Сертификатлашни ўтказиш маҳсулотни истеъмолчи томонидан қайта текшириб кўрилишини бартараф этади, бу эса истеъмочига маълум иқтисодий самара беради. Ишлаб чиқарувчининг маҳсулотни сертификация қилиши унинг мамлақати 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 холатини текшириш бўйича қарор қабул қилади. Сертификатланган маҳсулот ишлаб чиқарувчига уни ўзига мос келадиган тамга 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 қумитаси унинг сотилишини маън этишга, ҳамда, сотилган маҳсулот қиймати ўлчамида жарима солиш ҳуқуқига эга.

5.7. Саноат мулкини ҳимоялаш ҳужжатларини бериш учун тўлов ва бадаллар.

Иҳтиро ёки саноат нусхасига патент олиш учун аризани расмийлаштириш билан боғлиқ юридик маънодаги ҳаракатлар, ҳамда товар белгиси учун гувохнома, экспертиза ўтказиш, патент олиш ва уни сақлаш учун асосий патент тўлови олинадиган ишлар рўйхати, тўловлар ўлчами, тўлаш муддати Республика Вазирлар Махкамаси томонидан ўрнатилади. Тўловлар ва бадаллар мамлақатнинг патент махкамасига 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 гувохнома бериш, патентни ишониб топширилган шаҳс тўғрисидаги

маълумотларга ўзгартиришлар, қўшимчалар киритиш учун олинади.

Аризачи ёки учинчи шаҳс томонидан тўланган бадал тўловлари қайтарилмайди, аммо, тўлов тўғри амалга оширилган-у, лекин ариза берилган сўнг янги эмас деб топилса, ёки, тўлов ҳаракатлари мутлақо нотўғри бўлган холлар бундан мустаснодир. Бу холларда аризачига (учинчи шаҳсга) 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 таъминловчи 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 холда уларнинг ҳозирги кичик базисни 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 ҳарақатини қатъий тартибга солиниши, экспорт учун махсус рухсатнома лицензия бериш тизимининг мураккаблиги, экспорт учун бож тўловларининг мавжудлиги, хуллас амалда мол-мулкга Давлатнинг якка хокимлиги кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектларнинг таваккалчилигини сезиларли даражада оширади.

Таваккалчилик - юзага келиши мумкин бўлган хавф-хатарга қарамай амалга ошириладиган фаолиятдир. Шунинг учун, таваккалчилик деганда бевосита у билан боғлик бўлган хавф-хатар ҳам тушунилади.

Таваккалчилик тушунчаси мураккаб ва кўп қирралидир ва уни бир сўз билан ифодалаш қийин. Умумий холда хўжалик таваккалчилиги, бу инсон фаолиятидаги ноаниқлик ва зиддият холати 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 холда 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 шугулланган кўпчилик тадқиқодчилар, Д.И.Альгинанинг фикрига

кўшиладилар. Унга кўра таваккалчилик гуёки танлаш мажбурий бўлган шароитда ноаниқликни бартараф этиш билан боғлик 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 бораетган сиёсати билан боғлик. Масалан, давлат хокимияти 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, сугурта, валютавий, банк, трансакцион, тузилмавий, расмий, депозит, нархга боғлик бўлган ноликвид, иқтисодий, таваккалчилик устамаси ва бошқалар);
- инновацион (ижтимоий, илмий-техника тараққиёти натижаларини жорий қилиш билан боғлик бўлган таваккалчилик).

Барча тур ва тур ичидаги гурухларга кирувчи хўжалик таваккалчиликларини ноаниқлик шароитида қарор қабул қилишнинг даражасига, таваккалчилик холатининг даврига, унинг келиб чиқиш манбаига,

таваккалчиликнинг аниқ сабаблари ва унга йўл қуйиш даражасига қараб алоҳида гурухларга 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 холати шароитларида янги усуллар билан аҳамиятли натижаларга эришишга қаратади. Шу билан хўжалик таваккалчилиги консерватизм, догматизм, қолоқлик, рухий тўсиқлар ва бошқа янги, илгор ишбилармонлик фаолиятларини жорий қилишга тусқинлик қилувчи омилларни бартараф қилишга ердам беради. Таваккалчиликни 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 холда 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 холатини 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 холатига кириш нақадар мақсадга

мувофиқ экани тўғрисида қарор қабул қилиш имконини яратади. Мураккаб холатда қолганда у хўжалик фаолиятининг баъзи бир шарт ва омилларини ўзгартириб кутилмаган ходисалар ёки кўриладиган зарар эҳтимолини камайтириши мумкин.

6.2. Иқтисодий асослар ва таваккалчилик чегаралари.

Тадбиркорлик фаолиятида таваккалчилик биринчи навбатда ҳақиқий хўжалик холатининг 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 ҳаражатларга қуйиб қолиш хавфи билан бирга қўшимча даромад қилиш таваккалчилиги ҳам мавжуддир.

Юқори натижалар келтирувчи қарор ва ҳарақатлар 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 ўзлуксизлиги, 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 қулидаги 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 инвестицияларнинг зарурий таркиби юзага келади.

Ортик захиралар тўпланмаслиги, ортиқча хом ашё ва сотилмаган маҳсулот бўлмаслиги керак;

• юзага келиши мумкин бўлган йўқотишни қоплаш ниятида захира сугурта 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 боғлик сарф-харажатлар билан, иш муваффақиятсиз чиққан холда юзага келиши мумкин бўлган зарарларни ҳам ҳисобга олган холда 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 холатда, таваккалчилик вазиятини минимал даражада ҳимоя қилиганда ҳам ишбилармоннинг ҳарақати ўзини ўзи оқлайди, агар иш муваффақиятсиз чиққандаги йўқотишлар даромад миқдоридан кўп бўлмаса, бизнес қўймайди. Бу холатда 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 холати ҳар қандай хийла-найранг билан боғлик бўлган шартнома ва ишбилармонлик иши бизнесмен учун фалоқатли 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 холда таваккалчилик жиддий бўлади.

6.3. Таваккалчиликни ўлчаш услублари.

Ноаниқлик ва Таваккалчиликни баҳолашда тахминий ҳисоблар услубий асос сифатида қабул қилинади. Хўжалик таваккалчилиги тавсифий элементларининг ўзини намоен қилиш шакллари яхши ва емон натижалар келиб чиқиши эҳтимолининг бир хиллиги билан белгиланади. Бу турдаги эҳтимоллик меъёрлашган ораликда нолдан (тўла муваффақиятсизлик) то биргача (100% тўла мувафффақият) 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 ходисанинг юз бериш эҳтимоли ошса, таваккалчилик камаяди, колаверса, ижобий соҳада даромадлар кўпайса ёки салбий соҳада йўқотишлар камайса ҳам таваккалчилик камаяди. Акс холда 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 шаҳсларнинг 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 холатларда юз берган йўқотишлар динамикасини кузатишга имкон яратади ва улар асосида, ёки, зарар кўриш эҳтимоллигининг эгри чизиги чизилади, ёки, таваккалчилик ҳаражатларининг миқдор кўрсаткичи топилади. Эксперт усули эксперт ердамида баҳолаш номи билан машҳур. У мутахассисларни, тажрибали ишбилармонларни жалб қилиш билан боғлик 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 чизигини 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 боглик 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 боғлик 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 кейин, ўзида бор имкониятлар доирасида, фойдали таъсир кўрсатувчи омилларни кучайтириш, зарарлиларини пасайтириш масаласини хал қилиш керак бўлади.

Таваккалчиликда ҳисобга олиниши зарур бўлган ва хавф-хатарни келтириб чиқарадиган муҳим омиллар қуйидагилардир: тадбиркорлик соҳаси; табиий офат; уғирлик; рэкет; бизнес режани шакллантирувчи шаҳсларнинг омилкорлик даражасининг пастлиги, бизнес бўйича шерикларнинг виждонсизлиги ёки мол-мулксизлиги. Шартномада алданиш хавфи ёки қарздорнинг тўлаш қобилияти йўқлиги ходисаси билан дуч келиш, қарзни қайтарилмаслик ва бошқалар ҳақиқатда юз бериши мумкин бўлган ходисалардир. Юқорида келтирилган омиллар муқобил тактикавий қарорларни таваккалчилик элементларини ҳисобга олган холда танлашда сўзсиз ўз таъсирини кўрсатади. Бу таъсир икки хил намоёи бўлади. Биринчидан, хўжалик вазнятининг элементларининг ўзаро таъсирлашуви орқали вазнятининг ривожланиш жараёнида тактик қарорлар қабул қилинади ва амалга оширилади. Иккинчидан, таъсир ишбилармон ва бизнесдаги бошқа иштирокларнинг шаҳсий хусуситларига боғлик элементлар орқали намоен бўлади.

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

Таваккалчилик ҳарақатини танлашда бўлгувчи салбий окибатларни кечиктириш усули маълум роль ўйнаши мумкин. Агар кутилаётган салбий оқибатнинг хавфи қарор қабул қилингандан кейин оқ юз бермаса, балки ўзоқроқ вақт дан сўнг юз берадиган бўлса, унда оқибатнинг хавфи камайиши мумкин, ёки у тадбиркор учун унчалик дахшатли 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 ҳарақатлар усулини танлай билиш қобилияти муҳим роль ўйнайди.

Тадбиркорнинг хавф хатар ва таваккалчилик элементлари билан боғлик ишлар бўйича қарор қабул қилишда, ўз хиссиётини бошқара олиш қобилияти муҳим аҳамият касб этади. Агар, мумкин бўлса, стресс омиллар

таъсири остида (хаяжон, қўрқув ва асаб зўриқиши холатларида) қарор қабул қилишдан сақланиш зарур.

6.5. Таваккалчилик шароитида фаолият йўналишини танлаш таҳлили.

Ноаниқлик омиллари билан тўлик бўлган муҳитда амалга оширилаетган тадбиркорлик фаолияти хавф-хатар рационал (энг мақбул келадиган) даражада бўлган муқобил ечимларни излаш заруратини юзага келтиради. Бу ҳар қандай конкрет холатда энг қўлай муддатларда амалга ошириладиган ҳарақат 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 хал қилувчи кўрсаткични ажратиб олиш, ҳамда кўрсаткичларни охирги натижага таъфсифига кўра солиштириб кўриш йўли билан амалга оширилади. Кетма-кет солиштириб кўриш қарорлар ва ҳарақатларнинг энг яхши дастурларини аниқлашга ердам беради.

Тадбиркорлик фаолиятидаги ютуқлар ва йўқотишларни моддий (материал), меҳнат, молиявий, вақт ва махсус турдаги оқибатлар: кишилар саломатлиги ва хаети, атроф-муҳит, тадбиркор обру-эътибори ва бошқаларга ижобий ва салбий таъсир кўрсатувчи омиллар оқибатларига бўлиш мақсадга мувофиқдир. Бу барча хавф хатар манбаълари ва улар ичида энг муҳимларини тўлароқ аниқлаш имконини беради.

Кўрсатилган ҳар бир ютуқ ёки йўқотишлар турлича ўлчов бирликларига эга бўлгани учун, хавф-хатар ва таваккалчиликга баҳо беришда уларни нарх шаклига келтириш керак бўлади. Уларнинг юзага келиш имконияти ва миқдорларига дастлабки баҳо беришни бир ой, йил, яъни тадбиркорлик ишини амалга оширишнинг

аниқ муддатини ўз ичига олган аниқ муддатларда ўтказиш керак.

Юзага келиш эҳтимоли бўлган ютуқ ва йўқотишларнинг комплекс таҳлилини ўтказишда хавф хатар ва Таваккалчиликни баҳолаш учун таваккалчилик фаолиятининг барча манбаларини ва улар ичида энг кучлиларини аниқлаш муҳим аҳамиятга эга. Кутилаётган натижаларни аниқловчи (асосий) ва ёндош (иккинчи даражали) турларга бўлиш керак. Агар кўрилаётган ютуқ ёки йўқотишлар ичида ёки миқдор, ёки юзага келиш эҳтимоли бўйича бошқаларга қараганда энг катта солиштирма оғирликга эга бўлган битта турдагиси ажралиб чиқса, у холда хавф-хатар даражасини миқдор бўйича баҳолашда ютуқ ёки йўқотишнинг фақат шу турини қабул қилиш мумкин бўлади.

Умуман олганда, фақат тадбиркорлик лойиҳаларини тузишда тўғридан-тўғри ҳисоб-китобга тушмайдиган, бевосита режалаштириб ва башорат қилиб бўлмайдиган тасодифий ютуқ ва йўқотишларнигина ҳисобга олиш керак. Агар, даромад ёки зарарни олдиндан кўриш мумкин бўлса, уларга эҳтимолли эмас, балки режавий кўрсаткичлар сифатида қаралиши керак. Орқали кўзланган мақсадга эришишнинг асосланган эҳтимолини назарда тутади.

Хўжалик фаолиятини аниқ йўналишини танлашда энг қўлай масалалар хал қилувчи кўрсатгичини ажратиб олиш ҳамда кўрсатгичларни охирги натижага кўрсатадиган таъсирини мулохаза қилиш орқали амалга оширилади.

Шундай қилиб, ишбилармон ўзининг хўжалик фаолиятини амалга оширишда тутиладиган нарх-наво ва солиқ тўловларшнинг ўзгаришини ўзининг бизнес-режасида ҳисобга олиш 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 хеч 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 холда муваффақият келтирса, бошқа холатда - банкротликга олиб келиши мумкин. Салбий холатни 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 сугурталаш зарурлигини аниқлаш керак. Кичик даражадаги таваккалчиликда, одатда, зарарни корхонанинг ўзи қоплайди ва бунинг учун, зарур фондлар бунёд этилади. Ўрта ва кичик даражадаги таваккалчиликни эса, сугурталаш мақсадга мувофиқдир.

Сугурталаш чора-тадбирлари хавф-хатар оқибатида юзага келадиган йўқотишни (кутилмаган холатларда мол-мулк, маблағлар ва ишлаб чиқаришни) тўла ёки қисман қоплаш (табиий офат, авариялар, бахтсиз ходисалар, хонавайронликга учраган шартномачиларнинг ўз мажбуриятларини бажармаслиги ва бошқа холатлар юз берганда), ёки йўқотишларни иложи борича кўпроқ сонли юридик ва жисмоний шаҳслар 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 сугурталаш мақсадга мувофиқдир.

Сугурталашда икки томоннинг иштироки мажбурийдир - сугурта фондини бунёд этиш ва уни ишлатиш билан шуғулланувчи махсус ташкилот ва

сугурталанувчи ушбу фондга белгиланган тўловни тўловчи юридик ёки жисмоний шахс. Улар орасидаги муносабат сугурта шартномаси (полис) асосида ташкил топади.

Таваккалчиликни пасайтириш мақсадида қилинадиган сугурталаш ихтиёрий тартибда ўтказилади. Тадбиркорнинг ҳар қандай фаолияти, одатда, сугурталаниш мумкин. Аммо, бу баъзи бир, хавф хатар юқори бўлган холатлардагина амалга оширилади.

7. ТИЖОРАТ ҲУҚУҚИ АСОСЛАРИ.

7.1. Савдо битимларини тузиш.

Хозирги 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, музоқаралар ўтказиш ва шартнома ёки келишув тузиш.

Контрагентни излаш турли усуллар билан амалга оширилади. Масалан, амалиётда реклама, эълон, тижоравий алоқа хатлари, ҳамда харидорлар билан бевосита мулокот олиб бориш, жумладан, тўғридан-тўғри (бевосита) келишув - оферта усуллари қўлланади. Агар келишув қилинган бўлса, у холда, буюртма юборилади. Буюртма тасдиқлангандан кейин харидорга битим шакли ва тижорат битими тузиш учун музоқара 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 бўлади ва бу шартлар келишувдаги шаҳслар учун ўзгармас бўлади.

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

Контрагентни танлаш битим тавсифи ва предмети, бозор ҳажми, бозордаги конъюнктура холати, у жойлашган мамлақат 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 ердамида 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 аше, 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 музоқара олиб борилади.

- ҳат орқали музоқара. Унда битим буюртма, саволжавоблар асосида амалга оширилади. Бу - битим тузишнинг тезкор усули ҳисобланади.
- савдо битимларини оммавий ва стандартлашган товар учун телефон орқали битим тузиш мумкин.
- бевосита музоқаралар орқали.

Эркин оферта, агар, харидорни хеч қайси банд қонқтирмаса ёки битим тузишнинг тўла режаси бўлмаса, унда, бевосита музоқаралар олиб борилади. Бу - савдо битимини тайёрлашдаги энг мураккаб босқич ҳисобланади. У товарни 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 мухлатлари 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, кўшилиш 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 қилган ҳар қандай шаҳс учун тижорат ташкилоти амалга оширадиган фаолият турлари бўйича (чакана савдо, умумий транспорт воситаси билан ташиб бериш, алоқа хизмати, энергия таъминоти, тиббиёт, мехмонхона хизмати ва бошқалар) йўлга қуйилиши мумкин.

Тижорат ташкилоти ошкора шартнома тузиш муносабатларида бир шаҳсга 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.

Кўшилиш 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 боғлик бўлса, колаверса, қўшилган томон қандай шароитларда шартнома тузилганини олдиндан билган, ёки, билиш керак бўлса, унинг шартномани бузиш тўғрисидаги талаби қондирилмайди.

Олди-сотди битимини тузиш тўғрисидаги музоқараларни 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 учун белгиланган шаклда, ёки, асосий шартнома мазмунини акс эттирадиган бошқа шаклда тузилади. Агар, 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 физиқ шаҳслар ўртасида тузилади.

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

- офертанинг мавжудлиги (бир ёки бир неча аниқ шаҳсга йўлланган шартнома тузиш тўғрисидаги таклиф);
- офертанинг қабул қилинганлиги (акцепт);
- келажакдаги битим предмети кўриб чиқилган бўлиши;
- битимда иштироқ 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) ихтиерий равишда амалга оширилмоғи керак. ҳар қандай шаклдаги 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.

Ишбилармонининг 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 мухлатларни аниқлаштириш;
- пул тўлаш шарт-шароитларини белгилаш;
- товарларни упаковка қилиш, маркалаш тавсифи;
- сотувчилар кафолатларини белгилаш;
- жарима ўлчамлар ва зарарларни ундириш тартибини белгилаш;
- сугурталаш масаласини хал қилиш;
- хал қилиниши мураккаб бўлган муаммовий холатларни тавсифлаш;
- вужудга келиши мумкин бўлган бахсларни 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 холларда техник талаблар ёки маҳсулотнинг таркибий рўйхати акс эттирилади.

Шартнома ва келишувларда энг муҳими нархни аниқлаштириш. Нарх мувақкат даврга шартномадаги исталган қатнашчининг давлат валютаси бирлигида белгиланади. Агар контракт ёки келишув билан ўзоқ 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 томон (ишонувчи)нинг номидан учинчи томон билан хўжалик муносабатларига киришади. Томонлар жисмоний ёки юридик шаҳс 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 хиенат қилишларига йўл кўймайди.

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

Шартноманинг кириш қисмида, яна, 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 худуд, 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.

Контрактни таъсир худуди, томонлар ўртасида тушунмовчиликлар юзага келишини бартараф этиш учун, аниқ белгиланган бўлиши керак. Масалан, "ишонган"

шаҳсга аниқ бир шаҳарда ёки районда ҳар томонлама ҳарақат ҳуқуқи берилган бўлса, "ишонтирувчи" "ишонган" шаҳс манфаатини кўзлаб ушбу худудда бошқа юридик ёки жисмоний шаҳс билан шартнома тузмаслик мажбуриятини олиши мумкин.

Товарнинг сон ва сифат ўлчамларини акс эттириш учун ҳар-хил кўрсаткичлар ишлатилиши мумкин. Сон-оғирлик бирлиги, ҳажм, ўзунлик, 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 холда 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 товарни аниқ сонини билиш қийин бўлади, шунинг учун бир қатор холларда сонни аниқлашда қўшимча "Тахминан" ёки " Опцион" деган сўз ишлатилади.

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

Шартномада товарни етказиб бериш мухлати қуйидагича ифодаланиши мумкин: белгиланган етказиб бериш мухлати 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 қуйиш зарур деб бўлади. Нархни 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 ҳарақатлари белгилаб берилади. Бу эса ишонган шаҳс учун ўз ваколатини

амалга оширишда унга қуйилган талаб ҳисобланади. Ишонтирувчининг "Шартномада белгиланган кўрсатмалардан оғиши "ишонган шаҳс" белгилаб берган мажбуриятни бузиш ҳисобланади ва юридик оқибатларга олиб келади.

"Ишонтирувчиган (ёки ишонилган) шаҳс" "ишонувчи" кўрсатмаларидан фақат унинг манфаати учун зарур бўлгандагина оғиши мумкин.

Комиссия шартномаси бўлича томонларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари ҳам қонунчилик билан тартибга солинади. Шунинг билан бирга комиссионер битимларни учинчи шаҳслар 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 бўлгандагк 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 холда бу фойда комитент билан тенг тақсим қилинади. Агар товар тури бўйича Упаковка қилиш зарур бўлса контрактга 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", "Бахсларни хал 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 холатлари 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 берилганли тўғрисидаги ҳужжатни олган, аммо битим бўйича ҳақ тўламагани учун.

Агар мулк (товар) мнқдори 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 паймол қилингани ҳақида мурожат этиш; истеъмолчилар жамоат бирлашмалари тузиш.

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

Давлат Вазирлар махкамаси 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 мухлати меъёрий-техник ҳужжатлар билан ёки ёзма шаклдаги шартнома билан аниқланади, шунингдек қонунчилик томонидан белгиланади.

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

Яроклилик мухлати 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 мухлати ўтган озиқ-овқат маҳсулотларини сотиш қатъий маън этилади. Баъзи бир туриб қолган маҳсулотларни махсус ваколатли идораларни руҳсати 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 ғарбий 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 таркалгани чеклардир.

Чек - бу банкга маълум миқдордаги пулни ёки чекни имзолаган шахсни ҳисобидан бошқа ҳисобга ўтказишга ёзма буйруқ берувчи махсус ҳужжат ҳисобланади. Бошқа холларда 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 - *бахслашувсиз ва қатъийдир.* Вексель тўловини бошқа шартларга боғлаб қуйиши мумкин эмас.

Оддий ва ўтказиш (тратта) вексельлари бўлиши мумкин. *Оддий вексель* - бу хеч нарса билан боғлик бўлмаган вексель берувчининг мажбурияти бўлиб, муддати келганда вексель эгасига маълум миқдордаги пулни тўлашидир.

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

Домицилированли вексель - бу огохлантиришга эга вексель бўлиб, учинчи шахс томонидан тўланадиган тўловни тўловчининг турар жойида ёки бошқа жойда тўлашини кўрсатади, бу огохлантириш 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 вексельдир. Вексель акцепти ўтказувчи вексель билан боғликдир, 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.

Вексель 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 таркалган 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 ёзувларини ўтказиш учун векселга бириктириладиган қўшимча варақ. Шу билан бирга аллонжда *аваль* ҳосил қилиш мумкин, яъни вексел кафиллиги, банк кафолати. Аваль векселнинг тўлик 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 топшириги - ҳисоб-китоб ҳужжати. Тўловчи муассаса хизмат кўрсатувчи муассаса банкга 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 ФАОЛИЯТИНИНГ ТАШКИЛ ЭТИЛИШИНИНГ АСОСИЙ БОСҚИЧЛАРИ.

8.1. Бозорнинг конъюктураси ва ресурсларини имкониятини таҳлил қилиш.

Ҳар бир ишни бошлашдан олдин тадбиркор ишлаётган иқтисодий шароитни, маълум бир маҳсулотга бўлган эҳтиёжни, ёки қўлайроқ 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.

Холат таҳлили ҳозирги вақтдаги ишнинг аҳволи ва бизнес ривожланишнинг 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 оширнш йўли билан

қилинади. Бунда бозор конъюнктурасини ўрганишга алоҳида эътибор берилади. Янги маҳсулотга эҳтиёжини тажриба учун маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш билан белгилаш лозим. Бу эса ўз навбатида нафақат бозор келажагини белгилайди, балки хўжалик фаолиятининг андозасини яхшилаш, меҳнат ҳаражатларининг аниқроқ ҳисоблаш ва маҳсулот ишлаб чиқаришда кетган материаллар ҳаражатини ҳисоблаш ва энг муҳими ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг сотиб олинишига ишоч ҳосил қилинишига ёрдам беради. Тадбиркорликнинг ташқи муҳит билан алоқасини ўзгаришларга бойлигини таъкидлаб ўтиш лозим. Шунинг учун тадбиркорлик фаолиятидаги имкониятларининг ўзаро алоқаси муваффақиятли ва муваффақиятсиз шартномалар, ишлаётганлар сони, янги маҳсулот ишлаб чиқариш ва инвестицияларга боғлик холда ўзгаради. Тадбиркорлик тизимига таъсир натижасида ташқи муҳит ҳам ўзгаради. Масалан, бир қатор фирмалар фаолиятини тўхтатиш ҳақидаги қарор шу туман худудидаги ишсизликни кўпайтиради, маҳсулот ва хизматга бўлган талабни пасайишига олиб келади. Нақд пул келишидаги вақтинчалик муаммоларни хал қилиш учун қарз мажбурияти битимини тўхтатиш молиявий шубха 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 хал қилувчи, жамоада ижодий микроқлимни вужудга келтирувчи тадбиркорлар муваффақият қозонадилар.

8.2. Тадбиркорларнинг 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 суистеъмол қилишдан давлат ҳимояси масаласи қуйилган 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, сугурта 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 тўловнинг тўлаганлиги ҳақидаги ҳужжат бериши керак. Аризада 5 йил муддатга тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиши сурилади ва фаолият турлари кўрсатилади. Шунигдек, аризага ўзи ҳақида маълумот ва тадбиркорлик фаолиятини ошириш йўл йўриқлари езилган ахборот қўшилади.

Ариза билан биргаликда бошқа ҳужжатлар, дипломлар, гувоҳномалар хайдовчилик гувоҳномаси, лицензиялар ва агарда тадбиркорлик одамлар соглигига 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 бошқарув органларига, давлат солиқ инспекциясини

туман бўлинмасига, молия Вазирлигига, статистика органига, давлат рўйхатдан ўтказиш бўлинмасига ва республика кўрсатгичлар бўлинмасига берилади. Тадбиркорга рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги гувоҳнома берилади. Унда юридик шаҳс бўлмаган тадбиркор фаолияти турлари саналиб 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 шаҳсни давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби анча мураккаброқ. Рўйхатдан ўтказишга ариза ва бож тўланганлиги ҳақидаги ҳужжатлардан ташқари қуйидаги ҳужжатларни тақдим этиш лозим:

1. Нотариусда тасдиқланган юридик шаҳс тузувчи таъсис ҳужжатлари (низом ва бир неча шаҳс томонидан корхона тузиш ҳақидаги договор (шартнома) нусхаси;
2. Юридик манзилни (таъсис этувчиларни бирининг турар жойи манзилгоҳи ёки иморат берувчи бирон бир ташкилот манзилгоҳи бўйича рўйхатдан ўтказиш мумкин) таъсдикловчи ҳужжат.
3. Агарда таъсисчи ишламаса меҳнат дафтарчасидан кучирма 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 Махкамаси белгилайди. Рухсатнома 5 йил муддатга берилади ва корхона ёки тадбиркор хоҳишига қараб муддати ўзайтирилиши мумкин. Муддати ўзайтирилган рухсатнома берилаётган вақтда фаолият турларига қараб, энг паст ойлик иш ҳақининг чорагини ташкил этувчи бошлангич 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 ўз вазифаси назорат қилиш 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 кетган ҳаражатлари аризачи тўлайди.

Рухсатнома икки нусхада бўлиб, ҳужжат беришга жавобгар шаҳс томонидан қўл қўйилиб, бераётган органнинг муҳри босилиб, бир нусхаси аризачига берилади. Рухсатномага рухсатнома бераётган муассаса номи; юридик шаҳс номи ва манзили ёки фаолиятни амалга ошираётган шаҳснинг 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 шаҳс рухсат этилган фаолиятни амалга оширишда рухсатномада белгиланган қонун қоидаларни, амалдаги қонунни бузса ёки аҳоли ҳаётига хавф-хатар келтирувчи бирон бир ходиса ёки таҳлика туғдирса, у холда рухсатнома берган муассаса маълум бир муддатга корхона фаолиятини камчиликларини бартараф килгунича 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 шаҳсга қайтадан рухсатнома берилади, бунинг учун хақ 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 корхонани низоми ва агарда корхона бир неча шаҳслар иштирокида тузилган бўлса корхона тузилиши ҳақидаги шартнома асосий таъсис ҳужжати бўлиб хизмат қилади.

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

Низомда нимага асосланиб корхона тузилмоқда эканлиги, унинг қисқа ёки тўлик 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 ҳак-ҳуқуқлари, дивидентлар 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 мўмкин. Бу сайловда сайланган расмий ва мансабдор шаҳслар 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 шаҳс ҳақ-ҳуқуқларини эгаллаш шароитлари;
- низом маблағи ва эгалик ҳуқуқи; манфаатлар низоларининг 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 хокимият қароридан кўчирма, ҳокимият тасдиқлаган икки нусхадаги муҳр ва керакли штамп чизмалари тақдим этилгандан сўнг амалга оширриши 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 тўлдирилиши мумкин.

Харидор ва шериклар билан кредит ҳисоб-китоб муносабатлари ташкил этиш учун банк муассасасида ҳисоб рақами очиши мақсадга мувофиқ. Банкга 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-китоб 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 коғози орқали бошқа шахсга бериши мумкин.

Борди-ю тадбиркор вафот этса, тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш бўйича мажбуриятлар унинг меросхўрига ўтади. Бунда унинг номига очилган ҳисоб рақамини бошқатдан расмийлаштиришга тўғри келади. Меросхур 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 гувохнома топшириши керак.

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

Барча тадбиркорлик тизими яшаш жойидаги аҳолини 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 бизнесни 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 ортигини 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 фоизнгача савдо-сотиқ ва турли хил воситачилик фаолияти билан шуғулланар экан.

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

Яшаш истаги шаҳсий 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 чегараланган, бунда давлат корхона раҳбарлари ва давлат

бошқарувидаги юқори органлар даромадни тақсимлашни назорат қилишни ўз қўлларига олганлар.

Хозирги 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 микёсидаги нархларнинг фарқидан фойдаланиш даромад манбаи бўлиб қолди. Бунда савдодан тушган пулнинг бир қисми Республикага расмий равишда қайтариб берилади, бошқа қисми эса чет мамлақатларда 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 хокимият тизими ва миллий банкнинг, иккинчи томонидан тижорат банклари ва бошқа тадбиркорлик тизими орасидаги ғайри-табиий муносабатларнинг дастлабки сабаблари яширинган.

9.2. Кичик бизнес стратегияси ва муаммолари.

Асримизнинг иккинчи ярмида кичик бизнес кўп мамлақатларда тадбиркорликнинг динамик қисми бўлиб қолди. Хукумат кичик ва ўрта бизнесни миллий иқтисоднинг ўсиши учун озиқлантирувчи тармоқ сифатида кўради. Тадбиркорликнинг бу шаклидаги қадр-қимматини 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 имкониятнинг борлиги; бизнес операциясига кетадиган

ҳаражатнинг камлиги; ўзоқ муддатли фойдалар; тезкор модлий фойдага бўлган имкониятлар.

Турли мамлақатларда 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, бўлар асбобсозлик, радиоэлектроника, қишлоқ хўжалигида эса жугрофик муҳит фермер хўжалигининг ривожланишига ёрдам беради.

Республикада кичик бизнеснинг қайси шакли самарали эканлигини хўжалик фаолияти йўналишлари ва ишчилар сони бўйича қайси корхона чидамлийлигини 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 сифатида 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 шерикларини 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 мамлақатларида 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 мамлақатлари 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 мамлақатлари билан аста секин интеграция бўлиши учун объектив асослар туғилади.

Кичик бизнес шаклларини ташкил этишда ишлаб чиқаришни замонавийлаштириш, экспорт имкониятларини кенгайтириш учун валютага сарф қилинган ҳаражатларни 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 вазиятга 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 ўзоқ хорижий мамлақатлар 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 ислохотларни амалга ошириш бошлангандан бири қисқа вақт ўтганлигида бўлса, асосийси - мутаносиб кучларнинг ислоҳотларга қаршилиги, керакли бозор инфраструктура тузилишининг йўқлиги, бошқарув ҳуқуқлари ва унинг нормаларини амалага ошириш механизмининг такомилляшмаганлигидир.

Республиканинг иқтисодий ишлаб чиқариш имкониятларидан (собиқ СССР даврида республикада 1990 йилда худуднинг 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) тўлик фойдаланилмаяпти. МДҲ ва жаҳон бозорлари аҳволини ҳисобга олган холда, мавжуд маҳаллий манбаалар, 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 хусусийлаштирнш 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, банкларарo 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 микёсда 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. БЎЛИМ. 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 холларда қилиш мумкин, қачонки ишлаб чиқарилаётган маҳсулот (хизмат) истеъмолчини қизиқтираолса. 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 этиш 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 шакллaниб 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. Ўзок муддатга мўлжалланган режалаштиришга (3 йилгача) қўйиладиган муҳим талаб - бу тадбиркорлик ғояларининг яшовчанлигини таминловчи режани ташкил этувчи элементларни кўриб чиқиш. Уларга қўйидагилар 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 тизимини стратегияси маълум миқдорда бизнесни ташкил қилишда аввалом бор дифференциацияга, сўнг интеграцияга асосланиши лозим.
4. Маҳсулот. Ушбу элементни ишлаб чиқиш стратегияси сотувга тайёрланган товарлар ёки харидор эҳтиёжларини келиб чиқадиган хизматлар таҳлилини талаб қилади.
5. Бозорлар. Бу элемент стратегиясини ишлаб чиқиш жараёнида корхона тадбиркорлари ва менежерларининг сайи-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. Манбаалар. Бу тушунчага жорий ҳаражат ва инвестиция киради. Охиригисидан 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 индиқатори 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 фаолиятининнинг умумий режасини ишлаб чиқиш, ҳаражат тизимини, маҳсулот навларини ёки кўрсатилаётган хизмат рўйхатини аниқлаш керак.

10.2. Тадбиркорлик лойиҳаларни техник-иқтисодий асослаш.

Тадбиркор, хўжалик фаолиятини бошқараётиб, ўз режасини амалга оширишининг 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-харақатларга 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 ҳаражат ҳисобланади. Бунга тадбиркорларни ёки корхонани рўйхатдан ўтказишга, ишлаб чиқариш базасини тузишга, маҳсулотни ишлаб чиқаришга (хизмат кўрсатиш) ва уни сотишга кетадиган ҳаражатларга йўналтирилган пул воситалари киради.

Кичик бизнеснинг тадбиркорлик тизимларини рўйхатдан ўтказиш ҳаражатлари таъсис ҳужжатлар комплексини тайёрлаш, юридик ёки жисмоний шаҳс ҳуқуқларига эга бўлиш, рўйхатдан ўтиш, давлат божини тўлаш, ҳисоб рақамини очиш, муҳр ва штамп, бланклар тайёрлаш, низом капиталини вужудга келтириш билан боғлик.

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 ҳаражатлар.

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

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

3. Чиқарилаётган маҳсулот учун режалаштирилган нархлар белгиланади. Уларнинг даражаси талаб ва

таклифларни инобатга олиниб белгиланади. Лекин нарх хўжалик ҳаражатларини 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 мақсадга мувофиқ бўлмайди, бунда тадбиркорлик ғоясининг 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 босқичда 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 далилар асосида эмас, балки олдинги тажриба, аналог, эксперт ва мутахассисларнинг мулохазаларидан келиб чиқиб белгиланади. Бу аниқлик даражасини пасайтиради, бироқ тахминий битимлар ҳақида музоқараларда етарли даражада мўлжалга имкон беради.

Уларнинг умумий ҳажмидан афзал тахминлар қўйидаги тахминий тартибда танланади:

- маҳсулотларнинг ва хизмат турларининг айрим тўпининг (партия) сифатли ўлчамлари баҳоланади;
- маҳсулот етказиб бериш вақти ва воситалар аниқланади;
- битимни амалга ошириш даврига ҳаражат ва баҳолар олдиндан айтилади;
- маҳсулот етказиб бериш ёки кўрсатилган хизматлардан олинадиган тушум ёки тадбиркорлик даромади ҳисобланади;
- имкониятли даромад ҳажми аниқланади. У холда 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 муддати билиниш 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. Маслахатчиларни жалб этиш ва улар билан ишлаш.

Бозор иқтисодиёти ривожланган мамлақатларда 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 конструкторлик бюролари, илмий тажриба хоналари, маркетинг бўлинмаларини ташкил эта олишса ва керакли тадқиқотларни ўтказса, кичик бизнеснинг тадбиркорлик тизимлари кўп ҳолларда воситачилар хизматидан фойдаланадилар.

Айниқса, унчалик катта бўлмаган корхона тадбиркори, менежери маслахатчилар хизматидан фойдаланиши жуда муҳимдир. Хаттоки маслахатчиларнинг маслахати, тавсиялари, таклифлари маъқул бўлмаса ҳам, улар билан суҳбатлашиш ижобий самара беради. Маслахатчилар 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 ёндошиш, 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 қурқиш керак эмас. Бу маслахатчилар ғояларини тўғри баҳолайди ва улар кўзида бизнесменнинг обрўсини кўтаради.

Хавф-хатарни камайтириш учун тадбиркорлик фаолиятида ва айниқса, хўжалик хатари катта бўлган жойда ўз ишининг мутахассиси бўлган маслахатчиларни ташқаридан таклиф қилиш фойдали. Чет эл мутаҳассисларининг фикрича, маслахатчилар биронта бўлган воқеани тушунтираётган вақтда уларга ишонч

билан қараш лозим, аммо уларнинг тадбиркорлик фаолиятини олдиндан айтиб беришларига тўлиқ ишониш керак эмас.

Хар бир натижага таъсир этиши мумкин бўлган тез ўзгарувчан холдаги воқеаларни олдиндан айтиш вақтида экспертлар ҳам кучсиздирлар. У холда фақат ўзингизга, ўз зийраклигингизга ишонишингиз лозим, чунки ажаб эмас сизнинг қарорингиз маслахатчиларингизникидан ёмон бўлмаслиги мумкин, мадомийки улар ҳам бўлажак воқеаларнинг аниқлигида ўзлари ҳам адашишлари мумкин.

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

10.5. Молия таъминотя манбаларини излаш.

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

Ўз фаолиятини бошлаётганда энг қўлай пул топиш йўллари шулардан иборат; ёлланган ишчиларнинг иш ҳақи, савдо-восита хизматидан тушгаи пул жамгармаси, ёки товар олиб-сотиш, ўзоқ яқин хориж мамлақатларига бориб халқ истеъмолларини олди-сотди қилиб фойда кўриш, хизматнинг барча турлари, қимматбаҳо қоғозлардан тушган даромад ва тушумлар (акциянинг дивиденти, облигацияниг фоизи ва бошқалар) меъросдан пул ва мулк олиш, банкдаги омонатдан фойда кўриш,

ижарага берилган кўчмас мулкдан фойда олиш, хайр-саховат ва хомийликдан тушган маблағ.

Корхона ушбу модель бўйича тадбиркорлик лойиҳаларини заҳира, 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 воситаларнинг қуйидаги йўллар билан қидирилади: мақсадни тарифлаш - муқобил йўл билан капитал маблагларни ўзлаштириш учун ташқи муҳитни ўрганиш; тадбиркорлик лойиҳасини амалга ошириш - ўзининг пул маблағи заҳирасини 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 фондлари, чет эл инвестицияси.

Кичик бизнес инвестицияси маблағларни нафақат ўзининг савдо-сотиқ манбааларидан, шунингдек катта корхоналарнинг манбааларидан 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 ўзоқ 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 йўк.

Қимматбаҳо қоғозлар бозори ҳали суст фаолият кўрсатмоқда. Акцияларнинг тажрибадаги нолойиқлиги (неликвидлик) тадбиркорлар учун маблаг манбааси бўла олмаяпти. қимматбаҳо қоғозлар бозори ривожланмаганлиги сармоядорларни керакли даражада муҳофазасини таъминлай оладиган инвесторлик портфелини шакллантира олмади,.

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

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

а) амалий имкониятлар.

б) барқарорлик.

в) яхши муносабат.

Яхши муносабат омили, ғарб мутаҳассисларнинг 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. Илгор технология ва бозор тадқиқотларининг натижалари, янги иш ташкили ва тадбиркорлик режаларини амалга ошириш билан боғлик 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 тасдигидан 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 холатлар бўлиши мумкин бўлганда тўлик режанинг, муқобили сифатида қисқа варианти қабул қилинади (4-10 бет). Айрим холларда 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 шаҳслардан 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.

Жахон 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 кўрсатгичлар 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 (акцентни) ва ахборотни борлиги;
- бошқа мутахассисларнинг ёрдамига муҳтожлиги ва бошқалар.

Аммо, бизнес-режа муккамал ёки оддийлигидан, катта ёки кичиклигидан қатъий назар бизнеснинг моҳиятини акс эттирадиган зарур бўлимларни 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. корхонанинг ташкил этилганлиги ҳақида қисқача маълумот берилади. Корхонанинг кўрсатилади мулк шакли (давлат, хусусий, жамоа, қўшма) ва юридик шакли (масалан: кичик корхона, ҳиссадорлик жамияти, қўшма корхона ва бошқалар). 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, мақсадиши 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 таасурот 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 кетган ҳаражатлар;
- ялпи даромад ва фойда;
- кетган маблағларнинг ўзини қоплаш муддати, кетган 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. Бозорни 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 маблагларнинг ҳарақати 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 ҳарақат 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 махсули бўлиб, халқ синов жараёнида бўлса, унда, бунга қанча маблаг 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 ёндошиш, сотиш усуллари ва маҳсулот рекламалари кўрсатилади. Корхона тузишдан мақсад, ўзоқ вақт давомида фаолият кўрсатиш имконини беради. Шунинг учун, корхона ва бизнеснинг ривожланиш стратегияси ҳақида айтиб ўтиши 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 шаҳсий 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, харидорларнинг 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 тўлик ахборот масалаларни муваффақиятли ечишда ёрдам беради.

"Бозорга ўз маҳсулотини чиқариш фойдалими?". Агар "ҳа" бўлса, унда қайси сегментга, 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 (дехқонлар) 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 кўрашиш 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 тўзилган 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 тушиш муддати кўрсатилади. Моддий техника таъминоти масаласи алохида кўриб чиқилади, яъни қаердан, кимдан, қандай материаллар сотиб олинади? Қандай ташиб келтарилади? 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 ҳаражатларини ҳисоблашдир. Бу ерда сўз техника хавфсизлиги ва ёнғин хавфсизлигини мақсадга мувофиқ ташкил қилиш учун кетадиган қўшимча ҳаражатлар ҳақида ҳам боради. Кўпинча фирмалар раҳбарлари бизнес режада атроф муҳитни мухофаза қилишга етарлича эътибор бермайдилар. Бу эса анчагина маблаг талаб қилади. Натижада, фирма бизнес режага биноан ишни ташкил қилганидан сўнг, "тасодифий" ҳаражатлар қилишга мажбур бўлади. Бу эса бизнеснинг ривожланишига тўсқинлик қилади. Шунинг учун, режада бундай ҳаражатларни ҳам ҳисобга олиш зарур.

11.6. Маҳсулотнинг рақобатбардошли-гини 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 гувохномалари ва бошқалар кўрсатилади.

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

Ишбилармон истеъмолчилар билан кўрашда 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 ҳаражатлари, арзон ишчи кучи ва бошқалар киради. Ишбилармон буни режада кўрсатиши шарт.

Агар ишбилармон рақобат кўрашининг 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 гурухларга бўлиниши мумкин:

А. Паст афзаллик тартиби.

Б. Юқори афзаллик тартиби.

А гурухи - 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 хақи 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. бўлар эса, ўз навбатида фирма обрусини кўтаришга 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: ўйга 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 ўргангандан сўнг, ишбилармон, оммавий товар стратегиясини ёки ихтисослашган стратегияни танлайди. Шунингдек, у, маҳсулотни қандай усуллар билан ўтказишни кўриб чиқади: маҳсулотни улгуржи ёки чакана сотиш ва ишчи кучи ва пул ҳаражатлари ҳисоблаб чиқилади.

Агар ишбилармон оммавий маркетингни танласа, у ҳолда, у 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 белгиларча қараб жойлашади.

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

Ишбилармон пул сиёсатини тавсифлашда қандай қилиб у ўз товарига нарх қўйиши, чекланган ёки эркин нархлар қайси усул билан асосланмоқчи, неча фоиз рентабеллик олишни режалаштириши ва бунинг учун қандай имкониятлар борлигини кўрсатади. Бу бўлимда корхона маркетингида қандай усул билан маҳсулот ишлаб чиқариш учун кетган ҳаражатларни 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 хажмда 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 ҳаражатлар, 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 улар вазифаларнинг 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 тўзилиши, ишлаб чиқариш қуввати, ишлаб чиқариш цехларининг турлари кўрсатилади,

шунингдек, хизмат турлари, ишлаб чиқариш қуввати, ҳаражатлар 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, ўзоқ 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 кўрашининг 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 айтганда 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 бўзилишининг олдини олади. Янги иш бошловчи ишбилармон юридик маслаҳат олиши ёки ўз фирмасига ишга юрист олиши мақсадга мувофиқдир.

11.10. Таваккалчиликни иқтисодий баҳолаш ва уни суғўрталаш.

Корхонанинг катта бизнес-режасида бу саволга алоҳида бўлим ажратиши 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 одатлар зилзила, ёнгин, сув тошқин, бўронлар, мамлақатдаги сиёсий-ижтимоий ўзгаришлари, 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) Суғўрталаш. 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, суғўрта 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 суғўрта компанияси билан шартнома тузади. Бу суғўрта мол-мулкнинг тўғри суғўртасидан фарқ қилади ва одатда, тадбиркор тўғри суғўртадан ташқари, бошқатдан суғўрта шартномасини тузади. Бунда, кўпинча кредитни суғўрта қилинади.

Бу кўрилган тадбирлар инвесторларни корхона амалга ошираётган ишлардан мамнун бўлишига 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, ўтган даврга молиявий ҳисобот қилиш
2. Яқин 3-5 йилга молиявий натижаларни режалаштириш.
3. Маълумот қараб, уларга изоҳ бериш. Ўтган 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 режалаштиришининг асосий қисмлари қуйидаги ҳужжатлар бўлади:

- сотиш ҳажми башорати;
- пул ҳаражатлари ва тушумлар баланси;
- даромад ва ҳаражатлар жадвали;
- корхонанинг актив ва пассивлари бошлангич баланси;
- зарар кўрмасликга эришиш графиги.

Бундай кўрсаткичлар таркиби жахон 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 ҳаражатлари 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 ҳаражатлар 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 ҳаражатлари;
- сотишдан тушган фойда;
- бошқарув ҳаражатлари, 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 чиқариш ва сотиш кераклигини корхонанинг фойда олишини шартлари аниқланади. Ҳисоблар фақат 2 усул билан олиб борилади: сонли ифода ёки график усулларида.

Маълумотлари ишбилармон молиявий режалаштиришнинг олдинги бўлимларидан олади.

Жадвал II.1.

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 хиссаси	
ЖАМИ	ЖАМИ
ҲАММАСИ	ҲАММАСИ

Зарар кўрмасдан ишлаб чиқарилган моллар сони қуйидаги формула бўйича топилади.

$$К = УПЗ/Ц - УППЗ,$$

Бу ерда: УПЗ - тадбиркорлик фаолиятини ташкил қилиш учун кетадиган шартли доимий ҳаражатлар суммаси;

УПЗ га қуйидагилар киради:

- олдин олинган ва сўралаётган кредитлар суммаси, шунингдек улар йил учун бўйича фоиз тўловлар;
- корхона бўйича қўшимча ҳаражатлар қиймати;

Ц - бирлик товар (хизмат) нархи, сўм.

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

Бўлимнинг оҳирги 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 синчиқлаб, мукаммал ишлаб чиқилиши тадбиркорлидаги 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 чиқилади. Бу бўлимда 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 жихозлаш, такомиллаштириш; илмий, саноат ёки экологик лойиҳаларни биргаликда ишлаб чиқиш; олимлар, мутахассислар, ишчи кучи билан ўзаро алмашиш, Республика территориясида бошқа давлатлари 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 мамлақат валютаси қадрининг ўзгариши инвесторларнинг оладиган фойдасига жиддий таъсир кўрсатади. Шунинг учун, ташқи иқтисодий фаолиятни режалаштиришда ҳамкорликдаги мамлақатлар 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 хал этиши керак бўлган муҳим вазифалардан биридир. У ташкилотни самарали ишлаши учун унга қайси ихтисосдаги мутахассислар қандай малакада, қандай шаҳсий 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 қобилиятини белгиловчи муҳим омил бўлиб қолади. Корхонанинг рақобат кўрашига 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. расмда кўрсатилган.

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

Бўгин (бўлим) - бу ташкилий жиҳатдан алоҳида, мустақил бошқарув ташкилотидир. Бўлим (одамлар гурухи) 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 гурухи (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. расм. Корхона бошқарув тизимининг ташкилий вазифалари.

Ҳар қандай, хатто кичик корхонада ҳам, юқорида баён этилган учта тузилма элементларининг ҳаммаси мавжудлигини аниқлаш мумкин. Тадбиркор у ташкил этган 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. расмда 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 қилинади. Шу тариқа бошқарув тўғри ва тескари алоқа асосида амалга оширилади.

Бўйсуниш бирлиги қуйидаги маънони англатади:

1) ходимлар гурухи ўзининг устидан қўйилган бир раҳбарга бўйсунади:

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

Мувофиқлик қоидаси барча 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) хокимияти, ташкилотлар, назорат органлари томонидан бажарилаётган бошқарув вазифаларидир. Маҳаллий ташкилотлар бошқарув "Маҳаллий ўз-ўзини 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 хоказоларга қараб аниқ фарқлашни билдиради. бўларнинг 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 хавсизлиги тўғрисидаги ахборотлар шулар жумласига киради.

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.

БОСҚИЧЛАР	МАЗМУНИ
Бажарилаётган иш ҳарактерини белгилаш	Вазифаларни қўйиш. Қўйилган вазифаларни хал 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 ҳиссаси белгилаш, менежер ўзаро ҳамкорлиқ қилиши керак бўлган шаҳсларнинг қарор қабул қилаётган бошқа шаҳсларнинг менежерга кўрсатадиган таъсирини ўз ичига олади.
Ишни бошқарувнинг алоҳида элементлари ўртасида тақсимлаш	Меъёрларни белгилаш ва анпозаларни тасдиклаш. Масалан, корхонани бошқаришнинг ҳар қандай даражасининг ҳар бир раҳбари учун аниқ лавозим мажбуриятларни 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 шаҳсларнинг мустаҳкам ҳамкорлигини ва аниқ ўзаро ҳарақатни ташкил этиш.
Бошқарув-нинг мантиқий гурухларини қуриш	Бўлинмаларни ташкил этиш. Бошқарилаётган иш турига мувофиқ бошқарув элементларини гурухлаш. Масалан, обрўга эга бўлган раҳбарлар атрофида бўлинмалар (бўлимлар) тузиш.

Расм-12.2. Корхонанинг бошқарув тизимини тузиш жараёни.

12.2. Корхона бошқарувининг ташкилий тузилмасида бўлинмаларнинг ўрни ва аҳамияти.

Корхона (фирма) ичида бўлинмаларни тақсимлаш қоидаларига асосланиш керак. Жумладан, тенг гурухларга 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 хоказо бўлимларни ташкил этишнинг энг оммалашган усулидир. Улар сони ташкилот эҳтиёжларига боғлиқ бўлади.

Ҳудудий белги бўйича бўлиш қоидаси корхона ўз фаолиятини турли туманлар худудида амалга оширганда кўпроқ қўлланади. Мазкур худудда 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, истеъмолчилар манфаати юқори қўйилган корхоналарда ушбу усул қўлланади.

Йирик корхоналарда юқорида кўрсатилган қоидаларнинг айримларида ёки ҳаммасидан фойдаланилади. Санаб ўтилган омилларнинг ҳаммасига ёки биронтасига муҳим аҳамият берилишига 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 гурухининг) ўзи ҳал қилишга интилади. Ишни раҳбар ўз ваколатларининг катта қисмини бошқарувнинг қуйи даражасига берадиган ва шу билан ўз ходимлари ижодий салоҳиятларини ривожлантиришга кўмаклашадиган тарада ташкил этиш энг илгор ва самарали деб тан олинади.

Ташкилий тузилманинг мураккаблиги 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 ваколатлари, 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 назарндан 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 назорда тутади. Барча ваколатлар тўғридан-тўғри (чизиқли) белгиланади. Улар юқори бошқарув бўғинидан қуйи бошқарув бўғинларига қараб ўзгаради.

Бошқарувнинг чизиқли тузилмаг 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 пухталиги ва тежамкорлиги ва уларни сақлаб туришнинг мумкинлиги.

Чизиқли тузилманинг камчиликлари:
• мослашувчан эмаслиги, қаттиқлиги, корхонанинг бундан кейинги ўсишга мос келмаслиги;
• бошқарув усулининг бюрократик, танхо хукмронликга асосланган бўлиши мумкинлиги;
• тадбиркор ўз ишида, албатта, юқори малакали (профессионал) бўлиши ва барча масалаларни тушуниши, билиши керак, бу эса одамларнинг кўплиги ва улар ҳарактери турли хил эканлиги билан ғоят катта қийинчиликлар тугдиради.

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 бораётган ва маҳсулот сотиш ҳажмлари кўпайиб бораётганда 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 аъзолари ҳисобланади. Лойиҳа тугалланганидан кейин гурух тарқатиб юборилади. Мутахассисларнинг бир гурухи ўзининг аввалги иш жойига кетади, иккинчи қисми - янги лойиҳаловчи гурухга ўтади. Бу тузилманинг ўзига хос хусусияти шундан иборатки, ходимлар бир вақтнинг ўзида иккита раҳбарга - лойиҳа раҳбарига ва бу гурух 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 кўшиш 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 гурухнинг ҳар бирига алоҳида раҳбар жавоб беради. Хизматчиларнинг барча тўртта гурухи 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;
- Мутахасислар 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 меҳнатдан манфаатдорликни кучайтиради ва меҳнатга иштиёк ортади.

Матрицали тузилманинг камчиликлари: тузилманинг мураккаблиги, раҳбарлар ваколатларини аниқ белгиламаслик натижасида турли низоли вазиятларининг вужудга келтириши мумкинлиги.

Хорижий мамлақатлардаги 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 суст кашлик бўлганда бўлмаслиги керак);
2. Маҳсулот тури ёки технология тез-тез алмашганда.
3. Гурухнинг лойиҳа устида ишлаш вақти чекланган бўлиши керак. Буюмни оммавий ишлаб чиқариш бошланиши билан, уни такомиллаштириш юзасидан ишлар оддий функционал бўлимларда олиб борилади.
4. Муаммо гурух аъзоларининг умумий куч-ғайратлари ҳисобига хал этилдиган ҳолларда.

Венчур ва инновация тузилмалари. Венчур ва инновация тузилмалари лойиҳавий (дастурий-мақсадли) ташқилий тузилмаларнинг замонавий кўриниши ҳисобланади. Бу икки ном муайян даражада синоним ҳисобланади. Инглизча "*venturi*" сўзи "таваккал иш" деган маънони билдиради. Одатда, бизнесда таваккал иш инновациялар, яъни янги технологиялар, товарлар ёки хизматларни ишлаб чиқаришдан иборатдир. Бозор иқтисодиёти ривожланган барча мамлақатларда кичик бизнесда ана шундай тузилмалар ташқил этилади. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, бу бозорнинг тез ўзгараётган шароитларига тез муносабат билдиришнинг энг истиқболли йўлидир.

Қуйидагилар ана шундай тузилмаларнинг ҳарактерли 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 боғлик 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 ташқилотларнинг инновация объектини танлашга ўзига хос ёндашуви билан изоҳланади. Венчур фирмасида, одатда, тез самара берадиган лойиҳалар ишлаб чиқилади. Ҳамма нарса мақсадга мувофиқлиқлик ва пировард маҳсулотни ишлаб чиқаришга буйсундирилади;
- 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 изланади, улар билан инновация лойиҳаларини бажариш учун шартнома-буюртмалар тузадилар. Иккинчи йўл венчур гурухларининг 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 функционал бўлимга таалуқли бўлади. Лекин инновация бўлимидаги ишланмалар мазкур бўлим иш режасига қўшилмайди.

Бевосита интеграция. Бу энг муҳим аҳамиятга 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 ташкилотга жиддий таъсир кўрсатади, унинг аъзолари хулқ-атворида у ёки бу ўзгаришларни келтириб чиқаради.

Агар инновация фирма учун жуда муҳим аҳамиятга 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 келтириш мумкин. Муваффақиятга 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 гурухлари бўлиб, улар, бир томондан, яратилаётган маҳсулот хусусиятлари ҳақида, иккинчи томондан, унинг эҳтимол тутилган истеъмолчиси ёки унинг фойдаланувчиси ҳақидаги ахборотга эга бўладилар ва ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасида алоқа ўрнатишга ёрдам берадилар.

Тадбиркорлик фирмасида шу тариқа унинг фаолияти самарадорлиги ва рақобат курашида унинг матонатини кафолатлайдиган мувофиқлаштирувчи (мослаштирувчи), венчур ва инновация тузилмаларининг бутун бир тармоги 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 ўрнатилиш 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 бошлиги ва уста; бош бухгалтер ва моддий бойликларни ҳисобга олиш бўйича бухгалтер ўртасидаги муносабатлар. Ўсиб бораётган корхонада буйсинишнинг чизиқли муносабатлари, энди, жамоа тусида бўлиши мумкин, бунда, бир даражадаги бир қанча бўлим анча юқорироқ бошқарув даражасидаги бўлимга бўйсинади. Масалан, бригадирлар цех бошлигига бўйсинади; бош мухандиснинг ўз қўл остида бир неча цех бошлиги 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 бошлиги ходимларни ишга қабул қилиш, ўқитиш ва ижтимоий жиҳатдан таъминлаш масалаларида цех бошлиги билан функционал муносабатлар бўлади. Бухгалтер - пул билан таъминлаш, сотиш, реклама масалалари ва бошқа масалалар бўйича сотиш бўлими бошлиги билан функционал муносабатларда бўлиши мумкин. Шу билан бир қаторда функционал раҳбарнинг ўзи ҳам ўз чизиқли ташкилоти доирасида чизиқли муносабатда бўлади (масалан, кадрлар бўлими бошлиги 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:

коллегнал - 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 холлари кам эмас (масалан, сирли ахборатнинг ошкор бўлиши, хокимият 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 гурух тузилиши мумкин. Бунга, ходимлар бўлими вакили, бўш жойлар мавжуд бўлган бўлимларнинг раҳбарлари ёки раҳбар ўринбосарлари киради. Бунда, гурух 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 қондалар, кўрсатмалар, одамларнинг хизмат мақомидан қатъий назар вужудга келади. Бундай муносабатлар ўзаро хуш кўриш ва хуш кўрмаслик, яқинлик, дўстлик, хурмат ва бунинг аксига

асосланиши мумкин. Бўлимда норасмий пешқадам, муҳим мансабга эга бўлмаган, лекин, шундай ҳарактер белгиларига эга бўлган одам бўлиши мумкинки, бу белгилар 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 снёсати ва кадрлар бўлимининг вазифалари.

Кадрлар халқ хўжалигининг турли соҳаларидаги мутахассислар, шунингдек, юқори малакали ишчилар - ўрта махсус ўқув юртлари, колледжларнинг 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 снёсатини 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 ўзоқ муддатга тайёрлашдир. Кадрлар сиёсати корхоналарда, фирмаларда, корпорацияларда мутахассисларни қайта тайёрлаш, ўзоқ 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 иштироқ этади, аммо, якунгий 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 тушунлари. У конкрет шароитларда кадрлар сиёсати принциплари

(концепцияси) ни амалга ошириш кетма-кетлигини назарда тутади. Унинг энг аҳамиятлиларн кадрларни тўғри танлаш, ўрнига қўйиш, ўқитиш, тарбиллаш, 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 гурухи, ҳисоб-китоб гурухи 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 имтихон (тест) қабул қилиш, ишдан ишга ўтказиш ёки бўшатишни расмийлаштириш;

– Меҳнат дафтарчаларини тўлдириш ва сақлаш;

– Бўшаётган ишчи ва хизматчиларни ишга жойлаштириш бўйича тадбирлар.

– Кадрлар ишн 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. Иккаги ҳолда ҳам бу инсонга катта масъулият юкланади.

Кадрлар бўйича менежер - кадрларни режалаштириш, уларни танлаш ва баҳолаш, хизмат бўйича кўтарилиши, ўқиши ва хоказоларга 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 режалаштириш 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 ўзгаришга корхона ишчилари қандай ўрганадилар? Бу босқичда

раҳбар, ишлаб чиқариш ёки бошқарув ҳарактерига 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 муаммоларини 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:

$$БПК - ML \times TL / TPB \times 60 \times КНВ$$

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 холларда уларнинг ортишига, масалан, кадрлар эҳтиёжига олиб келади, бошқа ҳолларда - камайишига, яъни, штатларни қисқартиришга, 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 снёсатини режалаштириш жараёнида, унинг раҳбарлари масаланинг юридик жиҳатларига диққатларини қаратишлари керак. Ҳар бир давлатда ходимларни ёллаш ҳақида қонунлар мавжуд. Уларга кўра, масалан, иш куни, ижтимоий мухофаза, санитария нормалари ва техника хавсизлиги 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 физиқавий жиҳатлари;
- Кадрлар малакасига талаблар;
- Кадрларнинг бандлик шартлари;

<u>Ишчининг самарали иш бажариши учун кўйиладиган талабларни аниқлаш.</u> Бу маълумотлар гурухига 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:

- Бошқаришни ташкилий структура турлари ҳақида билимлар;
- Замонавий ахборот технологиялардан 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 карорлар 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, имтихон, текширувлар ўтказилади. Улар ичида айниқса суҳбат кўп қўлланилади. Бўлгуси 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 қонда ва усуллари.

Ўқитиш ва кадрларни тайёрлашга 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 ишлаб чиқариш, тижорат, молиявий фаолиятлар учун зарур тадбир.

Кўпгина ривожланган мамлақатларда уч босқичли ўқув тизими йўлга қўйилган:

1. Олий ўқув юртларида ўқиш.
2. Малака ошириш институтлари ва қуллиётларда 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. бўларнинг 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 жараёнларини пайдо бўлиши;
- Ишчилар потенциалини ривожлантириш.

Ходимларни 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 эксплатация) хатоларни кўпайтиради ва самарадорликни камайтиради. Фирма қуйидаги омиларга 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 яхшаланади, кенгаяди, шу билан бирга, кадрларнинг ишдан кетиши камаяди.
- Ходимлар малакаси ошади.

Ишчиларни ўқитиш турли хил шаклларда амалга ошади. Уларни танлаш бир неча омилга боғлиқ. бўларга: ўқишнинг йўналиши, ўқиш предмети, ўқиш шароитлари ва даъвогарнинг имкониятлари киради.

Қуйидаги ўқиш турлари мавжуд:

- янги ходимлар учун бошлангич 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 хафтада махсус ўқув марказларида ўтказилади. Бошлангич 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.

Қуллиётларда, 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 тугараги 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 илгор 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 иштироқ этади (масалан, бизнес мактаби, малака ошириш куллиётн, бошқарув университети). Ҳозирги кунда чет эл ва у мамлақатимиз олим ва мутахассислари ёрдамида ишлаб чиқилган тадбиркорлик бўйича янги ўқув дастурлари кенг қўлланилмоқда.

Йўналиш бўйича ўқув дастури қуйидагиларга бўлинади:

- бошлангич 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 ўкитувчи дастурлар ўқиш дастурини вақтинчалик омили бўйича қисқа ва ўзоқ муддатга бўлинади. Биринчилари махсус семинар ёки курсларда фойдаланилади. ўзоқ муддатли ўқиш дастурлари бир неча ой ёки йилга ишлаб чиқилади. Ўқишнинг куламига қараб қуйидаги дастурлар фойдаланилади.

- доимий тавсифга эга дастурлар. Лекин, кўпинча тугри 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 ўсишининг ўзаро боғлиқлиги.

Кичик бизнес, бошқа актив фаолият каби, доимо ишчиларни ўқитишни талаб қилади. Бу жараён кадрларни гсифатини ва ривожланишини таъминлайди.

Ўқиш - бу, одамнинг фундаментал билим олиш жараёнидир. Аслида, у мактабларда, техникумларда, техник коллежларда, институтларда, дорилфунунларда, ёки бошқа жойларда амалга ошади. Ислохатлар ўқишнинг турлиларига таъсир қилади. Олий маълумот очиқ, демократик бўлади. Олий маълумотни ривожлантиришнинг бошқа кўриниши - бу олий ва ўрта махсус ўқишни интеграция қилишдир.

Олий маълумот ислохати ўз ичига қуйидаги йўналишларни олади:

- Янги, такомиллашган ўқув дастурларини ишлаб чиқиш, замонавий мутахассисларни тайёрлашда халқаро ўқиш жараёнини ташқил 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. Ишчиларнинг 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 масъулятли мансабга танлаш;
- ишчиларни мансабга ёллаш:
- ишчиларни ишдан бўшатиш;
- мутахассисларни сақлаш умумий режасини бажариш тизими;

Биринчи босқич қуйдагиларни ўз ичига олади;

- мансабга номзод бўлган шахслар ҳақида маълумот тўплаш;
- мутахассисларни ўз ишини бажара олишини текшириш;
- мансабга ҳар хил номзодларни қуйиб, солиштириш таҳлилини ўтказиш;
- мансабга мос келадиган номзодни танлаш;
- мансабга тайёрлаш;
- ишчининг ишбилармонлик ва шахсий сифатини текшириш учун синов ўтказиш муддатини аниқлаш.

Инсоннинг ўнга берилган ишнинг яроқлиқлиги 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, ҳуқуқ жавобгарлик ва бошқалар).

Иккинчи босқич - ишчиларни ёллаш - бу инсоннинг ҳуқуқий ишга олиниши билан боғлиқ. Меҳнат қонунлари ишловчиларнинг корхона билан муносабатини бошқаради. Бу қонун корхонанинг ҳамма турларига тегишли бўлади ва ишбилармонлик тузилма ҳам бошқаради.

Бундай ҳуқуқий ҳужжатларга меҳнат қонунлари тўғрисидаги кодекс ҳам кириб, у қуйдагиларни ўз ичига олади;

- меҳнат ва жамоа шартномалари;
- иш вақтини ва дам олиш вақтини ренгламентлаш (ишлаб чиқиш)
- кафолат ва меҳнат ахлоқи;
- меҳнатни мухофаза қилиш;
- касаба уюшмалари;
- меҳнат низомлари;
- иш ҳақи ҳақидаги умумий кўрсатмалар;

Меҳнат Кодексида белгилланган 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 ўнга 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 хақли эмас.

Меҳнат шартномасида шундай шартлар борки, агар, улар бажарилмаса, маъмурий бошқарув органи ишчини бўшатишга хақлидир.

Бу шартлар қуйдагича;

- корхонанинг ёпилиши;
- ишчининг ўз ишига нолойиқлиги аниқланган бўлса;
- тез-тез ишга келмаслик;
- иш жойида ўғирлик қилиш ва хоказолар.

Агар корхонада касаба уюшмаси бўлса, унда, маъмурий бошқарув органи кўрсатмасига биноан ишчининг ишдан бўшатилиши касаба уюшмаси кумитасининг 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 қунимсизлигини 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 ташқил қилишдан аввал менежерлар, ишчилар ва хизматчиларнинг иш фаолиятига тегишли бўлган вазифаларни қандай тақсимлашни ўйлаб чиқиш зарур. Умумий фаолият юритувчи бўлимлар вазифалари бўйича гурухларга бўлинади. Бўнга кўра, ишлаб чиқариш, сотиш, пул билан таъминлаш ва бошқариш бўлимлари амалда бўлиши мумкин. Бу бўлимлар бир-бири билан ўзвий 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 ташқил этиш учун фирма ишчиларини вазифаларини йўриқнома ҳолида езиб 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, ўнга мансаб бўйича вазифалар юкланиши ва меҳнат натижалари ўлчаниши мумкин эмас. Бўлиб берилаётган вазифалар ва ҳуқуқлар катта хажмда бўлмаслиги керак, чўнки уларнинг бошқарувдаги ўрни вазифанинг бажарилишига ҳалақит беради ва мақсадга мувофиқ бўлолмайди.

Раҳбар қўл остида ишлаши мумкин бўлган хизматчиларнинг аниқ сонини, хўжалик фаолиятининг барча омилларини текшириб чиққандан кейин аниқлайди. Вазиятга қараб, энг мақбул бўйсўнувчилар сони 3 тадан 30 тагача бўлиши мумкин.

Бошқарув кўламини аниқлашда муҳим аҳамиятга 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 ваколатларнинг ишлаб чиқиш;
- аниқ ва қисқа режа тузиш;
- меҳнат жараёнининг ташқил этилиш самарадорлигини таъминлашнинг усул ва йўллари;
- назорат-текширув меъёрларини ишлатиш.

Вазифаларни тақсимлашнинг моҳияти шундаки, раҳбар ўз қўл остидагиларга баъзи бир масалаларни ечишда тўла ҳарақат 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 оширилиши давомида қобилиятли менежерларни излаб топиш ва тайёрлаш мумкин. Вазифа ишониб топширилган ишловчи ўзининг раҳбарлик учун зарур бўлган мутахассислик ва ташқилотчилик қобилиятларини тўла-тўкис намоён қилиш имконига эга бўлади. Қолаверса, иш давомида у маълум даражада билим ва тажриба ортиради. Ниҳоят вазифани ишониб топширин ишловчиларни табиий ҳарақат 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 ўнумли меҳнат қилишга шароит яратади.

Раҳбарнинг ўзига келсак, унинг вазифани ишониб топширишдаги ютуғи шундаки, у бир неча кундалик

мажбуриятлардан озод бўлади ва ўз куч-қувватини танҳо ўзи ечиши зарур бўлган масалаларга ва топшириқларнинг бажарилишини назорат қилишга жамлайди.

Вазифани ишониб топшириши билиш асосан субъектив тавсифдаги омилларга боғлиқ: - Янги ғояларга қизиқиш ва қабул қила олиш қобилиятига эга бўлиш; - баъзи бир масалалар ечимини қуйи бошқарув звеносига топшириши тайёрлилиги, ўнга (раҳбарга) ҳар соатдаги ва кундалик назорат ўрнига умумий назоратни амалга ошириш ва бошқалар.

Ишчилар жамоаси унча катта бўлмаган ишбилармонлик шаклларида осон жипслашади, чўнки, унда ҳар бир ишловчи бир - бирини яхши билади. Кичик бизнесдаги ёрдамчи; махсус ишлаб, чиқаришга эга бўлган фирмаларда мажбуриятлар алоҳида ички бўлинмалар ўртасида тақсимланади. Бунда қуйилган савиядаги мувофиқлаштиришга эришиш учун қуйдаги масалаларни ечиш зарур:

- бирламчи бўлинмаларнинг турли хўжалик вазифаларини бажариши учун захираларни мувофиқлаштириш керак. Бу муаммо шу билан боғлиқ-ки, масалан, ишлаб чиқариш бўйича менежер материаллар захирасининг кўп бўлишини хоҳлайди, чўнки истеъмолчиларнинг талабини тўла бажариш асосий мақсад ҳисобланади. Бухгалтер учун эса фирманинг капиталини ҳаракатсиз қолмасдан, балки, айланишга тезроқ киришиши фойдалидир.
- бирламчи бўлинмалар учун қисқа муддатли фойда кўриш учун, албатта, фирманинг ўзоқ муддатли манфаатларига зарар етказмаслик шарти билан шароит яратиш;
- бўлинмалар махсулотига фирманинг, кўпроқ ички нархларни ўрнатишини таъминлаш;
- корхонанинг бўлинмалар орасида тўхтовсиз ахборот алмашувига кўмаклашиш.
- фирмада ҳар хил вазифалар бўйича фикр алмашишни мувофиқлаштириш.

14.3. Кадрлар қунимсизлиги билан боғлиқ ҳаражатларни камайтириш.

Кадрларни қўнимсизлигини камайтириш усуллари.

Кадрлар қўнимсизлиги деб - маълум вақт оралигида ўз хоҳишлари ва маъмурият қарори билан ишдан бўшаган ишчи-хизматчилар, сонининг текширилаётган вақт оралигида (бир ой, бир квартал, бир йил) корхонадаги ишловчиларнинг ўртача умумий сонидаги салмоғига айтилади. Кўпинча кадрлар қунимсизлиги ишчи ва хизматчиларни, мутахассислиги бўйича ишдан бўшатиш билан, боғлик бўлади. Бу ўз эса навбатида баъзи бир салбий оқибатларга олиб келади - жумладан, янги ишловчини қабул қилиш ва ўқитиш билан боғлиқ қўшимча ҳаражатлар қилиш зарурати келиб чиқади, жамоада, фирма ҳаётида муҳим роль ўйновчи ишчи ёки катта обрўга эга бўлган бошлиғини кетиши бошқаларга рухий таьсир кўрсатиши мумкин.

Кадрлар қунимсизлиги 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 учун янги бўлган тартибларни қабул қилишида қийинчиликлар бўлмайди, чўнки унинг хоҳиши ишнинг амалдаги ҳолатига мос келади. Бундай инсонда янги ишга ва жамоага кунникиш оғриқсиз ўтади ва унча ўзоқ 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. Бунда келиб чиқадиган қўшимча ҳаражатлар янги хизматчини сақлаб қолиш эвазига ўзини оқлайди.

Меҳнат шароитини инсонга мослаштириш ҳисобига кадрларни сақлаб қолиш масаласи - бу ўзига хос катта хажмдаги ва кенг ҳамровли масаладир. У шундай шароитларни яратиш билан боғлиқ-ки, улар ҳисобига ишловчи ишдан билан қониқиш олиши ва ушбу корхонада ишдашни хоҳлаши лозим.

Инсон, одатда, ўз ишидан, қачонки, қилаётган иши ўзининг хизмат вазифаси, (эгаллагай лавозими), оладиган маоши уни қаноатлантирса ва жамоада ўзини қулай сезсагина мамнун бўлади.

Ишлаб чиқаришнинг муваффақиятли тараққий топиши меҳнатнинг нақадар мақсадга мувофиқ ташқил қилишга ҳам боғлиқ. Бу эса уни ихтисослаштиришга ва катта миқдордаги техникани киритишга боғлиқ. Аммо, ҳозирги вақтда бундай ишларнинг салбий оқибати сезилмоқда. Ингон 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, кадрлари қунимсизлигини юзага келтирмоқда.

Хозирги замон меҳнат - амалиётида кадрлар қунимсизлигини камайтиришнинг усуллари қўлланмоқда:

- ишчилар иш жойларини кенгайтириш;
- меҳнатни сифат жиҳатдан бойитиш;
- иш вақтини мослашувчан шақлида ташқил этиш;
- меҳнат гигиенасини яхшилаш;
- юқори сифатли ва ўнумли меҳнат учун меҳнатга ҳақ тўлашнинг илгор усулларини қўллаш, ва бошқа рағбатлантириш тадбирларини амалга ошириш;
- ишловчилар ўртасидаги меҳнат можароларини ҳал этишда оддий усуллардан фойдаланиш.

Фирманинг янги қувватлар, илгор технология киритиш эвазига ишлаб чиқариш хажмини кенгайтириш ва махсулот тўрини кўпайтиришга интилиши, янги иш жойларини бўшёд этиш ва ишчи-хизматчиларни

малакалироқ 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 хажмини кўпайтириш ва бошқалар.

Бунда хизматчиларда ўз қадр-кийматини ошириш сезгиси кўпаяди, ўз меҳнатини маъносини сезиш кўпаяди ва шунинг эвазига меҳнатга ижобий ёндашиш пайдо бўлади. Корхона шулар ҳисобига ўз ишловчиларини меҳнат ўнумдорлигини ошишига эришади ва кадрлар оқими билан боғлиқ ҳаражатлар камаяди.

Бир неча ҳолатларда ишловчини ишга киришига сабаб, уни қониқтирувчи восита бу иш вақтини мақсадга мувофиқ ташқил қилишдир. Иш вақти деб, ишловчи ишга олувчи олдида ишлаш соатлар сони даврида ўзининг иш кучини тақдирланиш учун кўрсатишини айтадилар. Корхоналарда, қоида бўйича меъёрланган иш кучини ўрнатилади. Аммо кўп одамлар учун жалб қилувчи сифатида шундай иш турлари ҳисобланадики уларни бажариш даврида иш вақти эгилувчан шаклда ташқил этилади.

Шу каби шаклларга қуйдагилар киради:

- иш вақтини 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 ташқил қилишни устуворлиги шундаки, ишга қониқиш савиасини юқорилиги, чўнки

ишловчи катта ҳарақат эркинлигига эга бўлади ва жавобгарлик хиссиётини кўтариш уни ўз вазифаларини самарали бажаришга ундайди. Иш вақтини эгилувчан қилиб ташқил қилиниши яхши ва малакали ишловчиларни жалб қилиишини ва уларни ушлаб турилишини енгиллаштиради.

Индустриал жамиятини иқтисодий, техник ва ижтимоий талабаларини меҳнат шароитини инсон табиатига тўғри келишдек омиллни аҳамиятига эгалиги билан иккинчи режага сиқиб чиқаради. Замонавий менежемент (ушбу муаммога) ўз аҳамиятини (каратди) 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 - мухитнинг соғлиққа зарарли таьсирини бартараф этиш, ёки улардан ҳимояланиш (иқлим, шовқин, буғлар ва бошқалар);
- инсонни оғир меҳнатидан халос қилиш - робот, машина ва механизмлар ёрдамида жисмоний сарфни камайтириш;
- меҳнатни мухофаза қилиш талабларига мос келувчи иш жойлари ташқил этиш;
- инсоннинг ишлаш қобилияти пасайиши муносабати билан унинг иш жойини сақлаш, ёки бошқа, аввалгисидан кам хақ тўланмайдиган ишга ўтказиш.

Корхона раҳбариятининг инсон ҳақида қайғуриши кадрлар қунимсизлигини камайтириш билан бир қаторда, провард 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 уйнайди.

Кўп сонли тадқиқотчилар ишга чиқмаслик ва кадрлар қунимсизлиги ишловчининг иш ўбўйича тақдирланиши билан бевосита боғлиқлигини аниқладилар. Маош таркибини ишлаб чиқиш кадрлар бўлимининг ишидир. У бир неча омилларнинг таҳлилини ташқил қилиш билан аниқланади, жумладан ташқилотнинг сердаромадлиги ва рентабеллилиги, у ёки бу ихтисослик бўйича ишловчилар ва малакали мутахассислар меҳнатига хақ тўлаш қоидалари амал қилиши ва бошқалар. Бозор иқтисодиёти тизимида меҳнат учун тақдирланиш меҳнатга бўлган қизиқишни англатади ва ўнга бўлган талаб ва таклиф билан аниқланади.

Корхона ўзининг меҳнаткашлари учун маошдан ташқари қўшимча имтиёзлар ҳам беради. Уларни икки гурухга бўлиш мумкин:

- мукофот кўринишидаги акция, қимматбаҳо коғозлар қўшимча пулли тақдирланишлар, ойлик мукофотлар. Улар ўрнатилган маошнинг баъзида катта қисмини ташқил этиши мумкин.
- ижтимоий режа асосидаги қўшимча имтиёзлар. Уларга кенг ассортиментда пулсиз хизмат кўрсатиш мажмуалари ёки жуда оз миқдорда хақ тўланадиган хизматлар ташкил қилиш. Бундан ижтимоий имтиёзлар сони ва тури, одатда, ташқилотнинг моддий имкониятларига боғлиқ. Уларнинг амалдаги турлари қуйидагилардир;
- ижтимоий таъминлаш хизматлари, меҳнатга яроқсизлик, меҳнатнинг саломатликга зарарлилигига тўланадиган қўшимча тўловлар, суғўрталаш, моддий ёрдам кўрсатиш;
- ошхоналарда овқатланишига хақ тўлаш;
- болаларни боғчаларда бўлишига пул тўлаш;
- жисмоний соғломлаштириш тадбирларига хақ тўлаш;
- транспорт ҳаражатлари учун қўшимча тўловлар;
- уй-жой ажратиш ва бошқалар.

Тақдирлашлар, ҳар хил шаклларда хақ тўлаш корхонанинг ҳаражатларини кўпайтириб юборади. Аммо, ишловчиларнинг самарали меҳнати ҳисобига келадиган самара бундай ҳаражатларни бир неча баробар қоплаши мумкин.

Кадрлар қўнимсизлигининг сабаби ички омиллар бўлиши ҳам мумкин. Улар жамоада одамларининг бири - 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 раҳбарлар ва ҳамкасблар ҳурматига сазовор бўлсагини эркин сезади. Агар корхонани керагидан ортиқ қатьий қонун-қоидалар ўрнатувчи, ортиқча талаблар қўювчи авторитар (мансабпараст) инсон бошқарса корхонадаги кадрлар қунимсизлиги 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 рухий иқлим ўрнатиш ва меҳнат-мухимдан манфаатдорликни ошириш кадрлар қунимсизлигига қарши кўрашнинг усулларидан деб қаралади.

15. ТАДБИРКОРЛАР АХЛОҚИЙ ҚОИДАЛАРИ.

15.1. Бизнеснинг ахлоқ меъёрлари тадбиркорлик.

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 мамлақатдаги ишчанлик рухи ва унинг хусусиятларини белгилайди.

Этика тушунчаси иккита жиҳатни ўз ичига олади:

- *этика* бу, маълум жамият, кишилар гурухи, касб-корлар учун қўлланадиган рухий ва ахлоқий меъёрлар тизимидир;
- *этикавий* меъёрлар ҳуқуқ билан, яъни давлат томонидан белгиланган ёки санкцияланган умуммажбурий ўзини тутиш қондалари ва меъёрлари мажмуаси билан боғликдир.

Шундай қилиб, инсоннинг ҳар қандай фаолияти, шу жумладан ишбилармонлик ҳам, этик ва ҳуқуқий ўлчовлари билан баҳоланади. Амалдаги қонунчилик жамиятга ўз хоҳиш-ифодасини 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 рухий-ахлоқий ўлчовларга риоя қилиш билан бир хил эмас. Бизнесда деярли тез-тез шундай вазиятлар яратиладики, унда, қонунни бузмай туриб этикавий меъёр ва қондалардан 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 , махсулот сифати стандартлари билан ҳисоблашмаслик, атроф мухитнинг

ифлосланиши каби ҳолатлар ишбилармоннинг роли тўғрисида жамиятда салбий фикр пайдо бўлишига сабабчи бўлади.

Ижтимоий тадқиқотлар натижаларига кўра бизнинг Ватанимиз ишбилармонларининг илмий савияси ривожланган мамлақатлардагига нисбатан паст эканлиги аниқланади. Бунда умуман, ҳамдўстлик мамлақатларидаги, бизнеснинг ўзи фаолият соҳаси сифатида ижобий қабул қилинсада, унинг амалга оширилиш шақли 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, айникса Япония ва АҚШда фирмаларнинг "этика кодекси" ва бизнесменларнинг алоҳида касб усталари гурухларининг "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 дўнёсида кенг маълум бўлган ишбилармонликнинг ўн насиҳати бўнга асос бўлди. Бу насиҳатларга ҳар бир тадбиркор амал қилиши керак. Улар қуйдагилардан иборат:

Тадбиркорлик ишига оид гоя 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 оҳир - оқибатда шунчаки буюмлар ёки хизматлар керак эмас. Ўнга ўз муаммоларининг ечими керак. Айиан шу катта пул туради ва энг кўп фойда беради. Масалан: девор блокларини ишлаб чиқариш ва сотиш мумкин. Аммо, бутўн куч-қувватни жамлаб, харидорга тайёр уй таклиф қилиш анча фойдалироқдир.

Бизнес-режа тузинг. Унда: Нима сотиш керак? Уларни нимадан тайёрлаш керак? Бу қанча туради? 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 милион 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. Эьлонлар, плақатларга 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 кўринг ва уни ишлаб чиқариш асоси сифатида ишлатинг. *Хўжалик блокини кўринг* - бу сизнинг омборхонангиз бўлади. Ўша жойдан яна кредит олинг - усиз иш қилиш қийин, ёки, машинани хайдовчиси билан ижарага олинг.

Хайрихоҳ бўлинг. Ахир, ҳар бир ишбилармон шериқ, 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. Ақлли аскар болтадан атала тайёрлаганини ва уни ёмон чиқмаганлигини эсланг. Ҳамма тухумларни бир саватда сақламанг.

Бир ишингиз олдинга кетдими - даров ўнга бошқасини қушинг. Бири бўлмаса иккинчиси қолади. Аввал машина ижараси ва прокатини, сўнгра - уларни таъмирлашни ташқил 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 хусусиятларни 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, бўлар:

- доимо имконият қидириш ва ташаббускорлик;
- қуйилган мақсадларга эришишда саботт ва матонат;
- самарадорлик ва сифатга томон тинмай ҳаракат қилиш;
- мақсадга қараб интилиш, айнан, гояларнинг 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 ўзлуксиз таҳлил қилиш, кўзатиш, режалаш туриш ва олдиндан кўра билиш.

Тадбиркорлар мижозлари билан алоқа ўрнатишда қуйидагиларни бажариши зарур:

- ишонтириш ва алоқа боғлаш қобилияти;
- мустақиллик ва ўзига ишониш;
- дарров илғаб олишлик ва аввал тўпланган билимларни янги ўзлаштирилгани билан боғлаш;
- фаолиятининг танланган соҳасида мураккаб ишни шахсан бажара олишликга тайёр бўлишлик.

Шундай қилиб, тадбиркор бўлишга ахд қилган киши, ўзининг имкониятлари, қобилиятлари, шу жумладан, ўз изланувчилик қобилиятини аниқ ўлчай билиши керак. *Бизнес* - бу ишни чукур билиш, кундалик тинимсиз меҳнат, бир меъёрдаги иқтисодий шароитдаги юз берадиган доимий рақобат унга фақат ўз ишининг устасигина туриб бера олади.

Тадбиркорнинг умумижтимоий сифатларига: маънавий сифатлар, ижтимоий, рухий ва табиий-генетик сифатлар киради.

Маънавий сифатлар - бу тадбиркорлик фаолиятида зарур бўлган сифатлардан бўлиб, унга тадбиркорнинг дунёқараши, тарбияси, эътиқоди кабилар киради.

Ижтимоий-рухий сифатлар - бу тадбиркорнинг жамиятга фойдали бўлиши таъминловчи, унга табиат томонидан берилган сифатлардир.

Тадбиркорнинг касб сифатларига қуйдагилар киради: ишни мири-сиригача билиш интеллектуал-иродавий, ташқилотчилик сифатлари.

Ишни мири-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 иродаси, сабот ва матонати каби сифатларини ўз ичига олади. Ташқилотчилик сифатлари эса тадбиркорнинг фаолиятни уюштириш ва бошқариш, шу жумладан, ишчи хизматчиларни ишга ёндош, уларни ишонтира олиш ва илҳомлантириш каби сифатлар киради:

Тадбиркорнинг шахсий сифатлари таркибининг яна қуйидаги сифатлар билан тўлдириш мумкин: одамлар билан ишлай олиш тажрибаси, олий маълумот хажмидаги 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, чўнки, одатда, бир кишида бундай хислатларнинг ҳаммаси жамул-жам бўлиши мумкин эмас. Шундай бўлсида 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 ташқилотлар ҳам шерик бўлишлари мумкин.

Тадбиркорнинг шериклари билан алоқаларини мустаҳкамлашда қуйдагилар катта аҳамиятга эга:

- умумий гояга кизиққан ва уларни амалга оширишга тайёр бўлган шериклар билан алоқа ўрнатиш. Шерикларни маънавий қўллаб-қувватлашлари учун эмас, балки, биргаликда ўнумли 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, чўнки, бизнес тадбиркорлик хавф-хатар устига асосида қурилади.
- бошлиқ билан тузилсан 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:
- хақ 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 ҳоқазолар таъминланади.

Контрактда томонлар хоҳиши билан бошқа масалалар ҳам кўрсатилиши мумкин, Контракт, одатда, маълум муддатига тузилади, томонлар унта қўл қўядилар ва биттадан нусҳани олиб қиладилар.

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 қуйдагиларни 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 ўзоқ муддатли муносабатларни йўлга солиш мақсадга мувофиқлиги.
- товар етказиб берувчиларга кафолатланган бозор, захиралар ёки буюртма ҳиссасиии қайтадан тақсимлаш сармоядор субпудратчилар фойдасига ҳал бўладиган ўзоқ муддатли шартиомалар тузилиши. Мол етказиб берувчилар билан янги муносабатларнинг моҳияти қуйдагиларча:
- маълумотларнинг эркин алмашинуви:
- турли йўналишларда, бошқарувнинг турли поғоналарида кўп миқдорда алоқа ўрнатиш:
- умумий ишлаб чиқариш муаммоларини биргаликда ечишга, янги махсулот технологияларини ишлаб чиқишга субпудратчиларни жалб қилиши:

Бизнесга америкачасига ёндошишда: ишлаб чиқарувчи ва мол етказиб берувчилардан иборат гуруҳдан энг яхши команда чиқади. Ишбилармон шериклар ўртасидаги янги тизимни ўрнатади:

- буюртмачи фирмага хомашёни, ҳолда яримтайёр махсулотларни бир маромда етказиб бериш, ишлаб

чиқаришни тезлаштириш, истеъмолчиларнинг ҳар бир талабининг ўзгаришига тезда жавоб бериш қобилиятини ривожлантириш, ҳаражат даражасини камайтириш, ўнга етказиб бериладиган хомашё ва комплектловчи буюмлар сифатини кўтариш;

- мол етказиб берувчи фирмага ўз махсулотининг нисбатан ўзоқ муддатга сотув бозори кафолатланганлиги билан боғлиқ бўлган барча авзалликларни яратиб бериш.

Ғарбда ўтказилган кузатувлар, компаниялар ўзларининг асосий шериклари билан иш юзасидан муносабатларида янги қонун қондалари билан қўлланишининг қуйдаги ижобий натижалар беришини кўрсатди.

- ишлаб чиқариш майдонларига талаб 40 - 70% га камаяди.
- фирмани қўшимча ҳаражатлари 30 - 50% га камаяди.
- тугалланмаган қурилиш ва ишлаб чиқариш захиралари ва хажми 50 - 100 фоизга камаяди.
- ишлаб чиқаришнинг умумий сарф ҳаражати 30 - 50 фоизга камаяди.
- яроқсиз махсулот 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 ҳисобландилар.

15.4. Хизмат юзасидан муносабатлар.

Бизнес ютуги нафақат фирма ишини иқтисодий кўрсаткичларига, балки сезиларли даражада тадбиркорнинг ўз хизматчилари билан муносабати

нақадар тўғри қўрилганига боғлиқ. Юқори натижага эришаетган ишбилармонлар, ўз ишида инсон омилига катта эътибор берадилар, яъни ўз хизматчилари билан муносабатларини ўзаро ҳурмат, тартиби, хақгўйлик, одиллик асосида курадилар. Тадбиркор ва ишчиларнинг муносабатлари асосий иш битимида белгиланади. Қисман уларда қуйдагилар изохланади:

- Ишчи мажбуриятлари.
- Иш хақини тўланиши ва муддати.
- Иш кунининг давомийлиги.
- Бевосита раҳбари.
- Малака ошириш, иш хақини ошириш шарти ва бошқа масалалар.
- Меҳнат таътилининг давомийлиги ва шарти, касаллик варақаси бўйича хақ 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 кириши кетиш, спиртлик ичимликларга муносабати, интизомийлик ва унинг касб сифатига бевосита боғлиқ бўлмаган сифатлар кўзатиш манбаи бўлиб хизмат қилиши мумкин эмас. Текшириш давомида кўзатилаётган ишчиларнинг зарур билим ва амалий махорати аниқланади. Тадбиркор бошлиқлар, мутахассислар ва хизматчиларнинг мажбуриятлари хажмини 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, чўнки у меҳнат шартномасининг қўшимча шартларини акс эттиради.

Агар меҳнат шартномаси тузилаетганда синов ўрнатилганлиги ҳақида томонларнинг розилиги бўйича дилимлар бўлмаса, ишчи синовга бардош бермаганлигини сабаб қилиб уни ишдан бўшатиш мумкин эмас.

Синов шартлари ишга қабул қилиш ҳақидаги бўйрукда 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 боғлиги бу тадбиркор жамоаларнинг биргаликда ишлашга интилишини оширади, ишлаб чиқариш жараёнида ташқилотчилик 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 қуйдагилар катта аҳамиятга эга.

- Муаммоли ишга таалуқли масалалар мухокама қилинадиган суҳбат ва учрашувларни мўнтазам ўтказиб тўриш. Бунда тадбиркор муаммоларини яккама-якка, ютуқларни эса бошқалар иштирокида мухокама қилиш тартибини кенг қуллаш керак.
- Ишчи ва хизматчиларни фирма ишини муҳим масалаларини мухокама қилиш ва ечишга кенгроқ жалб қилиш, фирма бўлинмаларининг бошлиқлари билан мўнтазам равишда мулоқот қилиш.
- Ишчи ва хизматчилар орасида жавобгарликни ошириш мақсадида ва ишдаги бир охангликни 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, бу улар унинг шахсий қадрият ҳиссаларни оширади.
- Ўз ишчиларининг малакасини ошириш ҳақида қайғуриш. малакали ходим фирма ишини самарадорлигини оширади, янгиликларни фаоллироқ тадбиқ этади.

- Иш ҳақини ишчининг касб махоратининг 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 махсулотларининг, яримтайёр махсулотларнинг ва тайёр махсулотларнинг кўп турларини ўзоқ муддат сақлаш мумкин эмас, уларни тезлик билан тарқатиш керак. Шунинг учун тадбиркор тизимининг ҳар бир ишчиси ўзини ишлаб чиқараётган махсулотини сотувчига дахлдорлигини хис қилиш керак.

Алоҳида қишлоқ хўжалик корхонаси каби кичик бизнес мижоз сифатида, далоллик идораси, биржа, тайёрлов ташқилоти қайта ишловчи корхона, шунингдек махсулотларнинг доимий буюртмаси ёки харидори бўлган айрим шахслар гавдаланиши мумкин.

Мижоз ким бўлишидан каътий назар: ташқилотми, корхонами, фирмами ёки якка шахсми - аввало тадбиркор олдига ўз муаммолари билан мурожаат қилаётган инсон эканлигини эсда тутиш лозимдир.

Тадбиркорнинг вазифаси - мижозни ўз қўлига олиб уни ушлаб қолмоқ. Ҳар бир тадбиркор (якка шахс ёки корхона) шу мақсадда ўз ишини мижозга багишламоғи керак.

Мижозлар истисно бўлиши мумкин эмас. Агар ҳисоб-китоб бўлимидаги коғозбоз, кўпол котиба фирманинг раҳбари томонидан тартибга чакирилмаса, у ҳолда сотиш хизматини ва реклама компаниясини ташқил қилишга катта пул сарфлаши ва бутўн ҳарақатлар 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 қуйдагиларни таъминлаш зарур:

- Ҳар доим ўзини мижоз ўрнига қўйиши.
- Когозбозликка, агар у намоён бўлса, йўл куймаслик ҳамма усуллар билан унта қарши кўрашиш ва индизиқадар бартараф қилиш.
- Мижозларни бевосита бошлиқ билан бўладиган мулокоти учун шароит яратиш.
- Харидорлар билан товар сотилгандан сўнг ҳам алоқани ўзмаслик.
- Ҳар бир ривожланган мамлақатдаги тадбиркор аввалом қуйидаги вазиятда келиб чиқади. Товар ва хомашёларга катта миқдорда пул сарфлайдиган тадбиркорлар истеъмолчиларсиз яшашлари мумкин эмас.

Масалан, АҚШда сўнги йилларда айнан истеъмолчиларнинг кенг микёсдаги сарфлари олимларнинг фикрига қарамай йирик иқтисодий инқирозлардан кутилишга ёрдам бермокда. Истеъмолчилар алохида эътиборли ижтимоий кучга айланган, ва ўзлари талаблари билан тадбиркорлик тизимини амалда бошқармоқдалар.

Тадбиркор билан истеъмолчининг бундай тавсифидаги муносабатлари бу муносабатларда истеъмолчининг устуворлигини таъминлайди. Бу ходиса *консьюмеризм* («истеъмолчи» сўзидан) деб аталади. Бу термин хукумат ва тадбиркорлар истеъмолчиларини товарларининг сифати ва уларнинг ўзига хос таъриф 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 таъминлащдир. 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 мухтожлигини билиш керак. Бу масалаларни тадбиркор биринчи навбатда ечиши лозим. Мўлжаллаётган шеригингизнинг ишончлик даражасини билиш учун *ассоциация* ва *консорциумларда* иштироқ этиш мақсадга мувофиқ. Одатда, мақсад ва вазифалари бир хил бўлган ташқилот ва бирлашмалар қўшиладилар, айрим фирмалар эса бир эмас, балки бир неча ташқилотга қўшилиш мумкин. *Ҳиссадорлик жамиятида* иштироқ этиш энг тўла маълумот беради. Шунинг учун ҳиссадор ўз олдига қўйилган бошқа масала ва мақсадлардан ташқари, маълумот йиғишни ҳам олдинги сўради.

Ишбилармон, ўз ишига таалуқли бўлган барча маълумотларни йиғиши керак. Ҳар бир учрашуви натижаларини илгаб олишга ўрганиш лозим.

Тадбиркорлик фаолиятини 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 қулингизда қалам ва коғоз бўлгани яхшидир.

Шубха йўқ-ки, ҳар қандай мулоқот ҳам ҳамкорликда ишлашга олиб келмайди. Бўнга хотиржам, эътибор бермаслик мумкин. Аммо, бир оз вақтдан сўнг шерикларининг бирортасида ҳамкорликда ишлаш учун янги таклиф пайдо бўлиш мумкин. Шунинг учун ҳар бир ёзувни таҳлил қилиб, келажак учун маълум хулосалар чиқариш керак. Агар биринчи кундан шу қойидага риоя

қилсангиз, у ҳолда бизнесингиз кенгайишида кўпгина кўнгилсизликлардан ҳалос бўласиз.

Агар тадбиркорда маълумот ва ёзувлар кўп бўлса, у ҳолда қўлай бўлиши учун уларни олиш усуллари, пайдо бўлиш муносабатлари, вақти ва бошқаларига қараб бўлимларига 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 жилтга солиб қўйиши лозим. Жилтларни қуйдагича номлаш керак: "Хомаки молиявий ҳужжатлар", "реклама хабарлари", "мижозлар билан мулоқотлар", "истеъмолчилар билан муносабатлар" ва ҳокор.

Ёзувларни мўнтазам равишда бажариш керак, ўз маълумотларини вақти-вақти билан қайта кўриб чиқиши ва жиддиятларда керакли янги маълумотларни қолдириш ва эски маълумотларни янги жилтга кўчириш керак.

Маълумотларни танлаш ва сақлаш жараёнини шундай усулда олиб бориш керакки, зарур бўлган ҳолда ундан янги ходимлар ҳам фойдаланиши керак. Ҳар ҳужжатларни бир жилтга ким ва қачон тайёрлаганлиги ва унинг номи ҳақида коғоз ёпиштириб қўйилади.

Тадбиркор тизимларининг давлат корхоналаридан фарқи - уларда, асосан иш учун зарур бўлган ҳужжатлар сақланади.

Агар тадбиркор бошқа фирма намоёндалари билан музоқоралар олиб борса ва суҳбат давомида уларда ҳамкорликда ишлашга олиб келувчи умумий мафаатдорлик пайдо бўлса, албатта музоқаралар тўғрисида қарор қабул қилиниши керак. Қарор шерикларнинг ҳар бир учун ёзма ҳужжат сифатида сақланади. Агар ўзаро хафачилик пайдо бўлса ёки музоқаралар натижалари турлича тушунилган бўлса, у ута муҳим томонлари айтилганига ишонч бериб, барча масалаларни яхшироқ билишга ёрдам беради ва кескинликни юмшатади. Агар музоқаралар 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 бажарилиши текширишни, 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. Ҳужжатларни жўнатилаётганда уларнинг номерини қўйилиши керак, шу ҳужжатни осон топиш мақсадида фирма ҳужжатнинг куни ва номерига суяниши керак.
- Ҳар бир келган ҳатга қисқа вақт ичида жавоб ташқилот, манзилига юборилади. Ҳар бир ҳужжатнинг мазмуни ва баъзи бир саволларини аниқлаш учун ва тезкорлик билан зарур маълумотни бериш учун алоқа телефони, ҳужжатни жўнатилган ва тузилган кунини қўйилиши керак.
- Агар илова келтирилган бўлса, у ҳолда ҳужжатмани оҳирида шу ҳақда белги бўлиши керак. Масалан, *Илова: "Спринт" асбобининг таърифи 37 бетда.* Агар хат бир қатор махсус маълумотга эга бўлса ва бошлиқга 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 мамлақатларда, ишбилармонлик амалиёти ишлаб чиккан қатор муаммоларнинг қонун қоидалари мавжуд. Улардан асосийси қ иложи бўлса ўз ҳақида доимо ёзма равишда маълумот беришднр. Дастлабки танишувда ўз ташриф қоғозини (визиткасини) бериш шартдир. Аввалом бор тадбиркор ташриф коғозларини ёзув мащинасида ёки бошқа бирор бир усулда ёздириши керак. Сизни эсда сақлаб қолишларига ҳарақат қилинг, ҳақингизда кўпроқ ёзма маълумот қолдиринг. Фирма фаолияти ҳақида реклама коғози бўлса жуда яхши. У ҳолда сизни, унутмасликларини ва зарур бўлганда фирма хизматига мурожат қилишлари эҳтимоли кўпроқдир.

Агар сиз кичик доирадаги мажлисга таклиф қилинган бўлсангиз, у ҳолда ҳар бир иштирокчига олдиндан у манфаатингиз ва мавкеингизни сақлаши учун маълумотнома топширишингиз керак. Агар мажлисда кўп сонли одамлар ва фирмалар иштироқ этаётган бўлса, у ҳолда, иложи борича ҳар бир жойда фирмангиз ҳақида реклама варакларини колдиринг.

Ишбилармоннинг вазифаси - фурсатдан фойдаланиб, янги муносабатлар ўрнатишга ёрдам берадиган хабарни тарқатишдир.

Тижоратчи кўпгина турли мулоқотда бўлиши мумкин, шунинг учун ташриф коғози фирмаси фаолияти ҳақидаги маълумот янги шериклар топишга ёрдам бериш мумкинлигини унутмаслиги керак.

Бошқа ташрифларда, вақт ўтиши билан шерик бўлиши мумкин бўлган фирмалар ҳақида маълумот тўплаш лозимдир. Бундай фирмага аввало банклар, маслахат фирмалари, турли хилдаги ҳиссадорлик жамиятлари, ассоциациялар, бизнес марқазлари ва

бошқалар киради. Айнан шу ташқилотлар орқали энг кўп маълумотлар ўтади, шунинг учун кўпроқ айнан шуларга мурожат қилишга тўғри келади. Масалан, сиз янги лойиханинг сотуви билан шуғулланмоқчи бўлсангиз, у ҳолда янги турдаги фаолиятга мос келадиган шерик топиш осон иш эмас. Агар қарз олмоқчи бўлсангиз банкга мурожат қилишга тўғри келади. Банк хизматчиларининг ўзи сизга қайси корхонадан шерик топиш мумкинлиги ҳақида маслахат беришлари мумкин. Қатор маслахатчи 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 тажрибаси 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 эллика нисбатан маълум устуворликлари бор, чўнки биз ўз урф-одатларимиз ва имкониятларимизни яхшироқ биламиз. Бизнесда нафақат шерик олдида, балки қонун олдида ҳам ҳаққоний бўлиши керак. Маҳаллий одатга суяниб нопок бизнес билан шуғулланаётган тадбиркорлар билан яхшиси ишламаслик керак, улар бизнесда иложи борича ўзоқроқ туриши керак. Ўз ёзувларингизда эса бундай бизнесменлар ҳақида зарур белгилар қилишингиз керак. Бундай маълумотларни ўз касбдошларингиз билан алмашингиз 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 қуйдагилар киради: конструкторлик, технологик, турли "ноу-хау", иҳтиролар лойиҳалари, фирма намоёндалари, алоҳида шахслар билан бўлган музоқараларнинг натижалари, тижорат битимларининг баъзи тавсилотлари. Табиийки, бундай маълумотларни рақобатгилардан, алоҳида қурикланади ва жойларда сақлаб, сир тутиши керак. Фирма учун зарур бўлган маълумотларнинг йиғилишига қараб уларни ҳимоя қилишнинг турли усулларини қўллаш керак. Маълумот туркумларига бўлинмагунча ва унинг хажми 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 қулига тўшади.

Ута муҳим сирли маълумотларни пулни қуриқлагандек алоҳида эътибор билан куриклаш керак. Агарда фирмангиз маълумотларини сотса, бу ҳолда банка фирма ёки кишиларда ҳам пайдо бўлишга тайёр бўлиши керак, айниқса харидор конфиденциал маълумотларда фойдалатишли билмаса.

Шунинг учун ҳар бир фирмада маълумотларни ҳимоя қилиш тизимини ташқил қилиш керак. Кўп холларда, маълумот сотувчи фирмалар уларда ҳимоя тизими қандай йўлга қўйилганлиги билан қизиқадилар. Улар старли даражада ишончли бўлмаса, фирма маълумотларни ҳимоя қилиш тизимини ташқил қилиш керак. Кўп холларда, маълумот сотувчи фирмалар уларда ҳимоя тизими қандай йўлга қўйилганлиги билан кизиқадилар. У анча 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 кучиришни олдини олиш учун махсус дискетлар тайёрланади. Агар маълумот оқими харидор айби билан амалга ошган бўлса фирма у билан ҳамкорликни ўзиши 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 усулларидан бири - маълумотларни *сейфларда сақлаш.* Компьютерларда жойлашган маълумотлар *яширин сўз (пароль) ва шифрлар* билан ҳимоя қилинади.

Яширин сўзларни қўллаш маълумотларни эгаллашни чегаралайди. *Шифрлаш* хаттоки нусха кучиришда ҳам маълумотларга кириб боришга йўл бермайди.

Программалаш йўли билан ҳимоя қилиш усуллари турли тумандир. Тасоддифий сонлар кўрсатгичи программасини тузиш шарт. Яширин сўз сифатида кўрсатгичда пайдо бўлган бир нечта белги олинади. Агар улар клавиатура ёрдамида кўрсатилган белги билан мос келса маълумотларни шифрлашда шунингдек тасоддифий сонлар кўрсатгичи ишлатилади. Программаларни ишлатиш мураккаб бўлмаслигини ёдда тутиш керак. Бу билан математика соҳаларидаги шуғулланишади. Улар кодлаш назариясини, автоматлаштириш назариясини, кетма-кет чизиқли машиналар назариясини ўрганишади. Аммо фирмада ута муҳим маълумот бўлса, у ҳолда маълумотлар ҳимоясини таъминлаш билан шуғулланувчи фирмага мурожат қилиш мақсадга мувофиқ эмас.

Фирмага программаловчиларнинг жалб қилиб тузилган программаларда кўпинча маълумотни етарли даражада ишончли ҳимоя қилишга йўл бермайдиган

тасодифий сонлар кўрсатгичи ишлатилади. Шунинг учун бизнес билан шуғулланишнинг дастлабки даврида маълумотларни ҳимоя қилиш муаммоларини мустақил ҳал қилиш тавсия этилади. Ута муҳим маълумотларни ҳимоя қилиш учун юқори малакали махсус мутахассислар хизматига мурожат қилиши керак.

III БЎЛИМ. 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 ташқил қилади. Хўжалик юритувчи субъектнинг молиявий захираларини унинг ихтиёрида бўлган пул воситалари ташқил қилади. Улар хўжалик фаолиятининг турли тармоқларига юборилади: воситачи ва молиявий хизматлар, савдо сотиқ хизматлари, инвестиция ва инновация лойиҳалари. Нақд пулнинг етишмончилиги кичик бизнесни истиқболини, уни ҳаёт топиш эҳтимолини, унинг молиявий эпчиллигини пасайтиради ва синишига олиб келади. Чўнки етарли миқдорда нақд пулни бўлмаслиги банкларни қарз бермаслигига олиб келади. Хўжалик фаолиятини ривожлантириш учун ишлатиладиган молиявий захиралар (хомашё сотиб олиш, яримтайёр махсулотлар, меҳнат ускуналари, ишчи кучи), пул кўринишдаги сармоядир. Шундай қилиб молиявий менежментда тавсифланиши бўйича сармоя бу молиявий захиранинг бир қисмидир.

Сармоянинг умумий ифодаси:

$$Д \rightarrow Т \rightarrow Д_i$$
$$П \rightarrow Т \rightarrow П^1$$

бу ерда: П - инвестор томонидан қарзга берилган пул маблағи.

Т - махсулот (тадбиркорлик фаолияти учун сотиб олинган ускўна, ишчи кучи ва хўжалик юритишни бошқа қисмлари).

П¹ - инвестор томонидан хўжалик фаолиятини юритиш натижасида ва қўшимча махсулотни сотишдан олинган пул маблағи.

(П¹ - П) - инвесторни фойдаси ёки қўшимча махсулот.

(П¹ - Т) - махсулот сотувидан ёки хизмат кўрсатишдан тушган пул.

(П - Т) - инвесторни хўжалик ускўналарни сотиб олишга сарфланган ҳаражати.

Молиявий сармояни ишлатишини юқорида келтирилган жадвалда хўжалик тизимига қуйиладиган 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 қуроллар йиғиндисини қимматли кўриниши. У молиявий кўринишини ўзгартмасдан ишлаб чиқариш ва хўжалик корхона чегарасида фаолият кўрсатади ҳамда ўз қийматини қайтадан яратилган махсулот қийматига ўтказади.

Айланма фондлар - корхонани ишлаб чиқариш фондини бир қисмини ташқил қилади. У бир ишлаб чиқариш даврида (циклида) ишлатилади ва ўз қийматини ишлаб чиқариладиган махсулотга тўлалигича ўтказади. *Муомила фондлари* тайёр махсулотни истеъмолчиларга юборилгани лекин тўланмагани, банк ва кассадаги, ҳисобидаги пул маблағини ўз ичига олади.

Номоддий активлар - ҳисоб-китоб тоифаси. Номоддий воситаларига физиқ 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 хуқуқлари ва бошқа интеллектуал мулк, шахсий мулкчиликка ва ердан, фойдали қазилмалардан ва савдо марказларидан, ЭҲМ программавий таъминотидан ва бошқалардан ўзоқ давр фойдаланиш. Уларнинг бир қисми ўзининг дастлабки нарҳини йўқотади ва вақти ўтиш мобайнида фойда келтиради.

Номоддий воситаларни сотиб олишни товар ва сотишдан махсулот 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) ҳаражатлар, баъзи бир объектларни тартибга келтириб хўжалик фаолиятига киритиш учун қилинган ҳаражатлар қўшилади.

17.2. Кичик бизнеснинг молиявий ресурс манбалари.

Унча кўп бўлмаган янги ишбилармонлар ўз ишларини ўзлари молия билан таъминдилар. Кўпчилик кишилар оз миқдорда бўлса ҳам ташқи манбаларга мухтож 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 кредит берувчилар бу каби кредитларни маҳсус мақсадлар учун товар сотиб олиш учун берилади. Масалан, қисқа муддатли кредитлар эҳтиёт сифатида келгуси мавсумда сотиш учун берилади. Бу каби кредит учун қарз бир йилга етмасдан ўзилади.

3. *Ўзоқ муддатли кредит.* Бу заёмлар бир йилдан ортиқ муддатга корхонани кенгайтириш ёки такомиллаштириш учун берилади ва олипта фойда ҳисобланади.

4. *Акционерлик капиталда инвесторнинг қатнашиши.* Бу каби ресурслар қайтарилмайди. Сиз воситаларни оласиз ва фойдани бир қисмини инвесторга берасиз. Бошқача қилиб айтганда сиз ўз корхонангизнинг бир қисмини сотасиз.

Пул маблағларини қаердан олиш мумкин?

Молиявий таъминлашнинг имконли манбаалари қуйдагилардир:

- тижорат банклари.
- молиявий компаниялар.
- инвестицион компаниялар.
- инвестицион фондлар.
- кредит идоралари.

- харидорлар.
- махсулот берувчилар.
- дўст ва танишлар.

Пулларни қаердан олиш мумкин?

Молиявий таъминни имконли манбалари қуйдагилардир:

- тижорат банки.
- молиявий компаниялар.
- инвестицион компаниялар.
- инвестицион фондлар.
- кредит идоралари.
- харидорлар.
- маҳсулот берувчилар.
- дўст ва танишлар.
- хайрия ташкилотлари.
- траст компаниялар ва банкларнинг траст бўлинмалари.
- давлат, халқлараро ва жамият ташкилоти ва идоралар, кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш дастурида иштироқ этувчилар (уларнинг марказий ва маҳаллий идоралари) .
- ишловчилар.
- дастгох ишлаб чиқарувчилар.
- сугурта компаниялари.
- нафақа фондлар.
- хусусий инвесторлар.
- молиявий маслахатчилар.

Кимга ва каерга мурожаат қилиш керак?

Кенг таркалган молиявий манбаалар:

Банклар - банклардан ссуда олиш нихоятда содда Сизга пул савдо операцияси ўтказиш учун бемалол, аммо янги корхона бунёд этиш учун бемалол эмас. Демак, сизга банкни ишонтириш керакааа, сиз ҳаммасини яхши ўйлагансиз ва ўз ишингизни ташкил қилишга астойдил ҳарақатга тушасиз. Бу ишда сизга ишлаб чиқарилган бизнес режангиз қўл келади.

Куйдаги 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 тайёгарликка эгамисиз?
- Бошқарув ходимларининг ва етакчи мутахассислар иши қандай?
- Ушбу бизнес соҳасини ўзоқ муддатли келажак тараққиёти қандай?

Инвестицион фондлар хиссадорлик юқори ўсиш потенциалига эга, кичик корхоналар капиталига бадаллар тўлаш мумкин. кўплари аниқ тармоқ жугрофик нохия, технологиялар бўйича ёки маълум ҳажм учун инвестиция лойиҳасига ихтисослашадилар . Улар билан келишув пайтида куйдагиларни эсда тутиш зарур: Инвестицион фондни бир, кунда кириб чиқиш учун 30 дан ортиқ буюртмани ва бизнес-режани қабул қилиш мумкин, улардан 10 % гина ўқиб чиқилади. Ўқиб чикилганлардан фақат бир нечасигина яна давом этиб ўқиш учун жунатилади, ва жуда озлари молия олиш 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 "таваккалчи" инвестор сизни бизнесдан қандай чиқишингизни аниқ билиши керак. кўпчиллик инвестицион фондлар "Етук" даражага эришган пайтда пулни юқори ўсиш потенциалига эга корхоналарга жойлаш одатига эга.

Давлат ва жамият ташкилотлари. Бугунги кунда кичик бизнесни куллашни ўзларининг асосий назифаси деб ҳисоблайдиган давлат ва жамият ташкилотларининг сони кўпаймокда. Улар фақат молиявий ёрдам қилмасдан

балки (қонда бўйича имтиёзли кредит шаклида) хоналар кидириб топишади, ходимларни ўқитиш ва бошқа ишларда ёрдам беради.

Бу каби ташкилотларга куллаш учун мурожат қилишдан олдин уларни ўзига хос талабларини билиш керак, кўплари улар учун керакли соҳалардаги кичик корхоналарга ёки алоҳида ижтимоий гурухларга захирага бўшатилган ҳарбийларга ёрдам кўрсатади.

Капитални жалб қилишнинг бошқа имкониятлари ҳам бор. Масалан, ихтирочи инвесторлар гурухидан молия олиш мумкин, бунинг учун у агар иши юришмай колганда ўзининг ишлаб чиққан технологиясига эгалик ҳуқуқини уларга топшириши керак. Хорижий молия манбаалари 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 ҳаражатларини ва инвестицияни молия билан таъминлашда ишлатилади.

Инвестиция - бу молиявий ресурсларни турли фаолият асосан ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун ўзок муддатли капитал киритиш шаклида бевосита корхонани қўшимча фойда олиш ёки корхона, компания ишига таьсир кўрсатиш ниятида қимматбаҳо қогозларни сотиб олишда ишлатилади. Инвестициялар молиявий (қимматбаҳо қоғозлар билан боғлик операциялар), ҳақикий (маблағларни ўзоқ муддатга 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 тавакалчилик капитал киритишни белгилаш учун ишлатилади, у ўзини янги

акциялар чиқарувчи инвестиция шаклида кўрсатади. бўлар янги акциялар чиқарувчи инвестиция шаклида ўзини кўрсатади. Бу ерда дивертификация кенг меъёрда ишлатилади.

Тўғри инвестициялар - бу хўжалик юритувчи субъектини низом капиталига киритилган маблағдир, ёки янгидан бунёд этилаётган корхона учун фойда кўриш ниятида ва ушбу ишбилармонлик тизими бошқарувчини бошқаришда қатнашиш ҳуқуқини қўлга киритиш учун ишлатилади.

Портфел инвестициялари - бу фойда олиш мақсадида саноат, қишлоқ хўжалиги, транспорт, кредит ва бошқа корхоналарга ўзоқ муддатли капитал маблағини киритишдир.

Аннуитет - омонатчига вақти-вақти билан тўланадиган пул маблағидир (бадал, рента ёки фойда). Унинг қуйидаги турлари мавжуд: аннуитет инвестицион режа билан - сугурта рентасини капитал маблаг билан қимматбаҳо қоғоз сотиб олишга сарфланганда ҳосил бўлади. Бу ерда сугурта қилинган шахс ҳар йилги белгиланган фойдани, ҳамда қимматбаҳо қоғоздан келган фойдани олади.

Ҳар йилги аннуитетлар - сугурталанганларга йиллик бадалларни тўлаш.

Бўлинувчи аннуитет - сугурталанган шахсни вақтидан кейин меросхурлар орасида тақсимланувчи даромад.

Кечтирилмайдиган аннуитет (рента) - сугурта шартномаси тузилгандан кейинги тўланишни бошланган йиллик даромад:

Кечиктирилган аннуитет (рентаси) - сугурта шартномаси тузилгандан сўнг маълум мухлат ўтгандан кейин тўланадиган йиллик даромад:

Гурухли аннуитет - даромад ягона сугурта 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 олиб-сотарларга 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 лоихага киритувчи жисмоний ва юридик шахсдир. У омонатчи ва қарз берувчи ролида чиқиши мумкин. бўлиб амалга оширувчи инвестицияларни йўналишини, самарасини эркин холда 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 қисобланган маълум тавакалчиликка боришга тайёр шахсдир. Инвестордан фарқли равишда савдогар ўз пулларини бирор ишга қисқа муддатда киритади.

Янги бизнес муваффақиятли тараққиёт топса у ўз пулларини киритишнн янги йўналиш вариантларини белгилайди. Шу билан бирга янги бизнес ташкилотчилари ва савдогарлар, қойида бўйича шартнома ва қимматбаҳо қоғозларни олиб сотувчилар бири-бирисиз кун кура олмайди. Чунки иккинчилари биринчилар фаолиятини малия билан таъминлайди.

Ўйинчи-тажовусли инвестор. У ўзининг инвестицион фаолиятини у катта таваккалчиликка юз тутади ва асосан акцияларни, камроқ облигацияларни сотиб олади.

17.4. Инвестиция ва даромадларни дисконтлаштирнш.

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 воситалари бир хил

номинал қийматга 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 ишбилармонга иложи борича нақд пулни камроқ ушлаб туриши, уларни айланишга киритиши керак. Пуллар иложи борича тезроқ янги пул маблағларинг 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 буйича 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.

Устирилган пулни аниқлаш ва дисконтни ҳисобга олиб қўшимча даромадни аниқлашда қуйдаги формуладан фойдаланилади:

$$Fc = Pc\ (1 + i)^n\ .$$

Бу ерда: Fc - келажакдаги пул маблағи (кутилган қиймати), сўмда.

Pc - пулнинг бошлангич (хозирги, жорий) қиймати, сўмда.

(1 + i)- дисконт коэффициенти, яъни даромадли меъёри ёки фоиз қийматининг, биринчи бўлаги.

n - даромадни жамғарилишидаги йиллар сони, ёки капитал айланишлари сони.

$$Д = Pc\ (1 + i)^n - Pc$$

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 x (100 % + 10 %)^1 ёки шу 100 млн. сўм x (1 + 0,1) = 110 млн. сўм. Икки йилдан сўнг 100 млн. сўм x (1+ 0,1)^2 = 121 млн. сўм ва хоказо.

Иккинчи вариант бўйича 100 млн. сўм киритилса, даромад 3 ойдан сўнг 2,5 фоизга тенг бўлади. Иккинчи вариант фойдалирокдир, чунки 3 ойдан кейинги даромадни олиб яна айланишга киритилса қўшимча даромад келтириши мумкин.

Бир йилда тўрт маротаба айланса 100 млн. сўм x (1 + 0,025) = 110,38 млн. сўм даромад олинади. Икки йилдан сўнг - 100 млн. сўм x (1+ 0,025) = 121,64 млн. сўм.

Биринчи холатдаги қўшимча даромад биринчи йилда 100 млн. сўм x (1+ 0,1) - 100 млн. сўм = 10 млн сўмга. Иккинчи йилда 100 млн сўм x (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 боғланиш миқдорини ҳисоблашга Pc - ни фоиз қийматини аниқлашга имкон яратади. Шундай қилиб.

$$Pc = Fc\ /\ Pc\ (1 + i)^n\ ;$$
$$i = Fc\ /\ Pc - 1$$

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 у қандай йиллиқ 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 банкга ёки компанияга йиллик даромади 145 фоиздан кам бўлмаган ўлчамда қўйиши зарур.

17.5. Кичик бизнесни кредит билан таъминлаш шакллари.

Кичик бизнесниг инвиллармоиллик таркибларини кредит билан таъминлаш - бу уларга молиявий пул ёки товар шаклидаги воситаларни маълум муддатга хўжалик фаолиятини амалга оширши учун беришдир. Кредит билан таъминлашни қуйидаги турлари мавжуд:

- Хўжалик юритувчи субектларга пул ссудаларини ёки таварни кайтал урнида тўғридан-тўғри берши шакли.
- Ҳисоб-китоб турларидан бири сифатида кредит билан таъминлаш яъни тўлов мухлати ўзгайтирилганлиги ҳисоби билан.

Бу ерда *"Кредит"* тушунчасига кенг маънога эга. *Бериичилар:* Кредит тўлаш ва фоиз тўлаш шарти билан ссуда курилишида пул ёки товар шаклида бўлиши мумкин. Юридик ёки жисмоний шахслар қарзга восита берувчилар- кредиторлар, олувчилар - *қарзлилар* деб аталади. Кредитнинг *асосий вазифаси* пул воситаларини

қайтариб бериш шарти билан корхоналар, ташкилотлар, тармоқлар ва нохиялар орасида тақсимлаш ва вақтинча буш пул маблағларини самарали ишлатишидан иборатдир. Кредитни банқа вазифаси бу ҳақиқий пулларни кредит пулларига (банкнотлар) ва кредит операцияларига (нарх пулсиз ҳисоб-китобга) алмаштиришдан иборат. *Иккинчидан:* Кредит ўзини ссуда капитали ҳаракати шаклида намаен этади. Пул ёки товар шаклидаги ссуда қайтарилиши ва тўловли шарти билан кредитор ва заемчи 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 мудатига қараб қисқа муддатли (бир йилгача), ўрта муддатли (бир йилдан уч йилгача) ва узоқ муддатли (уч йилдан ортик) бўлиши мумкин.

Тижорат кредити - товар шаклида (берилувчи) сотувчилар томонидан харидорларга берилувчи кредит бўлиб сотилган товарни қийматини орқароқ сурилишдан иборатдир. Натижада ҳисоб-китоблар вексель ёки очик ҳисоб билан амалга оширилади. Биринчи холатда харидор товар ҳужжатларини олганидан сўнг ўтказилиш сотувчи томонидан куйилган вексельни (траттани) талаффуз этади ёки оддий вексель расмийлаштиради. Иккинчи холатда сотувчи харидорнинг қарз мажбуриятларини олмайди ва қарз бўйича ҳисоб очади. қарзни ўзиш 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 чикади. Бу ерда товарни кредитга сотиш ишлаб чиқариш жараёнинг ўзлуксизлигига ёрдамлашади, капитални айланишини тезлашишини ва фойдани кўпайишини таъминлайди. Ушбу шаклдаги кредит одатда қисқа муддатли бўлади.

Банк кредити ишбилармон ва корхоналарга пул ссудаси курнишида берилади.

Банк ссудаси - бу корхона ташкилотларни, алоҳида фукароларнинг вақтинча бош воситалари бўлиб банк томонидан шартнома асосида уларнинг розилиги билан жалб қилинади ва ссуда фонди ташкил бўлади. Кредит олиш учун кредит олувчи ва заемчи томонидан кредит шартномаси тузилади, у ўз ичига қуйдагиларни олади. Кредит тури, миқдори, унинг берилиш тартиби ва муддати, кредит бериш шарти, фоиз тўловларнинг миқдори, ҳар иккала томон жавобгарлиги, кредитор ва заемчилар 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 халқни 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 ўзиш бўйича фоиз тўлаш билан амалга оширилади. Бу турдаги кредит кичик бизнесни тараққиёт тоштириш учун давлатлараро банклар ва фирмалар томонидан халқаро ёрдам шаклида берилади. Халкаро кредит ўлчами ва уни бериш шарти кредит берувчи ва олувчилар ўртасидаги кредит шартномасида ўз аксини топади. Фирманинг нуқтаи назарида бериш ва таъминлашда қуйдаги кредитлар бўлиши мумкин: Товар, валюта, таъминланган (товар тижорат ҳужжатлари билан ва бошқа қийматлар билан) ва таъмин этилмаган (банк) кредитлари. қарз олувчилари бўйича кредитлар *шахсий*, *давлат* ва *молиявий* бўлиши мумкин. Кредитни асосий шартли ҳисоб-китоб тури бўлиб (тўлаш муддати ўзайтирилган ҳисоб) фирма кредити, вексель (ҳисобли) ва факторинг ҳисобланади.

Фирма кредити - бу кредит бериш шаклида мол берувчи ва сотувчи тўлаш муддати ўзайтирилган 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 (ҳисобни) вексель эгасидан тўлаш муддати келмасдан сотиб олишдир, яъни вексел эгаси банкдан муддатидан илгари вексельда кўрсатилган пул миқдорини, тижорат тўловларини, ҳисоб тўловини ва бошқа ҳаражатларни 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.

Очик ҳисоб бўйича кредит билан таъминлаш - бу сотувчини доимий харидорига таъмин этмасдан ва тез фоиз тўламасдан тўлов муддати ўзайтирилган шаклдаги кредитидир. Сотувчи харидорга товарни унинг манзилгоҳига товар тақсимлаш ҳужжатлари билан қарз миқдорини харидор номига очилган дебет ҳисобига ўтказади. харидор шартномада курилган муддатларда ўз қарзини очик ҳисоб бўйича ўзиб боради.

Овердрафт - қисқа муддатли кредитлаш шакли бўлиб банклар амалиётида ишлатилади. У Англияда пайдо бўлади. Овердафтнинг 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 банкга 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

Жахон банки усули бўйича лойиҳа таҳлили вазифасига лойиҳа қийматини белгилаш киради. Лойиҳанинг қиймати унинг ижобий натижалари қиймати ва салбий натижалар айирмасига, яъни лойиҳа қиймати "фойда - ҳаражат"га тенг.

Лойиҳа қийматини аниқлаш учун уни барча натижаларини баҳолаш ва лойиҳадан олинадиган фойдани уни амалга ошириш ҳаражатларидан устун эканлигини баҳолаш керак бўлади, чунки кўпдан-кўп иморат ва иншоотлар келажакда ўзоқ даврлар ўтгандан кейин уларни ҳозирги вақтда лойиҳа бўйича зарурий ҳаражатлари билан таққослаш бутунлай мумкин бўлмай қолиши мумкин. Баъзи бир ҳаражатларни 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 ҳақикий натижаларига баҳо бериш асло мумкин эмас. Нихоят баъзи бир лойиҳаларнинг натижаларини, масалан, лойиҳаларини маълум турдаги фаолиятларга таъсирини ўлчаш ҳам, баҳолаш ҳам қийиндир.

Лойиҳа ҳаражат ва натижалари ҳар ҳил бўлганликлари учун уларни ҳар ҳил 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 ҳаражатлардан ортадими ёки йўқми? Кабиларни аниқлаш керак. Шунинг учун фойда ва ҳаражатларни таҳлил қилиш учун қўйидаги саволларга жавоб олиш зарур:

- Лойиҳани керакли натижаси қандай?
- Турли ҳаражатларни ким тўлайди ва лойиҳани ижобий натижаси кимга тегади?
- Лойиҳани ижобий натижаси қандай ва качон намоён бўлади?
- Ҳар ҳил турдаги фойда ва йўқотишларни лойиҳага алокадор бўлган ҳар ҳил гурухдаги юридик ва жисмоний шаҳслар учун жамғариш ва нихоят лойиҳани жамғарма қиймати тўғрисида тушунчага эга бўлиш мумкин бўладими?.
- Ушбу лойиҳани натижаси бошқа ўҳшаш ёки мумкин бўлган лойиҳаларга қараганда қандай бўлади?

Лойиҳа таҳлили лойиҳани таъсир қилиши ва ролини ҳар ҳил нуқтаи назардан қайтадан уларни ишлаб чиқариш даврида кўриш имконини беради. Қўйидаги берилган саволлар рўйхатига лойиҳани таҳлил даврида жавоб берилиши талаб этилади.

Лойиҳа таҳлилининг етти бўлими.

Лойиҳа фойдаси ва ҳаражатлари қўйидаги 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 ҳаражатлар 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 гурух одамларга салбий таъсир кўрсатадими?
7. Иктисод: лойиҳанинг ижобий натижалари уни амалга оширишдаги ва ишлатишдаги ҳаражатлардан устун келадими? Лойиҳа қандай таваккалчилик билан боғлиқ?

Хар қандай янги ахборотни қайта баҳолашда агар у фойдадан ҳоли бўлмаса лойиҳани тайёрлаш даврида қабўл қилинган қарорни ўзгартириш учун тўртки бўлади. Лойиҳанинг таҳлилини ҳар ҳил 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 ошишини таъсирини ҳисоблаб акс эттирилади.

Ушбу вазифаларнинг тавсифига қўйидагилар ҳам боғлиқдир: биринчидан, тадбирлар ўтказилишида давлат ва шаҳсий манфаатларининг инобат ролини жамият танлови фойдасига (шаҳсан лойиҳани амалга оширилиши кимга топширилиши) ва иккинчидан давлат лойиҳалари олдида қўйилган мақсадга жамият гурухларини ўзаро келишувга эришиши.

18.2. Инвестицион лойиҳа цикллари.

"Лойиҳа цикли" тушунчасига лойиҳани ишлаб чиқариш ва амалга ошириш босқичлари киради. Жаҳон банки лойиҳалари учун муҳим аҳамиятга эга бўлганлар 18.1.-расмида олтита босқич кўрсатилган. Вазифаларини

белгилашга қўйидагилар киради: ишлаб чиқиш, тажриба ўтказиш, музоқараларни амалга ошириш, уларни баҳолаш ва бошқалар.

18.1.-расм. Лойиҳа цикли.

Вазифаларни белгилаш.

Циклнинг биринчи босқичи тараққиёт топтиришнинг муҳим масалаларини бажарилишини таъминлаб, асосий белгиловчи ғояларни таплашда тегишли бўлиб. Лойиҳаниниг 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.

Лойиҳанинг циклини сўнги босқичларида ушбу ғоялар аниқлаштирилади ва зарурий қаттиққўллик билан таҳлил қилишга берилади.

Биринчи фазада келтирилган фикрлар албатта тўлик ва кенг маънога эга бўлиб, даромадни тақсимлашда лойиҳа унинг мавжуд нархини оширади. Шундай қилиб лойиҳанинг биринчи циклида иқтисодни ривожлантиришнинг аниқ мақсад шакли шаклланган, шу тарикада 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 ўзгартиришлар киритиш лозимлиги ўқтириб утилган.

Лойиҳа таҳлили бу лойиҳаларни баҳолашда муқобил ишлаб чиқаришдаги таққослаш йўли билан ёки сиёсатга ўзгартириш киритиб бошқа қўлай 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 қабўл қилиниши зарур. Бунинг учун лойиҳани барча параметрлари (яъни ҳар томонлама) ўзлуксиз аниқлаб кўриб чиқилади, яъни лойиҳани техник ҳарактеристикаси, унинг атроф-муҳитга таъсири, самарадорлиги иқтисодий ва молиявий бажарилиши мумкинлиги, махсус ва маданий жиҳатидан маъқуллиги, ҳамда ташкилий чоралар бўйича маъқуллиги.

Лойиҳага ишлов бериш жараенига қўйидагилар киради: бошлангич босқичда тавсия этилган ғояларни янада аниқроқ ўрганиб чиқиб, бир неча ҳил текширишлар ўтказилиши мумкин, шулар жумласидан: лойиҳалаш, тузиш иқтисодий ва молиявий жиҳатларини кўриб чиқиш, маъмурий бошқаришни ўрганиб чиқиш. Бўларнинг

ҳаммаси лойиҳани бажарилишига, кейинчалик ундан унумли фойдаланишга атроф муҳитни мухофаза бўйича муқобил вариантини топиш, лойиҳани маҳалий аҳолига таъсири ва хоказо. 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 ҳисобланади. 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 ҳаражатлар, бошқаришдаги ўзгаришлар ва хоказо, хуллас лойиҳани амалга оширишдаги ишлар кўриб чиқилади.

Келишув жараёни.

Маслахатлашиш жараёнида банк ва қарз олувчи лойиҳа бажарилишини таъминлашга алокадор чора-тадбирларни кўриб чиқадилар. ўзаро маслахатлашиш натижасида бир қарорга келишгач ушбу қарор юридик мажбурият кучига киради ва у кредит олишга ҳужжат ҳисобланади. Маслахатлашиш тугагач, текшириб кўриш акти (далолатномаси) 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 кўрилишдаги ишлар кузатиб борилади ва назоратга олинади, ҳамда ишлар қайси мамлақатда бажариладиган бўлса, шу ердаги маъмурий орган ва инспекторлар томонидан кузатиб

борилади. Текшириш тартиблари маслахатлашиш стаднясида келишиб олишиши керак.

Баҳолаш.

Баҳолаш этапида қўйидагилар 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 қонда қилиб олганлар.

18.3. Инвестицион лойиҳа менежменти.

Инсонлар лойиҳа мақсадига эришиш учун аниқ мақсад билан ишламасалар хеч қайси лойиҳа самарали бўлмайди. Қачонки лойиҳа менежери кўпчилик ишловчиларга раҳбарлик ва ташкилотчилик қилиб, зарур томонга йўналтира олса, ушбу лойиҳа муваффақият қозонади. Менежерлар ишловчилар билан ўзаробоғлиқ муносабатда бўлиб, ишловчиларни лойиҳа натижаси билан қизиқтира олса, шундай лойиҳа кутилган натижани беришн мумкин.

Менежерлар лойиҳа асосида курилган, масалан корхонани ишга тушрилиши учун унинг ташкилий тузилиш структураларини, токи лойиҳа кўзда тутилган фойдани келтира олса бунга ишлаб чиқишлари лозим. Менежерлар учун турли масалаларнинг аҳамияти лойиҳанинг типини аниқлашда, унинг қайси минтақа ёки мамлақатда фойдаланилиши катта аҳамиятга эга. Менежерлар учун баъзи масалалар илгаридан маълум ҳисобланади, чунки ундай масалалар билан аввалги лойиҳаларда дуч келишган.

Баъзи қийинчиликлар билан 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 якиндан ёндашадилар. Менежментга 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 ташки ва ички муҳит, режаси ёки режалаштирилаётган бизнес тушунилади. Ташқи муҳит ўз ичига қўйидаги омилларни олади:

1. Физиқавий омиллар: танлаган жой, иқлим, жугрофик тузилишнинг хусусиятлари ва хоказо;
2. Иқтисодий омиллар: ички ва халқаро;
3. Маданий, ижтимоий ва сиёсий омиллар;
4. Технологик омиллар: имконият ва ўзгаришлар ички муҳитга асосан қатнашувчилар, маблаг куювчилар ва мижознинг ўзаро қўйидаги алокалари;
5. Лойиҳа эгаси - давлат ёки директорлар кенгаши, акционерлар ёки хусусий шаҳс;
6. Фойдаланувчи, бозор, харидор, мижоз, фойда олувчи шаҳс ва хоказолар 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 маслахатчилар;
9. Жихозларни етказувчи ёки хизмат кўрсатувчи ижарачилар, чакана савдо фирмалар ва хоказолар.

Уильям Смит хокимликнининг 3 йўналишини кўрсатади: назорат, таъсир ўтказиш ва эътироф этиш. Тажрибада ишга бундай ёндошиш фойдали бўлди, бу йўл-йўрик Африка учун қишлоқ хўжалигида ишловчи

менежерларни тайёрлашда дастурий асоси бўлди. Жералд Эгап менежерлар тайёрлашда марказий ўринни мижознинг хоҳиши ва талабига қаратди. Менеджмент тизими якин ва ўзоқдаги муҳит билан чегараланади. Ж.Эгап бўйича "мақсадга мувофиқ" деб ҳисобланган омиллар ишчи муҳитга тегишли. Бу таасуротлар менежментнинг самарадорлигига ижобий ва салбий таъсир этиши мумкин. Ж.Эгаппнинг иррационал омилларига қўйидагилар киради:

1. Ижтимоий омиллари: мукофотлар ва ҳаёт сифати;
2. Сиёсий омиллар: хокимият, ресурслар ва маънавият;
3. Мукофотга, хокимликка ва ҳаёт тарзига индивидуал таъсир бериш.

Макдоналд Бенжамин бўйича: лойиҳа бошқаруви ўтказилаётган муҳит қўйидаги 3 гурух омилларидан иборат:

1. Ички муҳит: стратегия, сиёсат ва вазифалар;
2. Якин муҳит: шартномачилар ва мол етказиб берувчилар, лойиҳа бажарилишидан манфаатдорлар;
3. Ташки муҳит: давлатнинг ташки иқтисодий сиёсати, давлат бўлимнинг бошқарув тизими, ижтимоий-иқтисодий тизим, сиёсий муҳит ва бошқалар (инфляция, бозор ва хоказолар) .

Ф.У.Грег менежерлар тайёрлаш 4-та гурух омилларини ажратишни таклиф этди:

1. Сиёсий ва ижтимоий таъсир;
2. Иқтисодий омиллар;
3. Ҳуқуқий;
4. Технологик ўзгаришлар.

Менежментнинг вазифаси ва бажаралиган ишн.

Баъзан менеджментнинг усталиги ва бажарадиган ишидаги фарқни аниқлаш жуда мураккаб бўлади.

Менеджментнинг 6 вазифалари мавжуд:

1-вазифа: *Раҳбарлик.* Менеджерлар командасига бажариладиган мақсад ва вазифани аниқ ва тушунарли қилиб бера олиши:

а) мижоз ва унга жавоб беривчи ким ҳисобланадилойиҳа эгалари менеджер фаолияти натижасида ютишлари ҳам, ютказишлари ҳам мумкин;

б) мижоз бозорни аниқлайди ва лойиҳа маҳсулотидан манфаатдор. Мижоз билан муносабатни қандай олиб бориш керак? Вазифа қандай?

2-вазифа: *Режалаштириш.* Режалаштириш 2 ҳил 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 менеджмент.

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. Ташки муносабат ва ахборот.
2. Ички муносабатлар.

5-вазифа: *Бажаришни назорат қилиш.*

1. Ҳар бир соҳани, материални, молиявий томонини, бухгалтерия ҳисоботларни ва ижтимоий омилларни назорати.
2. Вақти-вақти билан иш бажарилишини назорат қилиш.

6-вазифа: *Натижага мўлжал.* Мукофотлаш тизимини қўллаш. Елланган профессионал бошқарувчиларни таклиф этиш ва бошқалар.

Менежернинг билими - мохирлиги.

Мохирликнинг ривожланиши менежментнинг куйдаги асосий вазифаларидан иборат:

а) меҳнат ресурсларини режалаштириш;

1. Ишни нимадан иборатлигини ёзиб чиқиш ва ишловчилар штатини жамлаш режаси;
2. Шаҳсий ишловчилар тўпламини бутлаш;
3. Лойиҳани шакллантириш;
4. Штатдаги ходимларга ва маслахатчиларга раҳбарлик қилиш;
5. Штатдаги ходимларни ўкитиш ҳамда юқори хизмат поғонасига кўтариш.

б) ишга олинаётган кадрларни миқдор жиҳатидан самарадорлиги:

1. Билим;
2. Асосламоқ;
3. Мажбурият;
4. Мос келишлик.

в) ходимлар орасидаги алокалар:

1. Штатдаги ходимлар ва бўлимлар ўртасидаги мажбурият ва жавобгарликни тақсимлаш;
2. Айрим ходимлар ишни режалаштириш ва уни баҳолаш усули;
3. Эътибор билан тинглаш махорати;
4. Ишни тўғри ташкил этишни ўргатиш;
5. Суҳбат ва маслахат 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 тизимларни 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 ўзоққа чидамийлиги, ундаги қўйидаги масалаларнинг, яъни ундан фойдаланиш, техник томондан хизмат кўрсатишга, жорий таъмирлаш ва лойиҳанинг бошқаришга, ундан иқтисодий самара олишга қаратилган. Давлат ва халқаро ваколатхоналар: режалаштиришни тараққий эттириш биринчи ғалда лойиҳани ишлаб чиқиш, уни таҳлил қилиш ва қайта ишлашга қўйидаги масалалар бўйича ишлатиш, техник хизмат кўрсатиш ва жорий таъмирлаш лойиҳа ўзоққа чидамлийлигига (устуворлигига) эътибор берадилар.

Лойиҳани амалга оширишни кузатувчи назоратнинг мураккаб тизими ва режалаштрилган ҳамда ишлаб чиқариш ва молиявий фаолиятини таққослашни фақат баъзи-бир мамлақатларгина, масалан Жаҳон банки аъзоларигина доимо лойиҳани ишга тушириш ва техник хизмат кўрсатиши бўйича, ҳамда ушбу лойиҳа режадаги

иқтисодий самарадорлигига ега 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 назоратга талабни оширади, ҳамда лойиҳанинг устуворлиги ортиб боради.

Кейинги йилларда кўтарилган масала буйича қизиқиш ортганига қарамай, ҳозирги даврда лойиҳа устуворлиги ҳақида ахборотлар нихоятда ҳам 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 устуворлигини шубха остида 33% лойиҳанинг устуворлиги аниқ эмас деб топилган. Бўларнинг асосий сабаблари.

- техник хизмат кўрсатишга бўлган ҳаражатларнинг ортиши, жорий таъмирлашнинг қимматланиши ва инфраструктура бузилишининг тезлашиши.
- лойиҳанинг 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 ўзоққа чидамлилигини тараққий эттиришда шуни аниқладиларки лойиҳанинг давомийлик қобилияти унинг иқтисодий самарадорлигини таъминлашга боғлиқ эканлигини топади. Жаҳон банкининг иқтисодий рифожлантириш институти (ЖБ ИРИ) лойиҳа устуворлигини қўйидагича 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 ҳам асосий ҳисобланади. Ишлаб чиқариш тармоқларидаги лойиҳалар учун, масалан, саноатда, унинг фаолиятидаги ишлаб чиқариш ҳажмидаги фойдаланиш коэффициенти билан аниқланади. Аммо Жаҳон банки молия ажратаётган лойиҳалар бошқа мақсад кўзда тутилади, масалан: субсектордаги сиёсат, технологияни бериш ёки қурилишини ташкил этиш, бу сифатли деб баҳоланади.

ЖБ ИРИ таъкидлаши буйича 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 сифат ва миқдор жиҳатидан фаолиятини бирлаштирилади. Асосий гоя - унинг умрбоқийлигини аниқлаш. Бу қуйдагилардан иборат: ҳар қандай лойиҳа, у қишлоқ хўжалиги тегишлими, шаҳар, саноатга, транспортга ёки энергетика соҳасига-ми - у ўзлуксиз маҳсулот чиқиш учун тузилганми? каби саволларга жавоб бериш керак. Баъзи лойиҳалар учун (масалан: уй-жой ёки йўл қурилиши) белгиланган муддат 30 йилга хизмат қилишини ташкил этади.

Лойиҳани муваффақиятини баҳолаш.

Лойиҳа муваффақиятини баҳолашда унинг фойдали натижалари давом этиши маълум муддатда ҳисобга олади. Бамбергер ва Чема лойха устуворлигини аниқлашда альтернатив ёндошишини таклиф этадилар. ОЕД фойдаланадиган ёндошга чидамлийлик капитал ажратишнинг фойдаси ҳисобланади. Агар лойиҳани бир неча йил ишлатилгандан сўнг ундан олинган фойда уни ишга туширишдан олдинги кўзланган фойдадан кўп бўлса, бундай лойиҳа ўзоққа чидамли ҳисобланади. Агар бошқа томондан ҳисобланган фойда кам чиқса, лойиҳа чидамли эмас деб ҳисобланади. Иккинчи ёндошишда лойиҳанинг чидамлилиги қатор кўрсаткичлари асосида аниқланади, уларда лойиҳани нухталилиги унинг асосий кўрсаткичлари бўйича ҳисобланади.

Лойиҳани чидамийлига қатор омиллари таъсир кўрсатади. Жб ИИ 4-та асосий омилларни фарқлайди: иқтисодий ёки молиявий, техник, ташкилий ва стратегик. Бамбергер ва Чема ўз томонларидан таасуротларнинг кенг турларини эътиборга олади, масалан: лойиҳа тайёрланган ва амалга оширилган, лойиҳа ташкил этилган, унга ташки омиллар маҳаллий, (миллий ва халқаро сифатида), бунда режалаштирувчи органлар ва лойиҳа менеджерлари лойиҳани охирги омилига сезиларли таъсир кўрсата олмайдилар.

18.5. "Олга" хўжалиги инвестицион лойиҳасининг тижорат таҳлили.

Барча лойиҳаларни тайёрлашда таркибий қисми бўлиб шу 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. қўйида "Олга" хўжалигининг аниқ лойиҳаси кўриб чиқилади. бу хўжалик Тошкент вилояти юқори Чирчик туманидаги "Олга" хўжалигида тижорат таҳлили ўтказилган. Бу хўжаликда тижорат таҳлили ўтказишнинг асосий мақсади қўйидагилардир:

1) тайёр ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажми ҳисобида тайёр маҳсулотнинг бозор нархини тушириш таҳлили;

2) хўжаликдаги бор имкониятларни текшириш - бўлар хўжалик молларини Тошкент ва Чирчик шаҳарларида маълум ўрин эгаллашини кўрсатиш;

3) хўжаликда чиқариладиган маҳсулотга бўладиган талабни ўргаииш;

4) хўжаликдаги рақобат қила оладиган соҳани текшириш;

5) маҳсулотни сақлаш, ташиш, юклаш ва тайёр маҳсулотни сотиш ва юзага келган холатни текшириш.

"Олга" 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 Чирчик 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.

"Олга" хўжалигининг 1996 йил шаҳарга сотган дон маҳсулотлари схемаси.

18.1. жадвал

Буғдой (610 т)			Арпа (260 т)		
давлат буюртмаси	уруғлик	хўжа-лик учун	давлат бюртмаси	уруғлик	хўжалик учун
50 % 30,5	10% 61	40% 224	30% 130	10% 26	10% 104

Асосий ўринни буғдой ташкил этади, 1996 йил 610 тонна эди, шундан 50% давлат буюртмаси, 10 фоизи - уруғликка қолдирилди..

Жадвалдан кўриниб турибдики, буғдойга бўлган талаб ўзгарувчан. Бундан маълум бўлдики буғдой ишлатилишда биринчи ўринда туради.

Бугдойдан энг керакли озиқ-овқат тайёрланади, бунга нон ва нон маҳсулотлари киради. Аниқланган нарх ва ҳажм жойлашишига тўғри келади. Аҳолини ижтимоий мухофаза қилиш учун давлат нархларни pG га тенг холатда 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 бугдой экиш майдонларини qG да сақлаб туради.

Дон экиларнинг бозор учун зарур бўлган 10-та кўрсаткичи таҳлил қилинган.

18.2. жадвал

Бозорни 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. Иқтисодни ҳуқуқий тараққиётини созлаш.				x					
10. Маданий ва миллий одатларнинг ўхшашлиги.							x		
Ўртача баҳо.									
Бозорга чиқишни мақсадга мувофиқлик баҳоси.	Ўринсиз			Катта тавакалчилик			Мувофақиятли		

Ўзбекистон бозорида донга бўлган талаб ва таклифни кўриб чиқамиз (Тошкент шаҳри, 18.2.-расм) .

Келажакда агар давлат томонидан бугдойга буюртма бекор қилинмаса бозорда бугдойни эркин нархда сотиш тўхтайди. ҳозирги шароитда бир тонна бугдойнинг таннархи 5-6 минг сўмга яқин. Давлат уни бир тоннасини

ун икки минг сўмдан олмоқда. 1996 йилда хўжаликда етиштирилган қарам ҳажми 46,8 тонна бўлиб унинг сотилиши шундай бўлган: 10% (4,7 Тн.) аҳолининг истеъмолчига қолдирилган бир қисми туман тайёрлов корхоналарига жунатилган, колгани Тошкент бозорларига олиб келинган. Хўжалик шундай қилишга мажбур бўлиб қолди, чунки хўжаликнинг омборхоналари бунга мос келмайди. Бундан хўжалик анча зарар куради. Бу зарар маҳсулотни арзон нархда сотиш натижасида келиб чикади. 80% дан ортик 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 уругликка олиб қўйилган.

18.2. расм. 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.

"Олга" хўжалигининг маҳсулотини бозордаги холати, 1996.

18.3. жадвал

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
Чирчик бозорларида сотилган	-	-	4,35	15	59,3	77
Туман тайёрлов идораларига сотилган	42,1	90	-	-	-	-
Жами	46,8	100	29	100	77	100

Картошка.

18.4 жадвал.

Маҳаллий истеъмол	Тошкент шаҳрида сотиш	Уруғлик учун Ом-борхонада сақлаш
10%	61%	29%
30 Тн.	184 Тн.	90 Тн.

Томатлар.

18.5. жадвал.

Маҳаллий истеъмол	Туман тайёрлов идораси	Тошкент шаҳри консерва заводи.
10%	10%	80%
36,7 Тн.	36,7 Тн.	293,6 Тн.

18.2 жадвални текширув таҳлилидан маълум бўлдики 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 таклифларни эгри чизиқлари.

бу ерда: p - тенг вазнлик нарх.

q - тенг вазнлик хажм.

"Олга" хўжалиги томонидан таклиф эгилувчи эмас, чунки иҳтисослашган сақлаш омборлари йўқ, дастлаб ишлаб чиқилган маҳсулотнинг бир қисми мажбурий равишда тўғридан-тўғри далада тортган нархда сотилади. Томатларни Тошкент ва Чирчик бозорларига олиб бориш йўл алоқасини мураккаблиги (махсус транспортнинг йўқлиги эвазиґа катта миқдордаги маҳсулот яроқсиз холга келади) катта транспорт талаб қилади. Бу аҳволдан чиқишнинг бирдан-бир йўли сақлаш омборларини қайта қуриш ёки уни қайта ишловчи кичик заводни қурилишдир.

Иқлим шароитлари хўжаликда томат етиштириш учун катта ҳаражатлар талаб қилмайди. Етказилган ҳосилнинг асосий қисми Тошкент шахари бозорларида сотилади, бу эса маҳсулотнинг умумий ҳажмининг 80% ни, маҳаллий истеъмол 10%ни, поҳия тайёрлов ташкилотлари 10% ни ташкил этади.

Лойиҳада кўзда тутилган кичик ишлов берувчи заводни ишга тушириш хўжалик учун томат маҳсулоти бозорини кенгайтириш имконини очиб беради. Уша вақтда "Олга" хўжалиги маҳсулот етказиш учун зарур бўлган ресурсларни (уғит, кимёвий воситалар) шартномавий нарх билан олган. Шаҳсан мочевинани, аммофосни, калий хлоридни Қўйлик районлараро бирлашмасидан шартномавий нарх билан, захарли химикатларни район сельхозкимёдан (олтингугурт, қарате, децис, дроз, омайд, гербицидлари) шартномавий нархда.

Бозор нархида хўжаликдан "Ўзнавсабзавотуруг" дан уруғлик экиш материалларини олади. Шуни таъқидлаш 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. "Олга"

хўжалигининг ишлаб чиқарган маҳсулоти учун қўйидаги сотиш бозорлари шакллантирилган: (18.6-жадвал).

- район савиясидаги тайёрлов ташкилотлари Тошкент ва Чирчик шаҳарларида.
- давлат сектори тайёрлов ташкилотларида.
- хўжалик бозори савиясидаги кичик кўтара бозорларида.
- хўжаликнинг ўзини ва қушни хўжаликлар аҳолиси учун.

Қишлоқ хўжалик маҳсулотини 1995 йилда ишлаб чиқарилиши ва уни бозорга сотилиши. ("Олга" хўжалиги бўйича).

18.6.Жадвал.

Кўрсаткичлар	Каноп	Дон	Картошка	Сабзавот жами	Мевалар	Гўнг 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	

Бозор шароитларидан келиб чиқиб "Олга" хўжалиги ўз маҳсулотини давлатга ва бошқа истеъмолчиларга шартнома асосида ёки хўжалик бозорларида талаб ва таклиф асосида сотиш имконига эга. Давлат асосан

ботокли дон маҳсулотини буюртмага асосан сотиб олади, у асосий ишлаб чиқариш ҳажмидан 50% ни ташкил этади.

Сабзавотчилик маҳсулоти хўжалик томонидан Тошкент ва Чирчик бозорларида ҳамда хўжалик бозорларида сотилади. Сабзавотчилик маҳсулотининг асосий турлари аввалдан тузилган шартнома асосида жунатилади.

Хўжалик сабзавотчилик маҳсулотини етишитириш бўйича шартнома тузган. Шунга асосан маҳсулотни Тошкентдаги янги консерва заводининг кичик корхонаси "Фирдавсий" га беради.

"Олга" хўжалигида етиштирилган маҳсулотни Тошкент бозорига 1994 йилда олиб борилган ҳажми.

18.7. Жадвал.

Кўрсаткичлар	Картошка	Сабзи	Пиёз	Бодринг	Томат	Бошқалар	Мевалар
Ишлаб чиқилган тонна	493	200	760	40	30	1430	10
Рақобатчилар	Колхоз Сохибкор Жамбул хўжалиги Қўйи-Чирчик районы		Жамбул хўжалиги Қўйи Чирчик районы	Сохибкор хўжалиги	Намдонак хўжалиги Наркент районы	Сохибкор кизи	Авангард хўжалиги
Рақобатчиларнинг устунлиги	Бозорга якин жойлашгани транспорт харажатларини камайтиради	-	-!!-	-!!-	Бозорни яхши жойлаш тиради	Маҳсулотни истеъмол қилувчилар билан турғун муносабатда бўлиш.	-

"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, бўлар "Сохибкор" ва "Жамбўл" хўжаликлари Юқори Чирчик райони (картошка), "Сохибкор" хўжалиги (сабзи), "Жамбўл" (пиёз), Паркент райони , "Намданак" хўжалиги (томатлар), ўрта Чирчик райони, "Авангард" хўжалиги (мевалар).

Хўжаликни бозордаги рақобатчиларини аниқлаш ўзининг имконларни назорат қилишга рақобатчиларни устунлик томонларини ҳисобга олишга ва тижорат ҳарақатидаги камчиликларни бартараф этиш чора тадбирларни ишлаб чиқишга имкон яратади.

Бугдой бозорига қараганда томат бозори ўзига кўпроқ жалб этади. (5.8 балл 18.8. жадвали). Бу бозорда биринчи навбатда якка хокимликни 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:

-махсус транспортни томат ташишда 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 айтилгандек ҳозирги даврда қишлоқ хўжалик маҳсулотини эркин сотилиш тизимида тўлаконли бозор шаклланмаган. Этапдар билан

лойиҳалашни ишлашга киритишда ва бозор муносабатларини шаклланишида бозорни мажмуа изланишининг зарурати пайдо бўлади.

Шундай қилиб, қўйидаги тадбирларни ўтказиш тавсия этилади. Бозорни амалий-услубий изланишида тўла тижорат таҳлили ишлаб чиқилиши ва ундаги мавжуд камчиликлар бартараф қилиниши зарур.

Томатни бозорда сотилишини баҳолаш.

18.8. Жадвал.

Бозор тавсифи (кузатиладиган белгилар)	Баҳолаш шкаласи								
	Коникарсиз			коникарли			яхши		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Ишдаги фаоллик							x		
2. Нарх савияси						x			
3. Бозорни тўйдирганлиги								x	
4. Маҳсулот сифати						x			
5. Товар ассортименти					x				
6. Рақобат							x		
7. Алока 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 чиқишни мақсадга мувофиқлигини баҳоси	Мақбўл эмас			Катта таваккалчилик			Муваффақият мумкинлиги		

Бозорга жалб қилинишни ўртача кўрсаткичи 3+4+10+12+21+8=58/10=5,8 - маркетинг масаласи бўйича махсус штат бунёд этиш, унинг вазифасига бозор аҳволини хўжалик маҳсулоти учун умумий кўринишда, қисман ўрганиш киради:

а) иқтисослашиш масаласини ўрганиш, яъни бошқа турдаги маҳсулот ишлаб чиқарилишига ўтиш, у катта

муваффақият билан қишлоқ хўжалиги маҳсулоти бозорида рақобатга бардош бериш қобилиятига эга бўлиши;

б) сабзавотчиликнинг аниқ маҳсулоти учун бозор танлаш, у ерда томатни хўжалик катта фойда билан рақобатчилардан ўтиб сотиш мумкин бўлсин;

в) давлат хиссасини бошоқли дон ишлаб чиқаришда камайтириш, сиёсатни 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, шуни 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 шаҳсий бизнесининг ташкилий шаклини танлаб олиш учун дадиллик, мардлик хусусияти етишмайди, шу сабабли у ўзига ишлатиш учун тайёр корхонани имтиёзли шарт билан бошқа еки Ўзбекистон давлатдан, йирик фирмадан ёки уларнинг технологиясидан, товар маркаси (белгиси)дан фойдаланиш ҳуқуқига эга бўлади, яъни франчайзинг олади.

Франчайзинг - бу ўзаро маифаатли битимга асосланган бизнес олиб бориш усулидир. Бу битим йирик компания, ҳамда майда фирма еки 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 килди. Ишбилармонликни 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 бўлар франчайзингли компаниялардир. Масалан, франчайзинг "Дока-пицца" дастгоҳ ва технологияларни етказиб беради, ҳар ҳил турдаги материал ва жиҳозлар билан таъминлайди (наклейкалар реклама плақатлари, буклетлар, услубий тавсияномалар), ўкитишни 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 бўлиш Россия Федерациясидаги "Интерконгресс-Силлинг" (Санкт-Петербург) фирмаси фаолият кўрсатмоқда.

19.2. Франчайзингнинг асосий турлари ва қондаллари.

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. *Франчайзи* - 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 қўйидагилардан иборат: франчайзернинг сотиб олиш учун тўлаган тўлови зарурий капитални таъминлайди ва келажакдаги молия билан таъминлаш ташки заёмларсиз амалга оширилади, шу билан биргаликда бу тизим қандайдир янгиликни амалиётда кичик таваккалчилик билан текшириш имконига эга бўлади.

Камчилик қуйдагилардан иборат: франчайзер ўз даромадини ушбу тизим қатнашчилари билан бўлишади, 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 ҳаражат талаб қилади, бу эса эркин ишбилармон бўлиш учун қўшимча имконият яратади.

Харидорлар учун кенг маълум бўлган фирманинг ва унинг маҳсулотининг номи франчайзатга қўшимча ҳаражатларсиз 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 коплаш мажбуриятини ўз зиммасига олади ва барча зарурий хизматлар кўрсатади.

Франчайзингни иккита асосий тури мавжуд: товарли ва ишбилармонли. Товарли франчайзинг франчазиатга ҳар ҳил товар гурухларига тегишли бир тўплам товарни сотиш билан боғлиқ. тўланадиган хак франчайзиатлардан

маълум шароитларда ундириб олинади. Баъзи бир холатларда ушбу тўловлар кафолатли хизматга ҳақ тўлаш билан ва биргаликдаги реклама ҳаражатлари билан боғлиқдир.

Товар франчайзингининг муҳим элементлари - бу франчазиатлардир. Улар иккита вазифани бажарадилар: савдо корхоналарини барпо этиш учун капитал етказиб бериш ва уларга раҳбарлик қилиш.

Ишбилармонга (ишчан) франчайзинг ҳар ҳил 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 шаҳсий корхоналарга давлат томонидан махсус имтиёзлар берилади. Масалан, бюджетдан шаҳар транспортини ишини ташкил қилиш ва уни ҳарақат составини тўлдириш учун маблаг ажратади (янги транспорт воситалари билан). Шаҳсий корхоналар имтиёз ёки ҳуқуқдан фойдаланганлари эвазига солиқ тўлайдилар.

Ишчанлик франчайзенги ҳақидаги келишув франчайзер ва франчайзиатлар орасидаги муносабатларни охиргисига (франчайзиатларга) қўйидаги 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 д[illegible]дан 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 қабўл қилинган келишувга биноан хеч қайси бир томон бошқа томонни солиқ ва қарзига жавоб бериши мажбур эмас. Шунинг учун шартнома имзоланишдан аввал франчайзинг, франчайзер ва франчайзиатларнинг асосий вазиятларини чуқур кўриб чиқиши керак ва уни имзолашдан аввал омилкор мутаҳассис билан маслахатлашиш зарур.

Шартноманинг шу ёки бошқа бўлимларининг зарурлиги, франчайзер ёки франчайзиатларнинг келишилган шартлар асосида мажбуриятларни бажаришлари бўйича аниқланади. Шартнома тузишда қўйидагилар аниқланиши шарт.

- Маҳсулот сотиш учун франчайзиатда техник, франчайзорда эса хизмат кўрсатиш имкониятлари борми?
- Рақобатчи маҳсулоти билан солиштириб сотиш учун таклиф килган франчайзорнинг маҳсулоти ноёбми?
- Франчайзиат учун маҳсулот тайёрлаб берувчи ва аниқ бир ёрдам кўрсатувчи, франчайз унинг олдида қайси даражада жавобгар бўлади.
- Корхонанинг (франчайзорнинг) молиявий аҳволи қайси холда, франчайзиат кимнинг маҳсулоти билан савдо килмоқчи?
- Шу асосда ишловчи, бошқа корхона эгаларининг асосий фаолияти ва иш услуби қандай?
- Франчайзингда ишлаб чиқариши билан боғлиқ бўлган ва ҳар доим ўзгариб турувчи технология, имконият ва ресурслар борми?

- Франчайзинг шартномасининг давомийлиги қандай?
- Шартномани ўзгартиришга қандай шартлар ва ҳаражатлар керак?
- Маҳсулотни чет элдан келтириш қандай муддатда амалга оширилади, ўзгариш хавфи йўқми, чет эл валютасида йўқотиш мумкинми?
- Маҳсулот нархига таъсир кўрсатиш билан боғланган холда импорт учун бож қўйиладими ва қандайдир қоида борми?
- Франчайзга келадиган, франчайзиатнинг корхонага (франчайзоргга) тўлаши керак бўлган лицензия тўлови пул миқдори қанча?, (агарда у қўйилган бўлса). Бу пул миқдори қоидага кура корхонанинг рекламаси учун доимий ҳаражатга, маҳсулотни олга силжиши учун тадбирлар уюштиришга сарфланади.

Франчайзинг шартномасини тугатишдан аввал қўйидаги саволларни хал қилишиб 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 маблагларини жалб қилишда, ўзининг хусусий ишининг эгалари бўлишига интилувчилар учун имкониятлар беради. Бунда сарфланган маблаглар йиғиндиси қоидага кура, акционернинг ёки жалб этилган маблағидан, одатдаги инвестиция маблаглари ҳисобига таъминлаши мумкин бўлган, уша биргаликдаги ҳарақатни бир оз оширади.

Франчайзернинг даромадига биринчи галдаги унга тўланадиган бир маротибалик мукофот (АҚШда, масалан

25 дан 100 минг долларгача) ва ҳар доим ажратиладиган маблағлар (3 дан 12 фоизгача) қўшилади.

Франчайзиатга кўчмас мулкни, жихозларни, мулкни ижарага бериш, маҳсулот сотиш ва хизмат кўрсатиш ҳамда франчайзиатнинг турли савдо корхоналарини сотиб олиш ва қайта сотиш франчайзер даромадининг манбаалари ҳисобланади.

Франчайзиатлар фойдаланган, молиявийлаштириш услуби, уларнинг хусусий молиявий маблаги ва банк кредитлари бирикмаларидан, ҳамда мол-мулкни гаровга қўйишдан иборат. Бошқа холларда керакли маблаг кўпинча кичик тадбиркорларнинг маблағларини оширади.

Одатда мавжуд бўлмаган молия манбааларини топиш учун дастур ишлаб чиқаришда франчайзер иштироқ этсагина, улар ўз ишларини ташкил қилаоладилар ва уни керакли даражада ривожлантирадилар.

Чет эл мамлақатларида бундай маблаг қўйиш манбаалари қўйидаги 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 франчайзор ободонлаштирилган майдонни ўзининг турли корхоналарига ижарага олиб, уни франчайзиатга қайтадан ижарага беради.
2. "Кичик бизнес учун капитал қўйилма компанияси" ташкил этилади. бундай компаниялар кичик корхоналарга ссуда бериши мумкин ва ўз маблагини унга акция холда 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 корхоналарни қуриш учун, жавобгарлиги чекланган шерикчиликни ташкил этиш ҳақида оммавий таклифлар қилинади.

4. Кучмас мулк бошқарувини ташкил этилади ва франчайзиат орқали тугатилган иш давом этади. Кучмас мулк орқали молия таъминланади (бино ва ер майдонлари).
5. Биргаликдаги реклама ташкил қилинади.
6. Бошлангич ва кейинги ўқитиш ва франчайзор ёрдами орқали ташкил қилинади.
7. Ўқишга қандайдир бизнес орқали лицензияларнинг турли ҳил солиштирма паст нарҳда 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 маблаги 716 млрд. долларни ташкил этган. Франчайзинг тизими орқали 30 фоиздан ошиқ турли савдо ташкил этилади, бу 1813 млрд. долларни ташкил этади. Бу сўмманинг катта қисми автомобилларни сотишга ва бошқа товарлардан маҳсулот (370 млрд. доллардан ортик) ва автомобилларга ёқилги қўйиш манбааларига (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, дифференцнациялаш, жипслаштириш.

Биринчи босқич корхонани бозорда пайдо бўлиши билан тавсифланади, *иккинчиси* - корхонани тараққиёт этиш суръати, унинг бозорда тутган ўрнини мустахкамлаш билан, *учинчиси* - хўжалик фаолиятини

дифференциация қилиш, янги бозорларга суқилиб кириш, *тўртинчиси* - янгилик киритиш, стратегияни қайта қуриб чиқиш билан ёки банкрот бўлиш билан изохланади. АҚШ изланувчилари тадбиркорлик ташкилотини қўйидаги ҳаётий циклини ажратиб кўрсатадилар (худди тирик жондек):

1. Тугилиш 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. *Тугилиш даври* янги харидорни талабини кондириш, бош бозор майдонини янги сегментини эгаллаш. Асосий мақсад рақобатга бардош бериш, шунинг учун барча ишларда ташаббускорлик, муваффақиятга эришиш, чексиз меҳнатсеварлик хукм 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. Фаом-фаросатли таваккалчилик урнига илмий ҳисоб-китоблар ишлатилади. Ташкилот бозорда ўз майдонини эгаллаб даромад олишни барқарорлигини режалаштиришни амалга ошириди.

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 қўйидаги жараёнларни ўтади: миллий, мультимиллатли, Жаҳон аҳамиятига эгалик. Бу босқичда бошқарув усули марказлаштирмаган бўлиши зарур.

7. *Қариш даври* - ўсишни сусайиши ва катта қийинчиликларни мавжудлиги. Бундай қийинчиликларга корхона бардош беролмаслиги мумкин. Бунда бош вазифа ташкилотни сақлаб қолиш, барча воситалар билан жамоа макомни қўллаб-қувватлаш. Бунда ташкилотни модели бюрократия, раҳбарлик тури эса маъмурий бўлиб қолади.

8. *Тикланиш даври* - фаолият тараққиётини жонланиши корхонага тўла мажмуавий ўзгаришларни ўтказиш зарур. Бошқарув усули - ўйғатувчанлик 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 давлатни олиб бораётган иқтисодий сиёсатига боглиқдир.

Корхоналарнинг ишини самарадорлиги кўпинча уларнинг ташкилий таркибига ҳамда рағбарлик 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 нстиқлолига қараши керак. Фақат шундай йўл билан тадбиркорлик фаолиятини 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 муаммоларни мавжудлиги билан тавсифлидир. Бунга сабаб Ғарбий мутахассислар ҳисоби бўйича банкротликни деярли 60% корхонани бошқараолмасликга ва тадбиркорлик фаолиятини самарасиз режалаштирилиши сабаб деб биладилар.

Кичик ва ўрта корхоналар бошқаруви меҳнатни паст савияда тақсимланиши билан тавсифланади. Бу эса баъзи бир тадбиркорни хаддан ташқари иш билан бандлигини 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 макбўл шаклларини излаб топишда қўйидаги фикр мулохазаларга аҳамият берадилар: ҳар қандай бошқарув усули маълум вазифа ва мақсад билан боғлиқ бўлмоғи керак.

Раҳбарнинг хулқи ҳар ҳил мақсадларга эришишга имкон яратади. Шунинг учун ҳар ҳил турдаги бошқарув хулқига тўғри келадиган вазият учун тўғри келадиган бошқарув усулини топишга ҳарақат қиладилар. Бу эса қарорларни излаш, қабўл қилиш ва бажарилишини, ҳамда улар оқибатини назорат қилишни тақазо қилади.

Кичик бизнес корхоналарда раҳбарликни ишга ва одамга мўлжаллаган такомиллаштирилган усули кенг тараққиёт топмоқда. Корхона раҳбарлари ишловчиларни меҳнатини тўғри ташкил қилишини 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 ташки муҳитга кўникиш қобилиятига боғлиқ, яъни табиий ташкилий жараёнлар аралашиш таъсирини пасайтириш урнига 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 жамбада психологик муносабатларни соғломлаштириши 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 мослашувчанлигини - 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 кай даражада эга эканлигини аниқлайди.

Корхонанинг молиявий мослашувчанлигини аниқлаш учун қўйидаги 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 ликвидлийлиги - 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. Ўзоқ муддатли активлар қисқа муддатлийлигига қараганда таваккалчиликга эга, чунки биринчисидан озод бўлиш анча қийинроқдир.

Активларни ўзини-ўзи коплаш даври уларни иқтисодий рентабеллиги савиясини аниқлайди, яъни корхона учун ҳаётий муҳим кўрсатгичдир. У қўйидаги 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 ҳаражатлар), сўмда;

МТ - муддати ўзайтирилган тўловлар (кредиторлик қарзлар) сўмда;

А - активлар, сўмда.

Агар иқтисодий рентабиллик формуласини бошқача қилиб ўзгартириб айланмани (айланмақ1) кўпайтирсак, бу каби операциядан активлар рентабиллиги миқдори ўзгармайди, аммо иккита муҳим кўрсаткичга эга бўлиш мумкин.

Тижорат маржаси (тм) ва транформация коэффициенти (тк) қўйидагича бўлади.

$$Ри = \frac{ННЭИ}{А\text{-}МТ} \times \frac{айланма}{айланма} = \frac{ННЭИ}{айланма} \times \frac{айланма}{А\text{ - }МТ}$$

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 зурга 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 айланмаснга 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 ҳаражатлари ҳисобига олинганда, унда тижорат маржасининг савияси етарли даражада юқори 105/150 = 7% ўз аҳамиятини юқори трансформация коэффициенти ҳисобига йўқотади (150/(180+120)). Бундан келиб чикадики, 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, ҳаражатлар ҳажми ва таркиби таъсир кўрсатади. Трансформация коэффициентига корхонанинг фаолияти тармоқланган шароитлари, ҳамда унинг иқтисодий стратегияси таъсир кўрсатади.

Активларни ўзини-ўзи коплаш 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 ун 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% x100 = 125 млн. сўм.

2 та айланма 125% x125 =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 холатини конвертация қилиш учун шунча куч сарф қилиш керак бўлади.

Корхонанинг молиявий эгилувчанлиги сезиларли даражада унинг ўз фаолиятини йўналишини ташки 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 маблағига ва коniқарли 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 маблаглар йиғиндисидир.

Қимматбаҳо қоғозлар портфелини бошқариш - портфел таркибини таҳлил қилиш, тартибга солиш ва режалаштириш, уни шаклланиш фаолиятини амалга ошириш ва қўйилган мақсадларга эришиш учун унинг зарурий ликвидли савиясини, у билан боглиқ бўлган ҳаражатларин камайишини сақлаб қолишдир.

Портфел қўйидаги мақсадлар учун бунёд этилади: фоиз олиш, капитални сақлаб қолиш, ва капитал учун ўсишни таъминлаш (қимматбаҳо қоғозларни курс қийматини ошиши ҳисобига). Ушбу мақсадлар макбўл 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 қўйидаги турдаги қимматбаҳо қоғозлар тавсифлидир: ўсиш портфели, даромад портфели, таввакалчилик капитали портфели.

Ўсиш портфели бозорда курс қиймати бўйича тез усувчан акцияларга мўлжалланган. Портфел эгаларига дивидентлар унча катта бўлмаган ўлчамда тўланиши ёки бутунлай тўланмаслиги мумкин.

Даромад портфели юқори кундалик даромад олинишига йўналтирилган. Бир тёкис тўланиб турган фоизни ва бу каби портфелга кирувчи қимматбаҳо қоғозларнинг курс қийматига нисбати ўртача бозорникидан юқоридир. Уларни курс қиймати анча секин ўсиб боради.

Таввакалчилик капиталининг портфели "Ташаббускор" туридаги корхоналарнинг қимматбаҳо қоғозларидан ташкил топган. Бу корхоналар ҳар томонлама янги технология ва янги маҳсулот чиқарнш асосида тез кенгайиш стратегиясини танлаб олганлар.

Етук корхоналар ўзларининг хўжалик фаолиятларида (юқорида келтирилган қимматбаҳо қоғозлар портфеллари билан бир қаторда) кенг мувозанатлаштирилган иҳтисослашган портфелларга кенг меъёрда мўлжалланган.

Балансировка қилнинган портфеллар қисман курс қиймати тез усувчи қимматбаҳо қоғозлардан, қисман эса юқори даромадли қимматбаҳо қоғозлардан ташкил топган. Шундай қилиб капитални устиришдан ва юқори

даромад олишдан мақсад шу-ки умумий таввакалчиликлар 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 ўзоқ муддатли фондлар портфели белгиланган даромад билан, қоида бўйича, облигациялар ҳисобига шаклланади.

Камёб инфляция иқтисоди ва ишлаб чиқариш ҳажмини пасайиши, мулк таркибини ўзгариш жараёнини чукурлашуви шароитида портфелни шаклланиши ўз кўринишини ўзгартириб туриши мумкин. Бу тизим ўз ичига қўйидаги 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 таркибларни бунёд этиш.
5. Қимматбаҳо қоғозларни бозорининг нотўғрилиги шароитида курсни ўзгарувчанлигидаги олиб-сотарлик ўйини.
6. ҳосил мақсадлари (бозорни хабарлаш, ортиқча бозорлардан сугурталаниш).

Қимматбаҳо қоғозлар портфелини корхонанинг ҳар қандай тараққиёт имконида бошқариш портфелни энг юқори даромадга эришишига йўналтирилган бўлмоги зарур, яъни қимматбаҳо қоғозларни инвестициялардан келадиган даромад пул маблағларини жалб этиш ҳаражатларидан ортиқ бўлиши лозим.

Қимматбаҳо қоғозлар портфелини ноликвидлий-лигини икки холатда кўриш мумкин:

- кредитлар олдида ўз мажбуриятини вақтида ўзиш қобилияти, улардан қарзга олинган. улар ҳисобига қимматбаҳо қоғозлар портфели ёки унинг бир қисми шаклланган пул ресурсларини қайтариш;
- қимматбаҳо қоғозларинг барча портфелларини ёки уларнинг бор қисмини пул воситасига унча кўп бўлмаган курс қийматидаги йўқотишлар ҳисобига айлантириш қобилияти.

21. КИЧИК БИЗНЕСДА БАНКРОТЛИК.

21.1. Банкротлик - рақобат курашининг объектив ходисасидир.

Банкротлик - бу хўжалик юритувчи субъектининг иқтисодий қашшоқлиги, уни қарз мажбуриятлари бўйича тўловга қобилиятсизлиги, хўжалик судининг қарори билан ошкора эълон қилинганлигидир. Ўз ишининг маъноси билан банкротлик - бу бозор иқтисодидаги оддий холат, рақобат курашидаги табиий жараёндир, унда ночор тадбиркор таркиби ўзининг хўжалик фаолиятини тўхтатишидир. Рақобат курашининг натижаси - бу ишлаб чиқаришини 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 кондиришдан иборат, яъни улар манфаатини кондиришидир. Банкротликга учраган тадбиркор ёки корхона мулкини сотишдан асосий мақсад кредиторларга қарзни қайтаришдан иборатдир. Шу билан бирга кўпчилик давлатлар қонуниятлари 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 ошкорона иқтисодий қобилиятсиз қарздор деб аталишидир. Аммо банкротлик балки хўжалик юритувчи субъектнинг хаддан ташқари қарздори билан боғлиқ бўлиши мумкин. Бу иккинчи вариант амалиётда тадбиркорлик таркибини соғломлаштириш (санация) усули сифатида ишлатиши 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 фукаровий хуқуқий 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 урнига улар оддий йўл билан ўз ҳақларини хуқуқ ва шартномага асосан ўндириб берилишини талаб қилганлари маъқул бўлар эди. Тўлай олмаслик қобилияти ўзоқ 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 қабўл қилинади ва хўжалик суди тасдиқлайди.

Банкротлик замини - бу маълум ҳақиқий ҳолат бўлиб, уни аниқ шароитни ҳисобга олиб баҳолаш зарур. ҳар қандай тўхтатилган тўловни банкротлик замини деб ҳисобламаслик керак. Агар тўловларни тўхтатилиши ёмон

ният натижаси бўлса, унда у жиноят жараёни сабаби ҳисобланади. Шунинг учун ёмон ният ва қалбаки банкротлик муоммасини қўшимча равишда қайта қуриб 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 қўтарилиш ва пасайиш босқичларини босиб ўтади, кўплари банкротликга якинлашсалар, бошқалари банкротликга учрайдилар.

Чет давлатлардаги кўп йиллик корхоналарни оёққа туриши ва тараққиётига оид тажрибалардан келиб чикадики фирмани молиявий кризиси ва банкротлигининг сабаблари - бу талабни қисқариши, ишлаб чиқариш ҳажмини пасайиши, уни изидан чиқиши ва маълум бошқарув тизимини йўқлигидир.

Тараққиёт топган турғун иқтисодий ва сиёсий тизимга эга давлатларда банкротликга 1/3 қисмига ташки омиллар ва 2/3 қисмига ички омиллар сабабчи бўлар экан.

Бизнес амалиётида банкротликни олдиндан айтиб бериш учун Е.Альмашининг "Z-ҳисоби" ишлатилади.

$$\text{Z-щисоб} = \frac{(1{,}2\ ОК + 1{,}4 \times ДТ + 3{,}3 \times АФД + СХ)}{А + 0{,}6 \times ОАБК\ /\ П},$$

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 субъектни банкрот бўлиш имконини баҳолашда қўйидаги кўрсатгичлар нисбатини таҳлил қилиши 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 менеджерларининг ўзига хос хатоларини ажратиб кўрсатиш мумкин.

Иш бошловчи тадбиркорларни ва етук фирмаларнинг менеджментларини 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 худудида хўжалик юритувчи субъектлари билан биргаликда уларнинг мулк шаклидан қатъий назар юридик ва жисмоний шаҳсларнинг 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 кондириш, юридик шаҳс банкротни йўқотиш, жисмоний шаҳсни қарзлардан озод- қилишдир.

Қарздорга (банкротга) нисбатан хўжалик суди томонидан қўйидаги 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 шаҳслар томонидан ушбу қарздорни ва унинг меҳнат жамоасини сақлаб қолиш ниятида молиявий қўллаб-қувватлаш тушунилади. Агар хўжалик суди қарздорни мулки банкротлик ини бўйича олиб бориладиган ишлар ҳаражатига етмаслигини аниқласа, унда суд қарздорни банкрот деб эълон қилади ва банкротлик ишини тугади деб ҳисоблайди.

Банкротликни эълон килгандан кейин хўжалик суди томонидан тайинланган бошқарувчи кредиторларни ва қарздорни ҳуқуқ манфаатларини ҳимоя қилади ва банкротлик тўғрисидаги нинг нихоясига етказишга кумаклашади.

У қарздорни мулкини бошқаради, унинг сақланишини ташкил этади, кредиторлар талабини

банкрот бўлгани мулки ҳисобига кондиради, қарздорга юридик шаҳсга 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 чикмагунча бошқарувчига юридик шаҳсни тугатиши ман этилади. Юридик шаҳсни 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 колса унда юридик шаҳс тугатилмайди.

Тинчлик келишуви - бу қарздор ва кредиторлар орасидаги қарзларни тўлаш тўғрисидаги келишув бўлиб, унда қарзларни камайтириш ёки уларни тўлаш муддати ўзайтириш ва бошқа томонларни келушуви билан амалга ошириладиган шартномалар кўзда тутилади.

Тинчлик келушуви тузилган деб қўйидаги холатларда ҳисобланади:

1. Қарздор қарзларни ярмидан оз қисмини тўлашни таклиф этганда унга рози бўлиб 2/3 дан кам бўлмаган мажлис кредиторлари урнида бўлган қатнашчилари овоз берса, агар уларнинг талаблари 2/3 дан кам бўлмаган имтиёзсиз қиймат талабларни ташкил килса.
2. Қарздор қарзларини ярмидан кам қисмини тўлашни таклиф килса, 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 катъий назар тўғри деб топилади. Уни таъсир қилиш мухлати кредиторларнинг умумий мажлисида қарздорнинг таклифи асосида белгиналади. Хўжалик суди бошқарувчининг ёки кредиторнинг таклифи билан тинчлик келишувини қўйидаги холларда 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 хужжатлар 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 холларда, бу муддат хўжалик суди томонидан ўзайтирилиши мумкин.

4 БЎЛИМ. КИЧИК БИЗНЕС ВА МАРКЕТИНГ.

22. МАРКЕТИНГНИ ФИКР ЮРИТИШ УСУЛИ.

22.1. Маркетинг мақсад ва вазифалари.

Кичик бизнесдаги хўжалик юритувчи субъектлар ҳар доим харидорни мўлжал қилиниб қуйидаги саволларга топишлари керак: Қанча? Қай даражада сифатли? нимадан? Қачон маҳсулот ишлаб чиқарилиши керак. Бундан маълумки кичик тадбиркорлик таркиблари сони, сифати, фазовийли ва вақти ўлчамлари бўйича чекланган.

Улар бозорни эгаллаш учун амалга ошираётган хўжалик операцияларининг ҳаражатларини харидорлар учун олиб бориладиган рақобат курашида ютиб чиқиш учун камайтириб боришлари зарур. Натижада потенциал харидор унинг таклиф этган товарини харид қилади. Бу муаммони ечишида 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 кўрабилиш 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 ўрганиши, таҳлил қилиши ва конъюктура ўзгаришини олдиндан билиш асосида юқори фойда олишдир. халқ талаби ва пул тўлаш қобилиятини ишлаб чиқариш жараёнларини ташкил қилиш ва ишлаб чиқарилаётган товарларни истеъмол сифатини таъминлаш йўли билан тўла-тўкис қондиришнинг баъзи жиҳатдан қуйида келтирилди.

Бизнес муаммосини кенг қўлайлилиги ва қўп руйхатлиги шу жумладан унинг кичик шаклларини, бир қатор мақсад муаммоларини ишлаб чиқариш жараёнида, сотишда, реклама ишларида куйиши ва ечилишини кўзда тутади. Шунинг учун иқтисодий адабиётда "Маркетинг" тушунчаси тўғрисида турли туман таклифлар урин олган ва бир неча турдаги маркетинг ажратиб кўрсатилган.

Маркетинг - бу харидорни маҳсулот ёки хизматга бўлган талабини аниқлаш ва уни сўнги 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 ута 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 урни ва шарти, реклама ва рағбатлантириш.

Хар бир кўрсатилган элементни ишлатилишини ҳисобга олиб маркетинг "Микс" қуйидагиларни билдиради: истеъмолчини мўлжал қилиш, унинг талабини ўрганиш, истеъмолчи талабини ҳисобга олган холда

маҳсулот ва хизмат ассортиментини шакллантириш, барча товарни охирги истеъмолчигача қониқтирадиган то ҳарақатга келтирувчилар учун эгилувчан нарх белгилаш сиёсатни олиб борнш, қўлай ва амалга оширилиши мумкин бўлган олди-сотди жараёнини амалга ошириш, сотувчиларни ва воситачиларни маҳсулот сотгани учун истеъмолчиларни эса ушбу фирмани маҳсулотини 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.

Кулловчи 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.

Тараккиёт 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 тонтирувчи маркетингнинг асосий мақсади - маркетингни белгилаш ҳарақатини талаб тараққиётини керак томонига йўналтириш.

Синхрон маркетинг - бир қатор товарларни мавсўмий истеъмол қилинишида сотишни барқарор қилиш учун ва талабни ўзгаришини пасайтириш учун қўшимча чоралар эҳтиёжи кўрилиш пайдо бўлган холатларда ишлатилади.

Рағбатлантирувчи маркетинг - маркетинг тури бўлиб, талабни шакллантириш ва рағбатлантиришга йўналтирилган. Рағбатлантириш маркетингни ишлатилишининг уч ҳил соҳаси бўлиши мумкин:

1) истеъмолчи ушбу товар унинг хеч қандай манфаттга эга эмас деб ҳисоблаганда;

2) товар учун сотилиш регионн тўғри танламаганда эмас;

3) истеъмолчи ва бозор янги товар вужудга келишга тайёр бўлмаганда.

Кичик бизнес субъекти хўжалик фаолиятига маркетинг киритилиши тадбиркорликни самарасини оширишга кўмаклашади.

Кичик шаклдаги хўжалик юритиш субъектларини кундалик амалиётида маркетингни стратегик масалаларини амалга оширилиши қуйидаги йўналишларида амалга оширилади:

1) энг қўп ахборотни бозорни эгаллаб тўрган мухит 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 фаолиятни потенциал харидорлар, ишловчилар орасида тан олиш ва қўллашга эришиш учун ташвикот ишларни олиб бериш;

5) бозорда сотиш тармоғини бунёд этиш орқали, рекламалар сотувини рағбатлантирувчи тадбирларни ўтказиш, сотувчи воситачиларни, ўз харидорларини ва бозор, майдонини топиш учун ҳарақат 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 хоказо.

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 зарурия-тини ва талабини баҳолаш ҳисобига ошириш.	Ишлаб чиқариш ресурслари ва хизматларни тақсимлаш оралигида-ги мусбатни белгилаш.	Мақсадли харидорлар билан шахсий ёки биргаликдаги фойдани олиш ниятида кунгилдаги алмашувларни ўрнатиш, мустахкамлаш ва қўллаб-қувватлаш.

22.1. Расм. Маркетингни тадбиркорлик фаолиятидаги масалаларни ўзаро таъсир кўрсатиш.

22.2: Маркетинг фикр юритиш усулини ўзлуксиз 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 машаккатли йўлни босиб ўтди. Ута 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 холатда уларнинг товарларини етарли даражада етказиб беришдан келадиган потенциал йўқотиши унча катта эмас. Аммо бу каби ишлаб чиқариш жуда оз, унинг усиш имкониятлари чекланган. Халқ

сонини ўсиши билан қандай қилиб товар ва хизматлар таклифини кўпайтириш мумкин муаммоси пайдо бўлди.

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 холда, 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 миқдорисиз фирма рақобат курашида енгилади. Асримизниг 30-йилларида кўпчилик кучсиз компаниялар ўзларини банкрот бўлганлигини эълон килдилар, натижада барча давлатларда кўплаб ишсизлар пайдо булди. Фирмаларни бозор фаолиятини бошқарилишида янги ёндашиш усулларини ишлаб чиқилган маҳсулотга талабни рагбатлантиришни янги усул ва воситаларини аниқлашни яратиш зарурияти туғилди.

Бозорни ўрганиш натижасида товарни ишлаб чиқариш босқичига харидорнинг талаби аниқланади ва самарсиз 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 якин 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 мажбурияда киритилди. Бу эса жаҳон амалиётида чуқур текшириб курилган масалалар мажмуасини ҳал қилишда кўмаклашади; яъни:

- сотувчи ва олувчи ўртасидаги икки томонлама муносабатни бозорни ўрганиш, товарни таксимлаш ва ҳаракатлантириш ҳамада рекламани ташкил қилиш ҳисобига тиклаш;
- халқнинг сотиб олиш қобилияти, истеъмолчиларнинг сони, сифати ва тавсифи билан боглик бўлган ишлаб чиқариш кўрсатгичларини белгилаш.
- сотиш жараёнини рагбатлантириш учун рекламанинг самарали усулларини тараққиёт топтириш;
- истеъмолчилар манфаатини қондириш билан боглик барча тадбиркорларнинг асосий мақсади сифатида мувофиқлантиришни амалга ошириш.

Бизнесда бундай фикр юритиш усулини ишлатиш кичик шаклдаги хўжалик юритишни самарадорлигини оширади, чунки товарлар ва кўрсатиладиган хизматлар доимо талабга эга бўлдилар.

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 мухим вазифаси корхонани ишлаб чиккан товар ва хизматини алмашув жараёни билан боглик бошқарув тизими .

Кичик бизнесда харидор ва хўжалик юритувчи субъектлар муносабатлари мажмуаси бўйича жавобгарлик тўғридан-тўғри маркетинг тизимига ҳисобланади Ечиладиган масалаларга асоси маркетинг вазифаси бир неча кичик вазифаларга бўлиниши мумкин. (22.2 расм).

Вазифа (масала)	Кичик вазифа
1. Бозор талабини тўла ҳисобга олиш.	Маркетинг изланиши.
2. Ишлаб чиқариладиган маҳсулотни мўқобил ассортиментини аниқлаш.	Маҳсулот чиқариш ва маҳсулот турини режалаштириш бўйича спёсат ишлаб чиқиш.
3. харидор учун маҳсулот нархини аниқлаш.	Нарх спёсати, нарх белгилаш.
4. Товарни етказиб бериш.	Тақсимлаш. Тақсимлаш каналини танлаш ва бошқариш.

22.2. Расм. Маркетингнинг кичик вазифалари.

22.4. Маркетинг тадқиқотлари, олдиндан билиш ва режалаштириш, бошқариш ва маркетинг назорати.

Маркетинг тадқиқотлар - бу товар ва хизматларни айрибошлаш ва ишлаб чиқарувчининг сотиш билан боғлик барча маълумоти ва муаммоларнинг мақсадли тўпламини таҳлил қилишдир. Маркетинг тадқиқолари муайян товарни бозорининг мавжудлиги ва уни эгаллаш ва мустахкамланиб қолиш каби саволларга кўпроқ амалий жавоб беради. (А. Хоскинг). Маркетинг тадқиқотини ўтказиш қуйидаги тартибда амалга оширилади:

- масалани қўйилиши ва фирма олдида тўрган муаммоларни аниқлаш;
- тадқиқот мақсадларини аниқлаш ва ҳаражатларни 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 ҳаражатини ва сотишни рағбатлантирилиш натижаларини таҳлил қилиш. Маркетинг тадқиқотлари натижасида олинган ахборот тадбиркорлар учун хўжалик стратегиясини ишлаб чиқишда ва амалга оширилишида мухим 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 ҳаражат имкониятларини ўрганиш;
- сотиш ва пуллашни ўзгариши;
- реклама ҳаражатлари ва уларни ўзгариш йўналишлари;
- товарни ҳарақатлантириш тадбирлари;
- бозорни кенгайтириш имкониятлари;
- харидорни кенгроқ ва аниқроқ тавсифлаш (яъни ёши, оила таркиби, даромадлар савияси маълумоти, жугрофик таксимланиши, ўзоқ муддат ишлатиладиган товарга эгалиги, улар каерда ва қандай сотиб олинади, ахборот қандай воситалар билан олинган ва бошқалар);
- асосий рақобатчилар томонидан эгалланган бозор қисми;
- тақсимланиш таркиби;
- бозор холатига таъсир кўрсатадиган асосий ижтимоий-иқтисодий кучларни аниқлаш;
- товарларни ва уларни сезилишини ўрганиш;
- маҳсулот белгиси (марқаси);
- товарни жойлаштириш;
- шакли, ўлчамлари, химояланиш хусусияти, ёрлиқлари ва этикеткаларининг турлари;
- хизматлар, реклама, алока йўллари, сотилишда изланишлар;

- тақсимлаш, нарх ва сотиб олишга қизиқтириш;
- экспорт бозорлари.

Тадбиркор томонидан қабул қилинадиган маркетинг қарорларни кўпчилиги келажакда пайдо бўладиган ходисаларни баҳолашга асосланган. Уларни тўлароқ ҳисобга олиш учун маркетингда ўзоқ 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 хақидаги қарорлар ва маркетинг стратегияси билан боғлиқ бўлганда ўзоқ муддатли олдиндан билиш ишлаб чиқилади. Ўрта ва қисқа муддатли прогноз асосан молия, ҳом-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 фарқини кўриб чиқадилар. А.Хоскинг таърифлаши бўйича, ўзоқ 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 ҳарақатларини мувофиқлаштириш;
- ташқи мухитнинг кутиладиган тараққиёти омилларини ва уни ўзгарувчилик даражасини аниқлаш;
- фирма ходимларини кутилмаган холда пайдо бўлганда бефойда ҳарақатларини камайтириш;
- бажарувчилар оралиғидаги самарали муносабатларни таъминлаш.

Маркетингнинг стратегик режаси корхонанинг хомашё, 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 келажак ишлаб чиқилади. Ушбу дастур бозор конъюктурасининг ўзгаришлари асосида тартибга солиб турилади.

Дастур учта ўзаро боғлик блокдан ташкил топади: фирманинг мақсадлари, фирманинг хўжалик портфели стратегияси ва фирманинг ўсиш стратегияси.

Фирманинг мақсадлари уларни аҳамияти асосида гурухланади. Бош мақсад ва сўнги савия мақсадлари аниқланади, (мақсадлар дарахти). Мақсадлар дарахтини куришда вақтинчалик интервал қоидасидан фойдалинади, сўнгра ўзоқ 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 гурухлари 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 боғликдир. Американинг "Бостон консалтинг гурухи" кичик фирмаларни стратегиясини тўртта асосий турини таклиф этади: (22.3. расм).

"Қалбаки қўзикорин" "Чақувчи асаларилар"
"Доно пескар" "Ҳамелеон"

22.3. расм. Кичик фирма стратегиясининг асосий турлари.

Кичик фирма томонидан "Қалбаки қўзикорин" стратегияси танлаб олинганда барча диққат эътибор йирик компанияни 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 рўзгорда ишлатиладиган радиоаппаратура учун зарур предметларни ишлаб чиқариш шаклида олиб борилади. "Қалбаки қўзиқорин" вируси жуда жониқаттиқ бўлиб чиқди, чунки нусхалар албатта асосий маҳсулотга нисбатан анча арзон нархда сотилади.

Кичик фирмаларда илмий изланиш билан боғлик ҳаражатларни бўлмаганлиги сабабли товарни арзон нархда сотишлари мумкин асосий маҳсулот чиқарувчи йирик компаниялар бу каби ишлар учун ҳамда ривожланиши учун катта ҳаражатларни 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 макбул 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 ёкилги бериш шахобчаларига маблағ сарфлаш самара бермайди. Бу ерда фойда унча катта бўлмайди, лекин маош ҳаражатлари 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 тусик бўлади.

Бозор иқтисодиёти тараққиёт топган давлатларда кўплаб кичик фирмалар "чакиб олувчи асаларилар" каби йирик компанияларни кичик самарасиз ишлаб чиқариш билан чекланиб қолмасдан улардан халос бўлишга киришади, бу эса йирик компанияларни умумий ҳаражатларни камайишига олиб келади. Кичик фирма учун алохида хўжалик юритишнинг кичик элементи йирик компанияларни кичик бўлинмасига ўхшаб оралик 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 холатдан кутилиб қолиш мумкин. Кичик бизнес корхоналари рақобат курашида йирик компаниянинг "рангига кириш" учун ишлатадилар "Ҳамелеон" тактикасини.

Бу каби стратегияга мисол қилиб франчайзингни кўрсатиш мумкин. Кичик бизнесда маркетингни тактик режалаштириш аниқ топшириклар тизимини якин келажакдаги корхонанинг тадбиркорлик стратегиясини ўз ичига олади яъни: ассортиментли, савдо, нарх, реклама, молиявий ва кадрлар бўйича.

Маркетингни амалдаги режаси яқин мақсадларининг ҳозирги холати маркетинг вазиятини тавсифлаш, имкониятлар таҳлилини, рақобатчиларни кучли ва заиф томонларини, молиялар ҳарақатини, режалаштирилган даромадлар ва ҳаражатлар мувозанатини, ташкилий-бошқарув ҳарақатларини 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 боғлик.

Маркетинг бошқарувчининг ташкилий таркиби идораларнинг яхлити тизими бўлиб, ишчи-хизматчиларни самарали ишлашини хўжалик юритувчи субъектни олдига куйган 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 алохида гурухлари бўйича курилган.

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 алохида таркибий бўлинмалари орасида аниқ тақсимланишини белгилайди. (22.4. расм).

22.4. Расм. Маркетинг бошқарувининг ташкилий таркиби.

22.5. Расм. 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. Нарх сеткасини маҳсулот ҳаёти даври учун яратиш сотув бозорини аҳволини ҳисобга олиб. Маҳсулотни рақобатбардошлигини ошириш чора-тадбирларни яратиш.
Харақатланиш	Товар ва хизматларни таксимланиш сиёсатини ишлаб чиқиш. Таксимланиш каналини бошқариш. Таксимланиш хажмини 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. Расм. Товарни сотилиши мақсадидаги тадбирларни бошқарув чизмаси.

Стратегик назорат хўжалик юритувчи маркетинг субъектлари фаолиятини мухим бозорда ҳақиқий жараёнлар оқимига тўғри келишини текшириб туришдир. Даромад олиниши бўйича назорат қилиш тадбиркорлик таркиби фаолиятидан олинган даромадни ва кўрган зарарларни, ҳаражат ва натижаларни солиштириш асосида таҳлил қилиш. Йиллик режа назорати - бу амалдаги назорат бўлиб қўйилган масалаларни ечими ва кузланган мақсадга эришишдир.

22.7. Расм. Маркетинг бошқарувининг бозор-функционал ташкилий тизими.

Тадбиркорликнинг самарадорлигини оширишда мухим урин маркетинг назорати ҳисобланади (22.8-расм).

22.8. Расм. Маркетинг назоратининг асосий шакллари.

22.5. Тижорат таҳлили асосида бозорни ўрганиш.

Маҳсулотингизни юқори сифати уни муваффақият козонишига олиб келади деган анъанавий фикр тижорат ишлари учун асос булолмайди. Шунинг учун хали маҳсулот чиқарилмасдан олдин дастлабки этапда шундай бозорни танлаш керакки, унда ҳозирги вазия учун фирмани номи ҳаммага маълум бўлганда сиз етарли даражада муваффақият билан бозорда товар сотишингиз мумкин.

Бозор турлари.

22.7. Жадвал.

Бозор - бу инсонларга эскитдан таниш бўлган бу 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 гурухини 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 ва вақт ва ахборот тоқчиллик шароитида давлат ичида, мустакил республикаларда ва балки хорижда потенциал бозорлар топиш зарур (22.7, 22.8-жадваллар). Шунинг учун иккинчи этапда потенциал бозорларни тез фурсатда маълум (хозирча 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 боғликдир.

Бизнинг холатда иқтисодий кенглик деб товар алмашуви учун ишлаб чиқарувчи (коммерсант билан) ва истеъмолчи орасидаги ҳақиқий шароитларни бунёд этилишидир.

Бунёд этилувчи вазиятни кенгликда фараз қилиш учун 3та ўлчамни ажратиб кўрсатиш мумкин:

1) таклиф этилувчи товар тури;
2) иқтисодий жараёнларида иштироқ этилувчилар сони;
3) алмашлув жараёнларининг таркиби.

Бозор инфратаркиби.

22.8. Жадвали

Капитал бозори	Ишлаб чиқариш воситалари бозори	Меҳнат бозори
Фонд биржаси. Сугуртали. Аудиторли. Брокерли компаниялар. Тижорат банки. Давлат сугурта назорати. Давлат солиқ инспекцияси. қимматбаҳо қоғозларни назорат қилиш давлат инспекцияси. Давлат мулки фонди. Регионал созлаш инвестицион фонди. Илмий-техник дастурлари фонди. Тўрғунлик фонди. Инновацион фондлар.	Товар биржаси. Савдо уйлари, Савдо-воситачи корхоналар. Тижорат марқази ва компаниялари. Лизинг компаниялари. Акционерлар. Ярмарқалар. Давлат резерв ва сугурта фондлари нарх ва стандартлари назорати. Давлат инспекцияси. Контракт тизими. Якка хокимлик (монополияга) қарши қумита.	Меҳнат биржаси. Кадрлар тайёрлаш марқази. Бандлик фонди. Бизнеснинг тижорат марқази. Тадбиркорликга ёрдам бериш давлат фонди. Нафақа фонди. Меҳр-шавқат фонди ва бошқалар.

Бу ерда ҳар бир ўлчам бир ҳил турдаги вазият тўплами куринишида тавсия этилади. Шундай қилиб иқтисодий майдон шу сузнинг қисқа маъносида бир ҳил

вазиятлар тўплами кўринишида тавсия этилади, улар ҳар ҳил "Ўйин коғозлари" кўринишида қонунларда, йўриқномаларда, шартномаларда тавсифланиши ва белгиланиши мумкин.

Аммо ҳар бир турдаги вазият унинг ўзига хос хусусиятларига эга, улар албатта корхона стратегия ишлаб чиқишида диккат 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) мулохаза 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;
- якка хокимлик бозори;
- олигополия (бир неча қатнашувчилик бозори)

Уларнинг ҳар бирининг ўзига хос тижорат фаолияти шароити пайдо бўлади. Айрибошлаш жараёни таркибига боғлик холда бозорни ҳар томонлама ёки сегментланган эгаллаш, бунда бу бозорлар, энг мухими ўртача аҳамиятга эга бўлишлари мумкин, яъни улар туйдирилган ёки камчилиги бўлган бўлишлари мумкин.

Бу шаклдар истеъмолчилар томонидан ҳам ва ишлаб чиқарувчилар томонидан куриб 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 муносабатларнинг турлари кўрсатилган.

Бозорда юзага келадиган ҳар қандай вазият айрибошлаш жараёнига маълум талаблар куяди, чунки амалиёт кўрсатадики маълум вазиятларда каътий аниқ иқтисодий шароит юзага келади, бўлар даврида иштирокчилар манфаатларига риоя қилинади, бу шартларни бузиш ёки "Ўйин қоидасини" бузилиши иқтисодий зарарга олиб келади (қоида бўзганлиги учун тўлов). Айрибошлаш жараёнининг таркиби тўртта бир турдаги вазиятни ажратиб кўрсатишга имкон яратади, улар зарурий миқдорда холатни тавсифлайди ва бозордаги ўйин шароитини ва хулқ стратегиясини аниқроқ белгилашга имкон яратади.

Умумий вазият иккита асосий ўлчамни бирлаштирилиши билан изохланади: бозорни туйдирилиши ва бозор талабини коплаш усуллари билан. Бир неча ўлчам бўйича иккита асосий вазиятни ажратиб кўрсатиш мумкин: бозорни туйдирилган бўлиши ёки бозорда етишмовчиликни, қониқтирилмаган талаб бўлишидир.

Бозорда талабни қониқтириш усули бўйича ажратиб кўрсатиш мумкин ҳар томонлама ёндошиш, унда битта фирма барча талабларни қондиришга ҳаракат қилади ва сигментли ёндошиш бир неча ва кўп фирмалар бир турдаги товарни ва хизматни ишлаб чиқариб улар ҳисобига барча талабларни коплашга уринадилар.

Иштирокчилар бўйича сегментация.

22.11. Жадвал

Талаб таклиф	Кўп	Бир неча	Битта
Кўп	Тўла ҳуқуқли рақобат (П-бозор)	Олигополли талаб бўйича	Якка хокимлик талаб бўйича
Бир неча	Олигополли таклиф бўйича	Иккитомон-лама олигополли (О-бозор)	Чекланган якка хокимлик талаб бўйича
Битта	Ишлаб чиқарувчининг якка хокимлиги	Ишлаб чиқарувчининг чекланган якка хокимлиги	Икки томонлама якка хокимлик (М-бозор)

Шундай қилиб бозор муносабатларида тўртта асосий вазият пайдо бўлади, улар иқтисодий майдонни чизма куринишида расмида ўз аксини топдилар. ўз ишини бошломоқчи бўлган тадбиркор учун туйдирилган бозорлар нима билан тавсифланиши ва қандай шароитларда бу бозорларга кириш учун қандай ҳарақатлар қилиш кераклигини билиш мухимдир.

Бу ерда кичик корхоналар қўп куч ва маблағ сарфлаб ўз товарларини тараққиёт тонган давлатлар бозорига олиб чиқишга уринмоқдалар. Мазкур бозорларда уларнинг товарларига ухшаш товарларнинг борлигини куриб, етарли экалигини билиб, у бозор бундай товарларни кутмаганлигига ишонч ҳосил қилиб товарни тайёрлаш учун қўп ҳаражат сарфлаганликларига ачинадилар, пушаймон қиладилар.

Шунинг учун ўз ишингни бошлаган пайтда вақтинча иштахага чек куйиш керак ва аввал ўз имиджингни бунёд эт, рақобатбардош маҳсулотни ёки хизматни ярат, шундан кейингина ўзининг шуҳратфарастлик хатти ҳарақатингни қониқтиришга ҳарақат қилиш керак. Аммо бунинг учун бозорни бошлангич даражада эгаллаш учун кафолатланган тижорат муваффақияти керак.

Товар тавсифи ва уни сотилиш шароити.

22.10. Жадвал.

Бозор тури	Товар тури	Сотиб олишдан мақсад	Қарор қабул қилувчи	Шартлашув тури ва жойи
Истеъмол бозори К-бозори	Истеъмол товарлари. Ўзоқ 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 оширши. Меҳнатга шароит яратиш. Ижтимоий инфратарқибни яратиш	Тадбиркор шартнома бўйича ташкилот вакили	Бевосита шартнома. Кўтара дукон. Товар биржаси.
Олиб-сотиш бозори С-бозори	Истеъмол товарларни олиб сотиш корхонаси бошқаришлар учун истъмол товарлар	Манфаатли нарх билан сотиб олиш ҳисобига ёки қўш даромад олиш ёки ассортименти шакллан-тириш	Тадбиркор Ташкилот гурухини вакили	Бевосита шартнома Товар биржаси Кўтара дукон ярмарқаси
Давлат бозори S-бозори	Инвести-ция товарлар. Истеъмол товарлари. Фойдаланиш товарлари, хизматлар.	Ижтимоий талабни қондириш. Давлат мудофаа манфаати. Амалиётда валюта курсини ушлаб туриш.	Давлат гурухини шахсий ташкилот вакили.	Давлат буюртмаси Конкурс. Иқтисослашган магазинлар
Молия бозори Г-бозори	Қимматбаҳо қоғозлар. Валюта. Кредит ресурслари	Шахсий жамгармаларни ишлатиш ҳисобига қўшимча даромад олиш.	Тадбиркор оила якка ташкилот вакили.	Банклар фонд биржалари

Шунинг учун ҳар ҳил таркибдаги алмашлов жараёнлари бўлган бозорларда корхоналар хулқини нима билан фарқланишни солиштириш қизиқ кўринади. Шундай фикр тарқалганки, яъни туйдирилган бозор бу товарни доим савдода бўлишидир. Аммо бу белги туйдирилган 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 хақида кетиши керак.

Фақат бу каби товарни етарли сони бозорни ташқи тавсифини бунёд этиш шароитига эга бозор туйдирилган бозор бўлолмайди. Шундай қилиб, умумий холатда 60 та турдаги бозорни ажратиб кўрсатиш мумкин, улар шарти билан сизнинг корхонангиз яшаши керак. Табийки бу каби иқтисодий шароитларни турли-туманлигида битта ҳам корхона ишлаш қобилиятига эга эмас.

Шунинг учун потенциал бозорларини тезда диагностикасини (ўтказиш керак) жугрофик майдонда корхона фаолияти шарти бозорда маъкул бўлган нуқтани топиш учун ўтказиш керак. Корхоналарнинг бу каби фаолиятини бошлангич шартини товарларни танлаш, молия билан таъминланиши, ҳамда маркетинг стратегиясини аниқлаш учун ва тижорат муваффақиятига эришиши мақсадида товарни потенциал истеъмолчиларни жалб қилиш зарур.

23. ТОВАР БОЗОРЛАРИ ВА УЛАРНИ ТАВСИФИ.

23.1. Товар бозорларининг мохияти.

Кичик бизнес турли-туман мухитда хукм 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 шугулланувчи хўжалик субъектлар 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 "таксимлаш индустрияси" деб аталади ва хизмат кўрсатиш соҳасига киради.

Товарлар - бу материал предметлари, шу билан бирга хизматлар ҳамдир, уларни ашёвий англаб ва куриб бўлмайди. Хизматларга банк иши, сугурталаш, ўйин-кулги соҳаси, ҳамда товарни манзилга етказиш, жойига ўрнатиш, машина ва дастгоҳларни сотувдан кейинги хизмат кўрсатиш, маслахатчилик 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 физиқ хусусияти бўйича	Тез ишдан чиқувчи товарлар бозори ўзоқ 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, гурухий 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 гурух бир ҳил 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. ўзоқ ва якин хорижий давлатларнинг асосий товар бозорларининг тавсифи.

Бозор иқтисодини мутадил хукм суриши товар ва хизмат бозорларини меҳнат ва қимматбаҳо қоғозлар бозорини тараққиёт топтиришни мўлжал қилади. Собик СССР республикаларида бозор тузилиши фақат бошлангич 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 Беларусь республикасида йирик корхоналар томонидан ишлаб чиқилган маҳсулотлар унинг ташқарисида сотилади: тракторлар - 95,8%, автомобиллар - 91%, дастгохлар - 84,3%, музлатгичлар - 85,3%, телевизорлар-77,3% ва хоказолар (23.1 жадвал).

23.1 жадвалдаги берилганлар шуни кўрсатадики, 1991 йилдан бошлаб республика корхоналари томонидан ўзоқ ва яқин хорижий давлатларга етказиб берилаётган асосий товарлар тури аста секин камайиши кўзга ташланади: 1991 йилда умумий ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг 65,5%, 1992 йилда - 62,1%, 1993 йилда -

58,2% четга чиқарилган, аммо экспортни хиссаси бироз ошгани сезилди: 1994 йилда - 61,2% гача, 1995 йилнинг 10 ойда - 65% гача.

Сотилиш хажмини қисқариши ишлаб чиқаришни қисқартиришга олиб келди. Агар 1990 йил даврига нисбатан экспорт хажми натурал ўлчамда 65% га камайган бўлса, ишлаб чиқариш хажми - 68% га камайган.

Масалан, юк ташувчи автомобиллар экспорти 5 маротаба қисқарган бўлса, ишлаб чиқариш 2,9 марта қисқарган. Транспортларни 3,36 марта кам сотиб олганлар, уларни йиғиш эса 3,28 марта камайган, дастгохлар экспорти 4,2 марта қисқарган (узоқ хорижга фақат 200 дона дастгох сотилган).

Ички бозорда фақат 100 минг дона миқдорда ишлаб чиқилган трактордан 4 мингтаси, 38,3 минг юк автомобилдан 3,3 мингтаси, 728 минг музлатгичдан - 107 мингтаси, 1,3 млн. телевизордан 107 мингтаси сотилган.

Ишлаб чиқариш вазифасини бажарувчи маҳсулотни ички бозорда сотилиш вазияти унинг оз хажмидалигига қарамасдан ишончсиздир. 1995 йилнинг январь-ноябрь ойлари давомида қишлоқ хўжалиги корхоналари томонидан фақат 146-та трактор (1990 йилда 9095), 71 автомобиль (1990та йилда 10090та), 30 силос ўрувчи ва 3 картошка қазиб олувчи комбайн (1990 йилда тегишли холда 100 дона ва 991 та бўлган) сотиб олинган.

Якин хорижий давлатларнинг халқ истеъмоли моллари ички бозори чукур инкироз билан тавсифланади. Бу қуйидаги сабаблар билан асосланади:

- талаб ва таклифни мувозанатда эмаслиги сабабли.
- савдо хокимлиги ва ишлаб чиқарувчилар олдида харидорни химояланмаганлиги.
- халқ асосий қисмини сотиб олиш қобилиятини пастлиги.

Охирги беш йилликда Белоруссияда озиқ-овқат ва ноозик-овқат товарлар товар айланмаси кескин қисқарди (23.2 жадвалда).

Беларусь республикаси корхоналарининг мухим турдаги маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва экспорт қилиш динамикаси.

23.1 Жадвал.

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
Метал қуювчи дастгохлар (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
Музлаткич-лар (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 кумитаси маълумотига кўра Россияда 1995 йилнинг 9 ойида ўтган йилни шу даврига нисбатан асосий озиқ-овқат маҳсулотини ишлаб чиқариш 18-33%га қисқарган. Ушбу кумитани экспертларининг таҳлили бўйича 1996 йилнинг биринчи ярмида гўшт маҳсулотларининг камчилиги 400 минг тоннага баҳоланади, сут маҳсулотлари учун - 1 млн. тоннани ташкил этади.

Собиқ СССР ннинг давлатларида ишлаб чиқарувчиларнинг аҳволини ёмонлашуви стратегик режада, уларнинг жаҳон бозори конъюктурасига қараганлиги эвазига юзага келган.

Белорусия республикасида чакана савдо айланмасининг умумий хажмида озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарлари нисбати.

23.2 жадвал.

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 иттифокни минтакаларини халқаро хўжалик алокалари тизимига сиқилиб кириши товар ишлаб чиқарувчиларнинг кризисига иқтисодий майдонда бош тизим бунёд этувчи омили бўлиб қолади.

Энергия бунёд этувчи воситалар ва хом ашёга ҳаражатларни доим ошиб бориши, маҳсулотни сифатини савиясини пастлиги ҳамдўстлик давлатларнинг мол етказиб берувчиларга ўзоқ хорижий давлатлар бозорига чиқишга йўл қўймайди.

Собиқ СССР давридаги корхоналарни технология жиҳатидан қолоқлиги, асосан халқ истеъмол товарларини ишловчилар, дунёда қабул қилинган хом ашё ва энергиялар меёридан 2,3 марта ортиқлиги, якин 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 ҳаражатларини 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 мухим ёкилиги-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 оралигидаги 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-ҳил минтакаларини истиқлол тараққиётини минтақавий агросаноат бозорларини шаклланиши тавсифига сезиларли таъсир кўрсатади.

23.4. Товар бозорининг таркиби ва уни бошқарувини 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 мухим элементларни алохида 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* - транспюрт тизимлари омбор ва идишлар хўжалиги, ахборот тизими ва алока воситалари, уларга ахборот ва маълумотлар тизими, ишлаб чиқариш тахмин вазифасига оид маҳсулотлар бўйича ва борча истеъмол товарлари бўйича, маҳсулотни чиқарувчи ва истеъмол қилувчи, товарга қўйилган нархлар ва бошқалар;

- *кредит ҳисоб базаси* - у алохида банк сугурта тизимидан, йирик эркин банк ва кредит омонат идораларидан ҳамда хажми 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 илгор томонларини тўлароқ ишлатиш зарур. А.Хоскинг уни қуйидаги 6та жиҳат асосида тавсифлайди:

1) катта сондаги сотиб олувчи ва сотувчилар ичида хеч 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 тусиклар унга 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 ҳаражатлари ишбилармон даромадига тенг бўлиши учун зарур бўлса қисқа вақт даврида бозордаги нарх кўтарилиши мумкин, (барча рақобатлар) юқори нарх билан жалб этилган барча рақобатчилар ўз маҳсулоти ушбу бозорга келтирсалар нархлар яна пасаяди. Агар бозор нархи чекланган ишлаб чиқариш ҳаражатларидан паст бўлса, унда самараси паст фирмалар тармоқни нарх кўтарилгунча ташлаб кетишга мажбур бўладилар;

4) маҳсулот стандартлашган бўлса, харидорлар учун уни келаётган жойи уни кизиқтирмайди. Товарни реклама йўли билан ҳарақатга келтириш бефойда, чунки талабни белгиловчи ягона омил бу нархдир;

5) бозор шартларига тегишли ахборот билан харидорлар ва сотувчилар тўла таъминланган, шунинг учун хеч ким юқори нархда товарни сотиши ва олиши мумкин эмас;

6) бозор нархи белгиланган бўлгани учун ишлаб чиқарувчига янги нарх белгилаш унча кизиқ эмас. Назария бўйича маҳсулотни чекланмаган ишлаб чиқариш ҳаражатлари унинг энг катта даромадига тенг бўлишигача бўлган хажмда ишлаб чиқиши керак.

Якка хокимлик рақобати бўлмаган шароитда истеъмолчи товар чиқарувчини танлаш хуқуқига 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 ҳаражатларни камайтиришда мусобақасига олиб келади. Худди мана шу иккита ўлчов билан Япон маҳсулот ишлаб чиқарувчилар кейинги вақтда АКШ ва бошқа тараққиёт топган давлат фирмаларини жахон бозоридан сиқиб чиқармоқдалар.

Товар бозори бошқаруви ташкилий шакллари ичида қуйидагилар бўлиши мумкин: ўзини-ўзи бошқарувчи ва давлат томонидан бошқарилувчи. Амалиётда товар ишловчи тармоқларда якка хоким 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 очиклик, 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 боғликдир (23.1. Расм)

Бозор сегменти - бу бозорни бир бўлаги бўлиб, у ўзининг иқтисодий интизоми бўйича тавсифланувчи бир ҳил сотиб олувчилар гурухини 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. Расм. Бозор сегменти ва бозор майдонини ажратиш чизмаси.

Хар бир бозор сегменти (сектори) ўзининг фарқ қилувчи талаб ва таклиф таркибига эга. Сегментининг асосий ўлчамларига қуйидагилар киради: етарли хажм, усиш имкони, рақобатчи фирмаларнинг тижорат фаолиятини йўқлиги, ишбилармонлик таркиби қаноатлантириладиган талабнинг мавжудлиги ва хоказо. Бозор токчаси бозор сегментидагидан қуйидаги белгилар билан фарқланади:

- кичикроқ хажмга эгалиги;
- бир неча тармоқлар маҳсулотини қамраб олиши мумкин;
- бозорнинг ҳар ҳил сегментларининг туташган жойида жойлашган;
- унча катта бўлмаган рақобат билан яхлит бўлмаслиги билан тавсифланиши.

Бозор сегментацияси унинг товар билан тулмаган бушликларини аниқлашга имкон яратади, яъни, бозор сегменти ва майдони кундалик бозор таклифларини харидорлар талаб савиясини қониқтириш билан таққослайди. Унинг асосий турлари, улчовлари 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) "Кенгайиши" фирмасининг фаолиятини кенгайтириш - бу ишлаб чиқаришни диверсификация қилиш ва ишлаб чиқариш дастурини хоҳ корхонанинг асосий соҳаси билан боғлик 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 хажмини кўпайтириш.

23.2. Расм. 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 гурухларга қараганда осон ва тезроқ таклиф қилинган товар ва хизматларнинг сотиб олувчи реал харидорларига айланадиган қисмини танлаб олиш керак. Ушбу мухим масала ечимига алохида ишбилармонлар ва фирмада харидорлар ахлоқини ўрганувчи менежерлар киришадилар.

Харидорлар ахлоқи - бу одамларни товарни танлаш ва сотиб олиш жараёнидаги тушиниб етган ҳаракатларининг йиғиндисидир. Замонавий маркетинг - бу истеъмолчининг чуқурлаштирган дифференциация қилинган талабига асосланади. Улар тўртта асосий ўйғотувчи маркетинг омилини ўз ичига олади: товар, нарх, товар тақсимлаш усуллари ва сотувчи омилларнинг ўзаро боғликлиги билан харидорларни жавоб таъсирланишини махсус ишлаб чиқилган чизма орқали ўрганиш мумкин.

Харидорнинг дескриптив (тасвирлаш) ахлоқ модели ишбилармони асосий вазифасини акс эттиради, яъни, истеъмолчининг "кора қутида"ги онгига кўзгатувчилар келиб тушиши ва жавобларни пайдо бўлиши оралигида улар учун нималар бўлаётганини тушиниб етади. Бу кўзгатувчилар харидорларини сотиб олиш қобилиятини аниқловчи асосий омил ва вокеалардан ташкил топади. Улар ичида асосийлари иқтисодий, илмий-техника, сиёсий ва маданий омиллардир.

Харидор онгини "кора қутидан" ўтиб ушбу барча кўзгатувчилар харидорнинг кузатилиши мумкин бўлган бир қатор сотиб олиш туйгусини ўйғотади. 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.

Маркетинг-ни уйгун-лаштириш омиллари	Бошқа қўзгатув-чилар	"Кора қути" харидорнинг онги		Харидор-ларни жа-воб реак-циялари
Товар	Иқтисодий	Хари-дорнинг тавсифи	Сотиб олиш жараёнин инг қарори	Товар танлаш
Нарх				Марқа ва ассортиме нт танлаш
Таксимлаш усуллари	Илмий-техника			Дилер танлаш
Сотувни рағбатланти риш	Сиёсий маданий			Сотиб олиш вақтини ва объектини танлаш

24.1. Расм. 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 уйнаши, бирор ижтимоий катламга тегишлилиги унинг сотиб олиш ахлоқига таъсир кўрсатади.

Ижтимоий тартиб омиллари. Истеъмолчиларнинг ахлоқи, оила, ижтимоий ва маданий мухитдан чиқиб келувчи ижтимоий тартиб омиллари билан аниқланади. Оилани таъсири одатда кучли ва тўргундир. Жуда кичик ёшдан оила якка шахсда истеъмолчи дунё қарашни, 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, шухратпарастлик, ўзини-ўзи хурматлаш, мухаббат тўғрисидаги маълумотларни олади. Аммо охирги йилларда бу каби оила таъсири камаяди, чунки кўпчилик холларда ишлайдиган ва жуда банд ота-оналар ўз болаларини тарбиясида фаол қатнашмайдилар, шунинг учун болалар ижтимоий қийматларини оила доирасидан ташқарисидан кидирмокдалар.

Якка шахс бошқалар назарида қандай куринишини уйласа ёки қандайдир жамоани, иш жойдаги ҳамкасблари гурухини, қушнилари, дўстлари асосий тавсифини аниқламоқчи бўлса шу билан у назорат гурухига тегишли хукумини шаклланишининг аҳамиятини намойиш этади.

Назорат гурухлари - бу инсонлар гурухи бўлиб биз ўз фахмимизда яратамиз ёки биз учун уни макуллаши мухим ҳисобланади. Бу гурухлар аниқ шахслар (кўпроқ таъсири оила аъзолари, дўстлар, ҳамнафаслар) ёки ноаниқ шахслар кўринишида (сиёсий, жамоат арбоблари, киноюлдузлар, бизнесменлар) бўлишлари мумкин. Назорат гурухининг махсус шакли бу бир ҳил макомдаги инсонлардир бизнинг ишончимизга ва харидор хулқи услубига улкан таъсир кўрсатади.

Бу каби ўзига ухшаш якка шахсларни хурматини қозониш учун у маълум услубда қийиниши, кўркамроқ районда яшаши, атрофдагиларга маълум бўладиган одатларга ўрганиши керак. қўп холларда битта одамга иккита ҳар ҳил назорат гурухлари таъсир кўрсатади ва унга улар орасидан танлашга тўғри келади.

Инсон фаолиятини барча соҳаларида обрули инсонлар бор (спорт, дин, иқтисод, мода, молия, сиёсат

ва бошқалар). Обру - 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 гурухлари ва обрулилар фикри товар ва хизмат ишлаб чиқарувчилар учун ҳамма вақт мухимдир.

Шахсий тартибдаги омиллар. харидорнинг ахлоқи шахсий тартибдаги омиллар таъсири остида ҳам шаклланади. Ўлгайган 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 тўрганликларига боғликдир.

Сотиб олинадиган товар ва хизматлар тавсифига уларнинг қиладиган иши ҳам маълум таъсир этади. Мисол учун: Росия ва бошқа якин хорижий давлатларда қизил рангли костюмларни кўпроқ харид қилинса, ўзоқ хорижий давлатларда келишган зангори рангли истеъмолларга эътибор каттароқ сезилади. Бу гурухларни маркетингчилар ажратишга ҳарақат килсалар, фирмалар халқни маълум катламига зарур бўлган товарлар ишлаб чиқаришга ихтисослашиши мумкин.

Якка шахснинг товар танлашда керакли тарзда унинг даромад қисми яъни жамғармасининг борлигига мухим аҳамиятга эга. Агар маҳсулот истеъмолчиларнинг иқтисодий кўрсаткичлари пасайса хўжалик юритувчи субъект бу ўзгаришга товар турларини ўзгартириш ва нархни пасайтиришига, ишлаб чиқариш хажмини камайтириш билан аҳамият бермоги керак, акс холда унинг корхонаси молиявий тўрғунлиги пасайишига дучор бўлади.

Алохида гурухларнинг 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 мухитга нисбатан ўзгармаслигини таъминлайди.

Одатда шахс тури қуйидаги тавсилотларга эга: ўзига ишонч, эҳтиёткорлик, таъсирчанлик, боғланганлик,

эркинлик шавқатсизлик, ўзгарувчанлик, вазминлик, хурматлилик, муваффақиятга интилиши, амалпарастлик, очик кунгиллик, мосланишлик.

Одамлар ўз кизиқишлари 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 "Ме" деган талабига жавоб берадиган турларини яратишлари керак.

Психологик тартибдаги омиллар. Сотиб олиш ҳарақати асосида истеъмолчининг ички ўзгаришлари ётиши мумкин, яъни асосланиш, қабул қилиш, ўзлаштириш, ишонтириш ва муносабат. Асослаш - бу инсонни ҳарақатга келтирувчи омиллар мажмуаси. Бу туйгулар онгли равишда ёки онгсиз равишдаги эҳтиёжининг ўз эҳтиёжини камайтириш ва ўз хоҳишини қондиришдан келиб чикади. Одамлар турли эҳтиёжлар ва хоҳишларга эга. Агар хоҳиш етарли даражада кучли бўлса, инсон маълум ҳарақатни амалга оширади, яъни харид қилади.

Эҳтиёжни тўлалигича тушиниш жуда қийин. Бир ҳил талабни ҳар ҳил йўллар билан қониқтириш мумкин. Ухшаш тарзда битта товар ҳар ҳил одамларни турли талабларини қондириши мумкин, аммо ҳамма вақт тушиниш қийин ушбу товар кайси эҳтиёж ёки хоҳишни қониқтиради. Демак, харидорнинг хулқи асосини тўғри баҳолаш учун баъзи бир рухий 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, бахтсизликга ёки касаликга олиб келувчи вазиятлардан четланиш, ҳамда иқтисодий хавфсизлик;

3) ижтимоий талаблар - дўстлик ва боғланишлик, жамият сезгиси;

4) аҳамиятли бўлиши талаби - ўзини ўзи хурмат қилиш, хурматга сазовор бўлиши;

5) ўзи тўғрисида фикр юритиш-шахсий имкониятларни амалга ошириш.

Якка шахс ахлоқи, ўзини ўзи хурмат қилиши ва уни асослаши, талаблари ёки унинг жамоатчилик томонидан тан олиниши орқали унга мухим таъсир кўрсатади шахснинг ўзи ва уни ўраб тўрган дунё тўғрисида фикр юритиши ҳам мухим таъсир кўрсатувчи омиллардан ҳисобланади. қабул қилиш-бу рағбатнинг эслашни субъектив усулидир, унинг таъсир қилиши учун ҳар қандай инсон ёки атроф мухитни тушиниш жараёни.

У сезгили бўлиши (куриш орқали, эшитиш, хидлаш, овқат мазасини сезиш) ва ташқи ўйготувчилар ёрдамида қабул қилиш. Амалиёт шуни кўрсатадики, одамлар уларни эҳтиёжини эслатувчи ўйғатувчиларни тезда сезадилар. Реклама берувчининг қабул қилиш муносабатида тукнашадиган асосий муаммоларидан бири бу ҳар бир потенциал харидорлар танлаб олиш ҳамда танлаб олиш орқали эслаб қолиш қобилиятига эга.

Инсон ўзи учун ута 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 уйлашга, таққослашга ва баҳолашга вақт сарф қилмай товар танлаш оддийдир.

Иккинчидан - биз одатда зарурат ҳисобга суянамиз. кўпчилик харидорларда рақобатли товарлар хақидаги маълумотларни қайта куриб чиқишга вақти ҳам, хоҳиши ҳам йўқ.

Учинчидан - одатда биз мурожаат қиламиз, чунки бу ёкимлироқдир.

Магазинни ёки бизга ёққан товарни топа туриб биз сотиб олишни бизга таниш бўлган товарлар ҳисоб 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 ҳил 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 этдирувчи расмини олиш учун, у ерда - энг кам таъсир қилувчи куч, 10 эса энг кучли таъсирдир). Энг кераги харидорнинг кайси кунглидаги талаби қандай турдаги автомашина сотиб олишига таъсир кўрсатади: иқтисод, маком, ҳаракатланиш воситаси, қарама-қарши жинсга ёкиш истаги, ўзига ўзи баҳо бериш ва бошқалар.

Баҳолашни бошқа томони-бу талабларни кайси бири қанчалик ҳар ҳил 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 буш 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. Жадвал.

Сабаблар	Омиллар	Оилавий	Иктисодий	Спорт	Пикап
Талаб ёки сабаблар	Маслоу бўйича талаб иерархияси: физиологик, хавфсизлик, ижтимоий, хурматли, ўзи амалга ошириш				
қабул қилиш	Ташқи рағбатни сезиш усули, ўзгарувчан талаб ва якка шахс талабига асосан				
Билим ва одатлар	Хаётда, мактабда биз нимани биламиз, тажрибада, одатларда				
Оила	Нимани истеъмол қилиш яхши-ю, қимани - ёмон, ахлоқ, этика, дин, жинсий роль, овқатланиш, сиёсат				
Ижтимоий давра	Ижтимоий гурух, бир гурухдан бошқасига ўтиш назорат гурухларнинг аҳамияти, оила, кушнилар, мазкур даврани одамлари				
Маданият	Одатлар, анъаналар, етилиш, динга муносабат, этика				
	Жами баллар				

25. АСОСИЙ ТОВАРЛАР ВА УЛАРНИНГ ТАВСИФИ.

25.1. Кенг истеъмол товарларни туркумланиши.

Товар - бу инсон меҳнати маҳсулоти, у сотиш учун ишлаб чиқилган ва истеъмолчиларнинг манфаатини ва хоҳишини қондиради. Маркетинг нуқтаи назаридан

қуйидагилар товар бўлиб ҳисобланади: физиқ объектлар, маҳсулотлар ва хизматлар, харидорга таклиф қилинадиган товарга керакли хизматлар (қутига жойлаш, қоғозга ўраш, марқалаш ва бошқа хизмат кўрсатиш), истеъмолчи сотиб олиш эвазига эришадиган фойда.

Замонавий реклама бўйича изланувчилари америка фуқаролари 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, дастгохлар, асбоблар ва жихозлар) чиқариш мақсадида ишлатилади.

Истеъмол тезлиги ва материаллиги билан: ўзоқ давр ишлатиладиган товарлар. Уларни ўзоқ даврда алмаштирмасдан ишлатиш мумкин бўлган товарлар енгил ва юк автомашиналар, совутгичлар, мебель. Киска 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, ҳарақат, фойда ёки сотишга таклиф этиладиган талабни қониқтирувчи хизматлар (саёхат, сартарошлик хизмати, юридик ва тиббий хизмат кўрсатиш, уқалаш).

Харидор одати бўйича: Сотиб олишни қўлайлиги. 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 олишига тайёр (қимматбаҳо фотоаппаратлар, аёлларни мухим модага тегишли кийимлари, стереотизим комплектлари).

Маҳсулот тасвири бўйича:
Жойлашган (упаковка қилинган) товарлар, гуруч, жухори таёқчалари, шампунь ва бошқалар.
Каттик товарлар: мебеллар, приборлар.
Юмшок товарлар: кийим, кўрпа-тўшак жихозлари.
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 куйишда савдо марқасини ишлатиш, белгилаш ва жойлаш (упаковка қилиш) мухим аҳолиятга эга. Савдо марқаси бу рамз, белги, сурат, ном бўлиб товарлар индентификациясини, яъни уларни рақобатчилар товарларидан фарқланишини таъминлайди.

Марқалар ўз ичига махсус рамзлар белгилар, расмлар, исмлар, қўшилмаларини қамраб олиши мумкин. Фирманинг исми, белгиси, товар куринишн ёки уларни бирлашмалари, ўрнатилган тартибда руйхатдан ўтган бўлса, яъни юридик химояланган бўлса, унда улар товар белгиси еки 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 жихатдан маъқулроқ жойлашишни ва уни зарар етказилишдан химоя қилади;
- маҳсулотни идентификация қилишда кўмаклашади
- ишлатилишда ва сақланишда қўлайлик 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 маҳсулотини бир марта буни оширмоқчи бўлганларида ҳам ўзига ром этади.

Аммо ҳар қандай упаковканинг асосий вазифаси-маҳсулотни транспортировка қилиш, сақлашда ва сотиш жараёнида уни жойлаш ва сақлашдан иборатдир. Упаковка идентификация қилиш воситаси сифатида шунчалик муҳим бўлиб колдики, "Кока-кола", "Хайнц" каби компаниялар ўз шишаларини ва этикеткаларини ўзоқ йиллар мобайнида ўзгартирмайдилар, бу эса харидорни маҳсулот марқасини тезда билиб олишига имкон яратади.

Истеъмолчи ва сотувчиларга ташиш учун қўлай ва осон очиладиган упаковкалар жуда ёкади. Шу билан бирга бундай қўлайлик упаковка ичидаги маҳсулотни бузмасдан сақланишга путур етказмаслиги керак. Упаковкани эътиборли жалб қилувчанлиги маҳсулотни муваффақиятли сотилишига катта таъсир кўрсатади. Жалб қилиш даражаси бир қатор омиллар (улчови, ранги, материалли, упаковка шакли, жиҳатдан алохида фарқланувчи ва осон уқиладиган 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 тупловчилар учун бебаҳо предмет бўлиб қолади.

25.3. Товар ассортименти хақидаги қарор.

Товар ассортименти - бу қуйидаги белгиларнинг биттаси билан ўзаро яқин боғланган товарлар гурухидир: ишлатишни ва вазифасини умумийлиги, таксимланиш

каналининг умумийлиги, ўхшаш нарх оралиги. ҳар бир товар ассортименти учун алохида 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 камчилика эга. Кенг товар ассортименти бозор майдонини бир қатор маҳсулотлар билан тўлдиришга имкон яратади ва илгор товарлар ёрдамида харидорларда турли-туманлик ва тўлдирувчанлик таъсуротини бунёд этади ва шу билан ҳар хилдаги истеъмолчилари манфаатига таъсир кўрсатади.

Товар оқимининг турли-туманлиги ташқи мухитни 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 чукурроқ олиб борилади. Маҳсулот савдо ходимлари томонидан аниқроқ ва тўлароқ ўрганилади. Товар ҳарақати бўйича рекламада ва компанияда йириклаштирилган ҳарақат амалга оширилади. Тор товар ассортиментининг асосий камчилиги бу бозордаги кутилмагандаги ўзгаришлар эҳтиётлардаги холатни ишлаб чиқаришдаги қийинчиликдир.

Аввалом бор тор ассортимент "қотиб қолган" деган маънони билдирмайди, кичик корхонага хеч нарса халақит бермайди, аксинча, барча уни бозорни назорат қилишга шунинг учун мослашиш снёсатини ишлаб чиқишга ёки товарлар билан тўлдирилмаган бозор майдонини излашга ундайди. Маъкулроқ товар турини

қўллаб-қувватлаш зарур, яъни унинг керакли кенглигини, чукурлигини ва тартиблигини таъмин этиш керак.

Товар турининг кенглиги деб барча ассортимент гурухларнинг умумий сонига айтилади. Товар турининг чукурлиги деб ҳар бир алохида товарнинг битта ассортимент гурухининг чегарасига айтилади. Товар турининг тартиблиги товарларнинг ҳар ҳил ассортимент гурухларининг якинлигини ишлатилиш йўналишини, таксимланиш каналини, ҳар бир товар учун "хулқ" интизомининг кўрсаткичларини ҳисобга олиниши тушунилади.

Маркетинг изланувчиси француз Аржан Дайан товарни "хулқига" асосан қуйидагиларни белгилади.

Илгор 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 тасдикланишига 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 рентабеллиги билдиради, чунки кенг гурух харидорларга маълум савдо устамаси билан сотилади.

"Чикарувчи" товарлар ўзларининг арзонлиги билан харидорларни жалб қилади. Масалан, кенг ассортиментли магазинда амалда зарар билан шакар, ўсимлик мойи сотилиши мумкин.

Бозорга киритиш боскичидаги товарлар. - бозорда пайдо бўлиши учун қўлай момент кутиб тўрган товардир.

25.4. Янги товарларни кетма-кет ишланиши. Асосий этапларнинг мохияти.

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. Лёкин бу холда, кичик корхоналарнинг бозорга янги буюмларнинг чиқиш вақтида алохида бўлган бозор сегментларининг ҳар бирида қўшилиш жойи бозор токчаларида шаклланган талабларни доим ҳисобга олиш керак.

Бундан келиб чиккан холда иккита масала ечилишини таъминлаш керак: янги товарни яратиш ташвиқотини ўтказиш ва уни сотиш орасидаги вақтни қисқартириш, талабни башорат қилиш ва талабкорликни 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 гояни шакллантириш этапида ташвикотларни ишлаб чиқишни техник усули аниқланади ва янги товарни ишлаб чиқариш ва сотишнинг аста-секин ташкил қилинишини жадвали ўрнатилади. гоялар қанча қўп пайдо бўлса шунча яхши. гояга кетадиган ҳаражатлар хеч қанча болмайди. Гояларни ишлаб чиқаришни техник усуллари қуйидагилар бўлиши мумкин: ақлий хужум усули, рақобатчилар чиқарувчи товар ва реклама ахборотларини таҳлил қилиш, маркетинг изланишлари.

Гоялар техник томондан амалга ошириб бўлмаслиги учун лойихалар ҳисобига рад қилиниши камаяди. Фирма янги маҳсулотни франчайзинг хуқуқи 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, ҳаражат ва фойда синчиклаб таҳлил қилинади, сўнгра режали рентабеллик аниқланади (25.1. Жадвал). Янги маҳсулотни сотиш имкониятли рентабилликни таъминлаш тўғрисидаги қарорни қабул қилишдан кейин фирма уни ишлашга киришади ёки маълум компаниянинг маҳсулотини нусхасини бунёд этади. Чизма ва спецификация варакалари, ишлаш бўйича кўрсатмалар ҳамда мухим 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 пўлли гурухи (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 хажми, реклама дастурини ишлаб чиқариш белгиланади. Бу ерда менежер ҳар бир маҳсулотнинг ҳаётий жараёнидан келиб чикади. ҳаммамизга маълумки, ҳар бир маҳсулот худди тирик мавжудотдек туғилади, усади, эскиради ва ўлади. Шунинг учун текшириш вақтида маҳсулотлар ҳақида хеч нарса деб бўлмайди. У қандай ҳаётий шароитда эканини тезда аниқлаш керак.

25.1 Жадвал.

Кичик бизнесда янги маҳсулотни бозорга олиб чиқиш жараёни.

Этаплар	Товар модели	Асосий хужжатлар
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. Лойиха хужжатлари инвестиция режаси
Янги маҳсулотни биринчи нусҳаларини текшириб кўриш, диққат билан ишловни нихоясига етказиш	Тажриба модели	Лойихани ишлатилиши бўйича ҳисобот. Маҳсулот ишлаб чиқариш режаси. Мухим деталларга буюртма бериш
Нусхани яратиш	Нусхалар	Чизмалар ва спецификация варрақлар. Бозорга маҳсулот бериш режаси. Ишлаб чиқариш йўриқномаси
Намуна ёки пуллик гурух (серия)	Тажриба ишлаб чиқариши пуллик гурухи (серия)	Янги маҳсулотни ишлаб чиқаришга қабул қилиш тўғрисида натижа ва уни бозорга етказиб бериш
Тижорат ишлаб чиқарилишини йўлга қуйиш	Кўплаб ишлаб чиқариш	Бозор бурчагини ёки сегментини эгаллаш учун маркетинг режаси

25.5. Товарнинг ҳаётий цикли.

Маҳсулотнинг ҳаётий жараёнини модели сотувни хажмини ва тўртта асосий фазода жойлашган маҳсулотнинг бозордаги фойдасининг даражасини белгилайди. Маркетингнинг мақсади маҳсулотнинг мўлжалдаги ҳарақатида бир даражадан ўзгаришидир. Даражага киргизиш ва менежернинг ҳамма ҳарақати аниқликни таъминлаш ва истеъмолчини қондиришга қаратилган бўлади. Усиш даражасида эгри сотув нимага етади, бозор хилдаги маҳсулотларнинг нозик томонлари билан таъсир қилса, маҳсулотнинг ҳарақати тезлашади, бунда асосий ўрғу истеъмолчиларнинг талабини қондиришга қаратилади.

Бу босқичда фирма ўзиннг 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, маҳсулотнинг қўллашнинг янги усулларини, яъни йўлларини ишлаб чиқиш, ўраш ўлчовларини ўзгартириш, ёрлик кўринишини ўзгартириш ва маҳсулотни сифатини яхшилаш (натижада маҳсулот ўзининг хусусиятини ўзгартиради).

Маҳсулотни эскириш натижасида у 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 мухим жараён ҳисобланади. Нархлар орқали тижоратни пировард натижаси амалга оширилади, корхонанинг ишлаб чиқариш, сотиш таркибининг барча бугинлари, 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 шаклида товар муомаласи шароитида алмаштириш соҳасидаги ўзгаришлар, товар-пул муносабатларини белгилашдир. 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) ҳаражат ҳисобланади ва ишбилармонлик даромадидан ёки киритилган маблағдан фойдани олиш ниятида амалга оширилади. Нарх ўзига хос рағбатлантириш 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 мухитининг 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 ҳил 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 ҳил савиядаги нархларни бир турдаги маҳсулот бўйича келишиш ҳуқуқига эга, бунга маҳсулот етказиб бериш, пул тўлаш, бозор номенклатураси, мавсўмий талаб кабилар таъсир кўрсатади.

Кўтара устамаларнинг иқтисодий моҳияти шундан иборатки, улар кўтара савдо ташкилотларининг (сарф ҳаражатларини қоплаш) маҳсулотни истеъмолчиларга етказиб бериш, маълум ўлчамдаги даромад бунёд этиш, қиймат солиги ва бошқа бюджетга тушмайдиган фойдалар бўйича сарф ҳаражатларини 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 ҳил 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 халқга маҳсулот сотилишида ўрнатилади. Унинг вазифаси товарларни чаканалаб сотиш билан боғлик ҳаражатларни ва бу операцияларни даромад қилишини таъминлашдан иборат. Хокимият ёки нарх белгиловчи идоралар қарори билан савдо устамаларининг миқдори чекланиши мумкин. Бозор кўламини ва уни худудий чегарасини ҳисобга олиб нархлар маҳаллий, миллий (ички) ва умумжахон (ташки) бўлиши мумкин.

Товар бозорларида ҳар ҳил турдаги нархлар ишлатилади: яъни ишлаб чиқариш воситалари нархи-маҳсулот нархи деб аталувчи, кенг истеъмол товарларнинг нархи - товар нархи деб аталувчи, махнат маҳсулот хизматининг махсус тури ишининг нархи-таърифлар деб аталувчи нархлардир.

Махсус турдаги нархлар - булар чекланган нархлар деб аталади. Улар янги маҳсулот турининг ҳамда гурухлаб (сериялаб) ва кўплаб ишлаб чиқарилувчи маҳсулот муомаласи учун ишлатилади. Чекланган нархлар ўзларининг энг юқори йўл қўйиладиган савиясини ифодалайди.

Янги маҳсулот учун боскичли нархлар тасдиқланиши мумкин, яъни улар ишлаб чиқарувчи томонидан олдиндан белгиланган мухлатларда ва аввалдан аниқланган шкала бўйича камаювчи нарх гурухлаб (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 хакидир. Таъсир кўрсатадиган

вақтга қараб нархлар режали, ҳақиқий (амалдаги), солиштирма, яъни маълум вақтга белгиланган нархларга бўлинади. Таъсир кўрсатиш мухлатига қараб нархлар: доимий, вақтинчалик, мавсўмий ва бир марталик туркумларга бўлинадилар. Нархларнинг ўзил-кесил шаклланиш жойига қараб (ишлаб чиқариш жойида ёки истеъмол қилиниш жойида), қуйидаги турларга бўлинадилар:

- франко-станция (пристань) жўнатувчи;
- франко-станция (пристань) қабул қилиб олувчи.

"Франко" сузи маҳсулотни ишлаб чиқарувчидан то истеъмолчигача етказиш учун кетган транспорт ҳаражатлари 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 хуқуқлар асосида белгиланади.

Белгиланган (расмий, мустахкам) нархлар - бўлар хокимият томонидан ўрнатилган ва маълум йўл куйилган вақт бирлигида ишловчи ўзгармас нархлардир.

Талаб нархи - бу истеъмолчи меҳнат маҳсулини сотиб олишга рози бўлган нархдир.

Таклиф нархлари - бўлар 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 ҳарақатига қаратилмоғи керак, чунки уни маълум бозор жойида сотилишини рағбатлантириш керак.

Бу эса ишлаб чиқарувчи фирма нарх қуйишда маълум эркинликга ишлаб чиққан маҳсулотини мақсадга мувофиқ ҳисоб қилиниши эвазига эга бўлиши мумкин. Ундан ташқари бир қатор холатлар мавжудки нархга маркетингча фикрлаш мухим аҳамият кашф этади.

Биринчидан - бу энг аввал ўрнатилган нарх эвазига келиб чикади, 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 куриб чиқишида, нархни калькуляция қилинишида йўл куйилган хатони тўғрилашда ва нарх белгилаш сиёсатини ўзгаришида. Масалан, энг катта даромад олиш ниятида ўрнатилган ута юқори нархдан бозорда мустахкамланиши учун нормал нархларга утилади.

Учинчидан - фирмани нарх ўзгаришига рақобатчиларни таъсирланиш сезиш масаласини кўришида.

Тўртинчидан - бир-бирига якин бир турдаги товарларга нарх куйишда.

26.2. Нарх белгилаш жараёни ва унинг вазифалари.

Нарх белгилаш вазифаси маркетинг мақсадидан келиб чикади. Корхона қисқа ва ўзоқ муддатли кредитларни амалга ошириш учун бозор вазияти

ўзгаришига кура маҳсулот нархини ўзратириб туради. Ишбилармонларнинг пухта уйлаб олиб борадиган нарх-наво сиёсатига бевосита боғлик бўлган бир неча мухим ўхшаш вазифаларни кўриб чиқамиз.

Хали ўзлаштирилмаган бозорга чикиш. Бу мақсадга эришиш учун фирма фаол нарх-наво сиёсатини, сотиш нархда ошириб бориши мумкин.

Янги махсулот киритиш. Янги товарни ёки сотиб олувчининг талабини юқори даражадаги самара билан қондирувчи такоммилашган маҳсулотни чиқиши, фирмага маълум вақт даврида бозорда якка хокимлик холатини таъминлайди. Ишлаб чиқарувчилар бу холатларда нарх-наво сиёсатини, ишбилармонлар доирасида маълум бўлган "каймогини 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 таркатиш. Бу масала ўзининг тузилиши билан "каймогини олиш" сиёсатига якин 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 химояси, рақобатчилар учун тез "ноу-хау"ни ошкора қила олмаслиги ва ушбу маҳсулотга ухшаш маҳсулотни бунёд этилиши мумкин эмаслиги.

Харажатларни тезда кайтариб олиш. Баъзи бир холатларда маҳсулотни нисбатан юқори бўлмаган нархи кичик корхонани хўжалик фаолиятини ёки уни яратиш билан боғлик ҳаражатларни тезда қайтариб олиш хоҳиши билан аниқланади. Бу каби қўлай нарх сиёсати маҳсулотни катта хажмда фаол равишда сотилишига ҳисобланганн товарни ёки хизматни ўзоқ тижорат

муваффақиятига ишончини йўқлиги эвазига келиб чикади. Бу масала қуйидаги шароитларда бажарилиши мумкин:

- бозор майдонининг ёки сегментининг керакли катта миқдорда бўлиши;
- маҳсулот бирлигининг ишлаб чиқарилиши тўла-тўкис ишлаб чиқаришни майда сериялиги билан боглик бўлмаганда;
- агар умумий ҳаражатларда ўзгарувчан ҳаражатлар солиштирма оғирлиги юқори бўлса.

Кичик бизнес корхоналарида нархнинг шаклланиш жараёни сезиларли даражада соддалаштирилган йирик компаииялардан фарқли равишда нарх белгилаш билан махсус бўлимлар хўжалик бўлимларининг раҳбарларини, сотув хизматини, молия ва бухгалтерияни жалб қилиб шуғулланса, кичик фирмалардан 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 хажмдаги даромадга эга бўлиш мақсадида ўрнатиш лозим.

26.3. Нарх белгилаш усуллари.

Маъмурий усул кичик бизнесда кенг тарқалган усуллардандир. У нарх савиясини афзал кунишни мўлжал қилиб, истеъмолчини дидини ёки рақобатни ва бозорда хукм 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 ҳил тур ва марқадаги товарларни бир-биридан сезиларли фарқланади, деб ҳисоблайдилар ва маҳсулот сифатини ишонч билан аниқлай олмайдилар, айникса 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 мухим.

Нарх белгилашни маъмурий усулида ўзини ва кўникилган нарх стратегиясини киритиши ўз-ўзиини оқлайди. Маълум табакадаги истеъмолчилар ўзи учун паст даражадаги нархларни белгилайди ва ундан бирор нарсани ҳам арзон сотиб олмайди, чунки уларнинг фикрича паст нархлардаги маҳсулот сифати талаб даражасида болмайди деб тушунади. Шу билан бир қаторда ушбу тоифадаги сотиб олувчилар ўзлари учун нархни юқори савиясини белгилайди, бу нархлар уларнинг жамиятдаги холатига ва товарнинг ёки хизматнинг зарурий сифат савиясига тўғри келади деб уйлайдилар.

Рақобатга мўлжал этилган маъмурий нарх белгилаш усули-бу савдо таклифига ухшаш нархдир. Савдода қатнашувчи фирманинг вазифаси харидорга рақобатчилар нархидан бироз пастроқ бўлган битимни маҳсулот сифатига куйиладиган барча шартларни ҳисобга олган холда, 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 ҳарақат механизми янги маҳсулотни бозорга олиб чиқилишида ишлатилади. У баҳони ҳисоблашни бир неча усулларини ўз ичига олади. Улар тўла, тўғри, ўрнатган, стандарт, чегараланган ҳаражатларга, ҳамда мақсадли нархга ёки мақсадли даромад меъёрига мўлжаллангандир.

Ўртача тармоқ нархларини мўлжаллаш нусха кучириш 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 ҳаражатлар қилмасликлари билан оқлаш мумкин.

Хўжалик юритишни кичик шаклини амалга оширувчи субъектларни нарх сиёсати, илгорини мўлжалга олиб, йирик компанияларнинг устуворлик стратегияси орқали амалга оширилади ("Ҳамелеон"). 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 холда қуйидагича ишлатилади: талаб ошганида нархлар юқорироқ савияда ўрнатилади, талаб пасайганда пастроқ савияда. ҳар иккала холда бир дона маҳсулотга тўғри келадиган ишлаб чиқариш ҳаражатлари бир ҳил бўлиб қолади, аммо даромад меъёри ўзгаради.

Кичик бизнесда ҳақиқий талабни ҳисобга олганда нарх белгилаш усули нархни каменитишда ишлатиш билан боғликдир. Унинг асосий маъноси шундаки бир ҳил маҳсулот бир тур ва ундан ортиқ нархда харидорга боғликлик 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 ҳаражатларини 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 рухан 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 қўп танловчи мода изидан қувловчи харидорларни жалб этиш учун) - пастгача (кўплаб харидорлар эҳтиёжи учун). Бундан ташқари паст нархлар одатда унча катта бўлмаган сервис хизмати билан боғлик бўлади. Товарларни қўп миқдорда сотиб олувчилар учун нархлар бироз пасайтирилиши мумкин.

26.4. Нархни калькуляция қилиш услуби.

Талабни ўзгариш эгри чизиғини ва зарурий ҳаражатларни 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 ҳаражатлар 40 млн. сўм, умумий ҳаражатлар 500 млн. сўм (бир дона маҳсулот учун).

26.1. Жадвал.

Бир донасининг нархи (млн. сўм) (P)	Таклиф қилинган товар хажми (дона) (Qs)	Савдодан келган маблаг 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. Жадвал.

1 донасини нархи млн.сўм (P)	Таклиф хажми (Qs)	Савдодан тушган пул млн. сўм (Rs)	Ўзгармас ҳаражат млн.сўм (Fc)	Ўзгарувчи ҳаражатлар млн. сўм (Vc)	Умумий ишлаб чиқариш ҳаражатлари (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 маҳсулотни донасини 4 млн. сўмдан сотганда таъмин этилар экан. Шу билан бирга нархни калькуляция қилиш назарий ҳисоблари нархдан ташқи ўзгармас ҳаражатлар таъсирини ҳисобга олмас экан, масалан, сотиш йўналиши омиллари, рекламалар, ўзоқ давр рақобати ва бошқалар.

Бу каби изланишларни даромадни кўпайиши бўйича фақат қисқа давр ичида олиб бориш зарур, бунинг учун фирма бозорда талаб ҳарақати тўғрисидаги тўла ахборотга ва унга товар ишлаб чиқаришдаги ўзгармас ва ўзгарувчан ҳаражатлар аён бўлмоги керак.

Шу билан бирга нархни назарий калькуляцияси ҳисобларни бошланиш давридагиси жуда фойдалидир. У ҳақиқий вазият хақида маълум тушунчага эга ва мақсадлар, талаб, ҳаражатлар ва даромадлар оралигидаги 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. ҳаражатларни мўлжал қилиб:
- "харажатлар = даромад" қоидаси бўйича нарх белгилаш;
- мақсадли даромад меъёрини таъминловчи нарх вазифаси;
- зарар кўрмаслик усули бўйича нарх белгилаш (ишлаб чиқаришни жиддий ҳажмидаги ҳаражатлар).

2. Талаб мўлжали билан:
- нархни камситиш;
- товарни таҳлили;
- товар турлари.

3. Рақобат мўлжали билан:
- истеъмолчи нархи;
- ҳаражат мўлжали билан нарх ҳисоби усули.

Республикада қўлланиб келаётган "Нарх ва тарифларни ишлатилиши ва шаклланиши тартиби ҳақидаги қоидалар" юқорида кўрсатилган йўналишлардаги нарх белгилашни ҳарбир аниқ холат учуҳ ишлатилиши мумкин бўлган нарх белгилаш жараёнини кўзда тутади.

Ушбу қоидалар 1 январь 1996 йилдан кучга киритилган. Улар маҳсулотлар учун товарлар, хизматлар учун нархларни ва тарифларни шаклланиши ишлатиш тартибини кўзда тутади ва барча хўжалик юритувчи субъектлари томонидан уларни кимга буйсиниши ва мулк шаклидан қатъий назар агар хокимият томонидан бошқача тартиб ўрнатилган бўлмаса.республика худудида ишлатилиши кўзда тутилган.

Ишлаб чиқариш техника вазифасига эга маҳсулотни чиқиш нархи шаклланиши асоси сифатида халқ истеъмоли товарлари ва хизмат тарифлари, қишлоқ хужалиги 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 жўнатишиши франко-омбори бўлади.

Тайёрлов корхона ва ташкилотлар ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар уларнинг мулк шаклларидан қатъий назар хўжалик, совхоз, дехкон ва фермер хўжаликлари ва халқдан сотиб олинадиган хўжалик маҳсулотини шу жумладан ёввойи тарзда усувчи меваларни, қўзиқоринларни сотиб олувчилар чиқариш нархини сотиб олиш нархи, режа муомала ҳаражатлари (тайёрлаш, сақлаш ва транспорт ташиш ҳаражатлари), ўрнатилган солиқ ва солиқ тўловларини, зарурий даромад асосида шаклланади.

Бу нархлар билан маҳсулот қайта ишловчи ва савдо корхоналарига сотилади. Вазирликлар Махкамаси нархнаво қобилиятини конун асосида маҳсулот чиқарувчи якка хоким корхоналарни нарх ва тарифларни тартибга солиб боради. Ишлаб чиқарувчилар харидорлар билан бир хил маҳсулот учун ҳархил савиядаги чиқариш нархларини келишиб олишга хуқуқлидирлар, уларни етказиб бериш, пул тўлаш, бозор талаби ва мавсумий талаб шароитлари асосида амалга оширилади.

Сотиб олувчилар билан пировард чакана нархни келишиб олишга йўл қуйилади. 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 худудида сотиш, тажриба корхоналар орқали сотиш ва олиб сотиш даврида, улар кўтара етказиб берсалар, уларнинг

бўйсуниши ва мулк шаклидан қатъий назар кўтара қўшимча ҳар иккала томон розилиги билан режали ҳаражатлар, ўрнатилган солиқ ва солиққа тегишли бўлмаган тўловлар ва зарурий фойда асосида аниқланади.

Шу билан бирга вазирликлар ва бошқа юқори ташкилотлар 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 шаклланади. Бу битим нархи асосида, миллий банк курси бўйича, Молия вазирлиги ўрнатган тартибда импорт сарфлари, солиқ ва солиққа тегишли бўлмаган тўловлар, каби ҳаражатларни ҳамда воситачи учун тижорат мукофоти, даромад ва ички бозор талабини ҳисобга олган холда аниқланади.

Ишлаб чиқариш техника даражаси аҳамиятига эга маҳсулотни ва транспорт техникасини, шулар жумласидан хизматда бўлган енгил автомашиналар барча истеъмолчилар томонидан шу сотиш даврида хукм сураётган нарх, талабни ҳисобга олиб, ҳамда сотилаётган маҳсулотни эскилигини ва сифатни ҳисобга олинган нарх билан сотилади.

Иккиламчи ресурс маҳсулотларини (металл парчалари, қоғоз ва бошқалар) хар иккала томон эга корхона ва сотиб олувчининг келишуви билан чиқариш нархи ўрнатилади. Бунда иккинчи даражали ресурслар нархи истеъмолчи учун биринчи даражадагилардан, уларга ишлов бериш ҳаражатларини қўшгандан кейин юқори бўлмаслиги керак.

Тўла-тўкис бўлмаган (стандарт бўлмаган) маҳсулот ўзаро келишилган нархда сотилади, фақат ушбу корхонада чиқарилган тўла-тўкис маҳсулот нархидан юқори бўлмаслига керак. Маҳсулот учун чакана нархлар қуйидагиларни ҳисобга олиб ўрнатилади:

- республикамизга олиб кирган харидор томонидан шакллантирилган нарх ёки ишлаб чиқариш корхонанисининг чиқариш нархи;
- қишлоқ хўжалик ишлаб чиқарувчиларининг сотиб олиш нархи;

- қишлоқ хужалиги маҳсулотини тайёрловчиларининг чиқариш нархи.

Барча холларда кўтара савдо қилувчилардан кўтара нархи қўшиб тўланган қўшимча тўлов ва савдо қўшимчаси чакана савдо қилувчи корхона ёки бошқа субъект томонидан ўзи билганича режали муомала ҳаражатларини 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 ҳаражатларини 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 шакклантирилган нархдан савдо қўшимчаси олинади.

У эса режали мумомала ҳаражатлари, солиқ ва солиққа тегишли бўлмаган тўловлар ҳамда зарурий даромад асосида аниқланади.

Овқатланиш корхоналарида устама чакана нархлар ишлатилади. Улар худди чакана савдо корхоналарига ухшаш 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 қуйиб 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 БЕЛҒИЛАШНИ КЎПОМИЛЛИГИ.

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 хокимлик бозорида даромадни иложи борича қисқа давр ичида кўпайтиришлари мумкин. Бунда нарх савдодан келадиган маблағни қилинган ҳаражатларга якин келишини таъминлайди.

Бу талаб маҳсулотни бозор талабига тенг миқдорда ишлаб чиқилганда амалга ошади.

Бир мисол кўриб чиқамиз. Ўзимизча қуйидаги чизмани фараз қилайлик. Кичик фирма ўзининг бозори майдонида якка хоким бўлсин, дейлик. Унинг маҳсулотига бўлган талаб вазифаси ҳақидаги ахборот умумий ҳаражатлар билан 27.1-жадвалга киритилган.

Товарни турли ишлаб чиқаришдаги
нархи ва умумий ҳаражатлари

27.1 Жадвал

Ишлаб чиқариш дона (Q)	1 донасининг нархи млн. сўм (P)	Умумий ҳаражатлар млн. сўм (C)
100	10	20
200	9	21
300	8	22
400	7	23
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 шартибу савдодан

тушган маблағни ва чекланган ҳаражатларнинг тенглигидир. Бу эса якка хокимнинг маҳсулоти нархи шундай савияга эга бўладики, унда маҳсулот ҳажмининг савдодан тушган маблағ билан умумий ҳаражатлар айирмасининг соф миқдорига етади (27.2. Жадвал).

Соф якка хокимликда таклиф ҳажми ва товар нархини аниқлаш.

27.2. Жадвал

Таклиф ҳажми дона (Qs)	Бир дона нархи млн. сўм (С)	Умумий ҳаражатлар млн. сўм (С)	Савдодан тушган маблағ (R)	Даромад млн. сўм (PR)	Қўшимча 100 дона маҳсулотнинг чекланган ҳаражатлари млн. сўм (МС)	Қўшимча 100 дона маҳсулотнинг савдодан келадиган маблаги 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)

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 ҳаражат ва савдодан келадиган маблағлар бир-бирларига иложи борича якинлашади.

Фирма томонидан нархларни якка хоким бозорида назорат қилиш даражаси анча юқоридир. Шунинг учун хокимият рақобат йўқ ерда давлат монополистга қарши конунларни ишга солиб нархларни тартибга солиб туради. Фирманинг аниқ рақобат шароитида бўлган бошқа мисолни курамиз. Унинг фаолият сохасига яна 9 та кичик корхона киради. Фирманинг қисқа даврда умумий ҳаражат 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 ҳаражатлар ва чекланган ҳаражатлар аниқланади (27.4. Жадвал).

Товарни турли ҳажмда ишланишининг умумий ҳаражатлари ва уни ҳархил талаб савиясига оид нархи.

27.3. Жадвал

Ишлаб чиқариш: дона (Q)	Бир донасининг нархи: млн. сўм (P)	Умумий ҳаражатлар: 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 ҳаражатлар -бу 1 дона қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариш учун қилинадиган қўшимча ҳаражатлар ёки:

$$\Delta CT / \Delta QS;$$

ёки:

$$(1500-1100)/(200-100)$$

Чекланган ҳаражатлар ифодасидан кўриниб турибдики, фирма ишлаб чиқаришни тўхтамаслиги учун бир донасини 100 донадан кам бўлмаган ҳажмда нархи 3 млн. сўмдан кам бўлмаслиги керак. Уша нарх қийматилари учун таклиф ҳажмини аниқлаймиз. Улар тўғрисида бизда талаб хажми аниқ бўлганда, яъни 3, 5, 7 ва 9 млн. сўм.

Товарларни турли ҳажмда ишланишига тегишли ўзгарувчан ва чекланган ҳаражатлар.

27.4. Жадвал

Ишлаб чиқариш ҳажми: дона (Q)	Умумий ҳаражатлар: млн. сўм (C)	Узгарувчан ҳаражатлар млн. сўм (Vc)	Ўртача ўзгарувчан ҳаражатлар млн. сўм (Avc)	Чекланган ҳаражатлар (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.

Талаб ва таклиф ҳисоби мувозанатини вазифалари

27.5. Жадвал

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 ҳарбир ўнта фирмага 200 бирликни белгилайди.

27.2. Янги товарга нарх қўйиш.

Кичик бизнес қорхоналари янги маҳсулотни бозорда муваффақиятли ҳаракат қилиши учун асосан олтита турдаги нархлардан фойдаланишлари мумкин:

1) бозор майдонида "каймогини 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 қуйиш қарорига келади, бу эса харидорга камроқ нарх "психология" рухий таъсирини кўрсатади;

4) бозорда ва тармокда илғорлик нархи. У бозордаги асосий рақобатчини таклифи асосида нарх билан белгиланади;

5) ишлаб чиқариш ҳаражатларини қайтарувчи нарх. Бу ерда фирма ўзининг янги маҳсулоти ёки хизмати учун нархни уларни ишлаб чиқариш ва сотиш билан боғлиқ ҳақиқий ҳаражатларни ҳамда бозордаги ёки тармокдаги 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 ҳарбир аниқ холатда ў ёки бу нархга нисбатан тўғри танлаш ва уларни ўрнатилишини асослаш керак. Бу ерда бир қатор омилларни таъсирини ҳисобга олиш зарур, яъни улар ичида хал 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 "каймоғини олиш" помига эга нарх белгилашга ёндошишни кичик бизнес субъектлари қуйидаги холатларда ишлатадилар:

- бутунлай янги ўзига якин ухшашлиги 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 ҳарақат 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 ходда йирик ишлаб чиқарувчилар "нарх урушини" эълон қилишлари мумкин ва ўзларининг ишлаб чиқариш ҳажмидаги

устуворликлари билан, қувватли сотиш тармоғига суянган холда кичик корхоналарни бозордан сиқиб чиқаришлари мумкин.

Янги маҳсулот нархи ишлаб чиқариш ҳаражатларини қайтариб бориши билан қуйидаги ифода билан аниқланиши мумкин:

$$H = C + A + P (C + A);$$

Бу ерда: С - маҳсулотни ишлаб чиқаришдаги ҳақиқий ҳаражатлар;
А - маъмурий ҳаражатлар ва сотиш билан боғлиқ ҳаражатлар;
Р - ушбу бозордаги даромаднинг ўртача миқдори.

Кичик бизнесда нарх белгиланишида давлат буюртма иши билан, унча катта бўлмаган ва олий даромадаги маҳсулотлар гуруҳини ишланишида, ҳамда йирик масштабли, фундаментал тавсифга эга изланишга янги техник жиҳатдан мураккаб маҳсулот ишланишида, кутиладиган пировард натижага эришишда юқори ноаниқлик даражаси бўлиши билан боғлиқ нарх белгилаш усули алохида тараққиёт топган.

Янги мухим сифатга эга, зебу-зийнат товарлар учун престиж нархи ўрнатилади. Бу холларда 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-тукис ўз маҳсулотининг обрусига товар белгисига ҳамда бозорда ухшаш 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 ҳаражатлар 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 яҳшироқ деб ҳисобланса, нарх тафовути катта бўлса, унда товар "Б" га талаб ошиб боради.

Бир товарни иккинчиси билан ўзаро тўлдирилишини ҳисобга олиб нарх белгиланса, уларни ҳархил 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.

Хар бир алохида 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 ҳаражатлар ҳам ўзгаради. Агар ишлаб чиқариш нолга тенг бўлса, фирма ўзгармас ҳаражатлар ўлчамида зарар кўради.

Фирманинг товар номенклатурасининг даромад келтирувчанлигини ўзаро бир-бирига боғлиқ маҳсулот ҳаражатлари билан ҳисоблаш мисоли.

27.6. Жадвал.

Кўрсатгичлар	Ҳаммаси бўлиб (жами)	Шу жумладан		
		Алоқа воситалари	Электрон ҳисоблаш техникаси	Компонентлар
Биттасининг нархи (млн.сўм)		10	5	2
Талаб (дона)	5300	1250	1500	2500
Сотишдан тушган маблағ (млн. сўм)	25000	12000	7500	5000
Ўзгарувчан ҳаражатлар (млн.сўм)	10500	5000	2500	3000
Сотишдан келган маблағдан ўзгарувчан ҳаражатларнинг айирмаси (млн. сўм)	14500	7500	5000	2000
Ўзгармас ҳаражатлар (млн. сўм)	12500	5900	3800	2800
Маош	5000	2950	1250	800
Реклама ҳаражатлар	1500	100	750	650
Энергия ҳаражатлар	200	50	50	100
Амортизация	500	100	200	200
Ижара	2000	1000	600	400
Сугурта	300	200	50	50
Умумий маъмурий ҳаражат	3000	1500	900	600
Даромад (млн. сўм)	2000	1000	1200	800

Кичик ҳажмида ишлаб чиқилса, зарарлар даромад ўлчамидан ошади. Ишлаб чиқариш ҳажмининг оширилгани сари биргаликдаги ҳаражатлар 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 химоя экранларини таклиф этиши мумкин.

Товар тури доирасида маҳсулотга ҳаражатларни ҳисобга олиб нарх-қуйиш фирма раҳбарлари учун қийин масалалардан ҳисобланади. ҳозирги холатда сон ва сифат омилларини биринчилигини ҳисобга олиш керак бўлади. Сон омиллари орасида биринчи навбатда бу каби қарорни қабул қилиш оқибатида унинг алохида турдаги маҳсулотини даромадлигига эмас, балки фирманинг операцияларини тўла даромадлилигини ҳисобга олиши керак.

Бу вазиятда кўпроқ катта бўлмаган корхоналар бўлиши мумкин, чўнки улар учун ишланадиган маҳсулотнинг турли туманлиги ва уларни рухий емирилишининг юқори даражада бўлишига сабаб бўлади.

Карор 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 ҳаражатларни айириши эвазига, ушбу 20 млн. сўм зарар келтирувчи маҳсулот ишлаб чиқаришидаги ўзгармас ҳаражатларни қисман қопланиши учун ишлатилади.

Шундай қилиб, зарар келтирувчи маҳсулотни ишлаб чиқарилиши тўхтатилса фирма ўзгармас ҳаражат 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 ҳаражатлар ўзгаришсиз қолади, чунки ишлаб чиқариш ҳажмига эмас, балки асосий майдонлар ўлчамига боғлиқ.

Амортизация ажратмалари ҳам кўпинча ўзгармай қолади, чунки фирма ўзоқ муддатга иншоот комплексини ижарага олади ва шартнома мухлати тугамагунча уни рад эта олмайди.

Бутловчи буюмлар ва тайёр маҳсулотлар захираси сугурталанади. Шунинг учун зарар келтирувчи маҳсулотдан воз кечилса бу каби тўла ҳаражатлар тўла қисқаради. Умумий маъмурий ҳаражатлар ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ эмас шунинг учун ўзгармай қоладилар. Бу каби таҳлил натижаси 27.7. жадвалида келтирилган.

27.7 Жадвал

Узгармас ҳаражатлар тури	Ишлаб чиқариш мавжудлигида жами	Шу жумладан ишлаб чиқаришдан воз кечганда	
		Ўзгармаслар	Камаювчилар
Иш ҳақи	800	-	800
Реклама ҳаражатлари	650	-	650
Ёритиш ва иситиш ҳаражатлари	100	100	-
Амортизация	200	200	-
Ижара	400	400	-
Сугурта	50	-	50
Умумий маъмурий ҳаражатлар	600	600	-
Жами:	2800	1300	1500

Шундай қилиб зарар келтирувчи маҳсулотдан воз кечилса фирма ўзгармас ҳаражатлардан бир ойда 500 млн. сўм иқтисод қилади ва 2000 млн. сўм даромадни сотиш ҳажми камайиши ҳисобига ўзгармас ҳаражатларни айириб ташлагандан сўнг.

Натижада корхонанинг йўқотиши ишлаб чиқаришни мавжуд пайтидагисига қўшимча бўлиб 500 млн. сўмни ташкил қилади. Демак фирма зарар келтирувчи маҳсулотдан фойда куриш фикри билан воз кечмаслиги керак.

Фирма йўқотишларга чидаши мумкин агар у янги, истиклолли маҳсулотни ишлаб чиқаришни йўлга куйса ёки бошқа мулохазалари бўлса. Шу билан бирга кўпчилик холларда ишлаб чиқаришни кундалик рентабеллиги уни белгиловчи омили ҳисобланади.

27.4. Нархлар ва жугрофик бозорлар.

Жугрофик жойланиши жиҳатдан нарх белгилаш, фирма гомонидан 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 қонунда" 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.

Хар хил давлатларда ва халқаро бозорда маҳсулот етказиб бериш шарти ҳархил тушунчага эга, аммо уларни бир нарса бирлаштиради: нарх ўрнатишни ҳар-хил вариантларини жугрофик қоида бўйича ишлатиб фирма ўз истеъмолчилар тармогини сақлаб қолиш ва кенгайтиришни ялпи товарни сотилишини турғунлигини мақсад қилиб куяди. Баъзи бир холларда товарларни ишлаб чиқариладиган жойларда нарх аниқлаш фойдали бўлса, бошқа холларда истеъмол қилиш жойларида аниқлаш фойдалироқдир.

Нарх маҳсулотни ишлаб чиқиладиган жойида қуйилишида хўжалик юритувчи субъект иккита асосий қоидани қўллайди: у нархни унга маҳсулотни етказиб беришни ўртача ҳаражатини истеъмолчини ўзоқлигидан қатъий назар киритиш билан аниқлайди. Етказиб бериш ҳаражатлари бу ерда ўртача транспорт ҳаражатлари миқдорига тенг. Бошқа холда маҳсулот ўртадаги шахсга ёки эгасига берилади франко-товар шарти билан, яъни барча транспорт ва бошқа ҳаражатлар харидорга юкланади.

Кичик бизнес корхоналарида товарларини етказиб бериш билан боғлиқ ҳаражатларни 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.

Маҳсулотни истеъмол қилинадиган ерларида нарх савиясини аниқлаш худудини худудларга бўлиш қоидаси билан ёки база ҳисобланган пунктда ишлатилиши кўзда тутилганда тузилади. Худудий нархларини ўрнатилишида фирма икки ва бир неча географик бозорлар худудларини ажратади. Уларни ҳар бирида харидорлар товар учун бир хил худудни маҳсулот ишлаб чиқарувчидан ўзоқлашган сари ошадиган нархни тўлайдилар.

Асосий ҳисобланган мулк учун ишлатиладиган нархни белгилаш усули асосий шаҳрини танлашни кўзда тутади ва барча буюртмачилардан транспорт ҳаражатларини қаердан товар жўнатилганига қарамасдан ушбу пункдан деб олади. Ушбу усулни ишлатишни фойдали томони шундаки бир вақтда жамғарма нархини ўлчамни ошиши корхонадан якинда бўлган харидорлар учун бўлса, ўзоқда 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 холат билан боғлиқдир.

Биринчидан, кичик бизнес субъектига ўз айланмасини кўпайтириш савдо ҳаракатларини чаккоплаштириш, товарлар ассортименти гуруҳини такомиллаштириш ва бошқа чоралар эвазига эришиши мумкин эмас. Бу ерда бу аҳволдан чиқишининг битта йўли мавжуд нарх белгилашнинг "илгорга эргашиш" қонунасидан 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 бутундунё ҳаражатларни ўсиши билан боғлиқ инфляциясидир.

Жаҳон даражасидаги ишлаб чиқариш унумдорлигига тўғри келмайдиган ҳаражатларни ошиши фойда меъёрини камайишига олиб келади ва фирмаларни вақти-вақти билан нархни оширишга мажбур қилади. Инқироз вазиятида, корхона омборларида тайёр маҳсулот захираси катта миқдорга етганда, муаммони хал этилишида нарх белгилашга эгилувчан ёндошиш кўмаклашади.

Жўнатиш нархлари қуйидаги объектив сабабларга кура 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 вақилларига 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 ургангандан кейин қабул қилинадиган товарни чиқариш тўғрисида қарор қабул қилади, ва каноат қилинадиган чакана нарх ўрнатилади. Шунинг учун чегирмани ишлатиш бир оз қўлайроқ, чунки чакана нарх таркибини қуриш имконини беради.

28. АЛОХИДА 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 ҳарбир алохида товар бирлигини товарнинг маълум хусусиятларини ҳисобга олиб куриб 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 холатни ҳисобга олиб аниқланади. Бунда барча кундалик талаб товарлари қўшимча тарзда доимий талаб қилинадиган асосий товарларга, импульсли сотиб олинадиган товарга

ва алохида холларда керак бўладиган товарларга бўлинади.

Бозор ҳажми маълум вақт бирлигида сотиладиган маҳсулот ҳажмидир (йил, уч ойлик, ой ва бошқалар). Бозор ҳажми (Бх) қуйидаги кўрсаткичлар йиғиндисига тенг:

$$Ер = П + З - Э + И + ДЗ - КЭ + КИ;$$

Бу ерда: П - ушбу маҳсулотни ишлаб чиқиш (давлатда, регионда, вилоятда, нохияда);
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, нохияда). 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 сотилиш шароитини ҳам ҳисобга олиш керак. Доимий зарур бўлган товарларни истеъмолчилар доим харид қиладилар (нон маҳсулотлари, гўшт ва сут маҳсулотлари, сабзавот ва мевалар). 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.

Алохидаги ҳолатлар учун зарур товалар ўта талаб пайдо бўлганда сотиб олинади, масалан, иссиқ кийимлар совуқ қиш кунлари келганда, зонтиклар ёмғирли кунлар кўпайганда. Олдиндан ажратиб олиш товарларига бўлган эҳтиёжи уларни яроклилигини, сифатини, нархини ва ташқи кўринишининг кўркамлигини ҳисобга олиб ўрганилади. Бу каби товарлар мисолида мебелларни, кийимларни, автомобилларни, маиший хизмат жихозларини 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 "Нарҳни асослаши керак". Шу билан бирга эски автомобилларни, мебелларни, кийимларни сотиб олинишида уларнинг хусусияти сотиб олувчи учун нархидан кура мухимрокдир.

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 согилувчи товарлар бўлар алохида 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 мухитда талаб қилинади. Потенциал талаб эҳтиёжнинг тараққиёти жараёнида шаклланади.

Ижтимоий ва маданий эҳтиёжлар роли ишлаб чиқаришни 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 алохида тавсифлидир. Товар-пул муносабатлари шароитида материал эҳтиёжи бозорда пул тўлаш қобилиятига эга талаб шаклида намоён бўлади.

Халкни истеъмол маҳсулотига бўлган талаби иқтисодий, ижтимоий, табиий-иклим 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 конуниятини 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, уни алохида маҳсулот беради. Масалан, ўйин автоматларига бўлган талаб, кунгил 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 куриб чиқамиз.

а) Эгилувчан бўлмаган талаб;

б) Эгилувчан талаб.

28.1. Расм Эгилувчан ва эгилувчан бўлмаган талаблар.

Нархни "P" дан "Pг" гача ошиши талабни нисбатан камроқ "Qd" дан "Qdг" гача пасайишига олиб келади. (28.1 а расм). Худди шундай нархни оширилиши талабни сезиларли пасайишига олиб келади (28.1 б расм). 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.

ΔP ва P* - усиш ва маҳсулот нархининг ўртача миқдори.

28.2. Расм. 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. расм).

28.2. расм 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. Расм). 28.1. жадвалидан ишбилармон ҳарақатининг учта вариант холати келиб чиқади.

Биринчидан талаб эгилувчан ҳисобланади ва маҳсулот нархини ошириш мақсадга лойик эмас, чунки нархни ошиши умумий савдо маблағини кўпайтирмайди, нархни камайиши эса савдо маблағини пасайишига олиб келади. "Якка" эгилувчанлик холатида нарх ўзгариши савдо маблағининг миқдорига таъсир кўрсатмайди. Талаб қилиб олинган товарлар сонини талабнинг ҳархил эгилувчанлигида сотишдан келган савдо маблаги.

28.1. Жадвал.

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 истъемол талабини ўрганиш улар учун маълум маҳсулотни қандай миқдорда бозорга ушбу нархда таклиф этишини хал қилиб беради. Бошқача қилиб айтганда хўжалик юритувчи субъект товар ёки хизматни таклиф қилиш қарорини қабул қилиши керак.

Таклиф-бозорда алмашиш (ёки сотиш) ниятида қуйилган маҳсулот тўпламидир. Таклиф турли омиллар таъсири остида шаклланади, улар ичида мухимлари 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 конунини ифодалайди. Ушбу конун асосида бозордаги маҳсулот таклифи унинг нархига бевосита боғлиқ. Агар нарх ошаверса таклиф ошаверади, нарх камайса у камаяди. 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 Жадвал

Вариант-лар	Нархи минг сўм (Р)	Таклиф ҳажми (бирлик) (Qs)	Вариант-лар	Нархи минг сўм (Р)	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. Расмда аёллар пальтосининг нархи ва таклифини боғлиқлиги графиги келтирилган. Таклиф билан нарх муносиблик чизиги "Таклиф эгри чизиги" деган ном олган.

Эгри чизиқ буйлаб ҳарақатланиш таклиф ҳажмини нарх ўзгаришига жавоб сифатида акс эттиради.

28.3. Расм. Таклиф эгри чизиги.

Таклиф ҳажмини нархга нисбатан ўзгаришини сон боғлиқлиги таклифни нарх эгилувчанлигида ўз аксини

топади. Нарх эгилувчанлиги таклифи коэффициенти талабни нарх эгилувчанлиги коэффициентига ухшаб, 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 укининг вертикалини кесиб ўтса (28.3-расмга қаранг), таклиф эгилувчан эмас, агар унинг нарх эгри чизиғи координат тизимининг горизонтал укини 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 огишни 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 усиб борса, демак бозор нархи ошаверади ва бозор қиймати ҳам ошади. Бу эса ўз навбатида ёки ушбу ишлаб чиқариш тармоғига капитал келиб тушишига, ишлаб чиқаришни 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 ҳаражатлари, 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 акснни 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 кулига олиб барча харидорлар учун товар нархини уцинг 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 ҳарақат қиладилар. Агар рақобатчилардан бири бошқаларга қараганда арзонроқ ишлаб чиқарса у кўпроқ товар сотишга, бозорда кўпроқ 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. Воситачиларни бозорда товар ҳарақатини самарадорлигини оошишидаги аҳамияти.

Аввал эслатилгандек кичик бизнесда ишбилармон ва унча катта бўлмаган корхоналар ўз маҳсулотини бозорда ўзлари олиб кетадилар. Шу билан бирга алохида холатларда 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 алохида 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 худуд бўйича тарқалган ва тўғридан-тўғри сотув ҳаражатлари ишлаб чиқарувчи томонидан рентабел бўлмай колмокда, баъзи бир холатларда мумкин бўлмай колмокда;
- саноат моллариии 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 коникториш 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 оралигидаги ўзилиш товарга эгалик қилиш ҳуқуқини беришда воситачилар аҳамиятини оширади.

Ушбу вақт бўйича номутаносиблик қуйидаги сабабларга боғлиқ:

- мавсумий ишлаб чиқаришга мунтазам истеъмол қилишга (масалан, муэлатилган озиқ-овқат маҳсулотлари);
- доимий ишлаб чиқаришга, мавсумий истеъмол қилишга (масалан, нечда ишлатиладиган ёқилги);
- ўзлуксиз ишлаб чиқаришга, даврий истеъмол қилишга (масалан, кир ювиш порошоклари).

Воситачиларни бозордаги товарларни ҳарақатини самарадорлигини оширишдаги аҳамияти, уларни иш алоқаларини кенгайтириш, истеъмолчилар билан битим тузиш, музоқаралар ўтказиш, буюртмаларни ўз вақтида расмийлаштириш ва харидорлар билан ҳисоб-китоб 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 қуйиш ниятида ҳархил воситалардан фойдаланадилар: кўтара савдо ва истеъмол ширкатлари ва қишлоқда шугулланувчи 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 маслахат 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 алохида шахслар, ўзлари сотиб олган товарларга эгалик ҳуқуқини олувчилар, шу билан боғлиқ тижорат таваккалчилигини, товарларини бузилиши, йўқолиши, угирланиши 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 бўлар корхона за 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 бўлар корхона, ташкилотлар, алохида шахслар, маҳсулот сотилишида иштироқ этувчилар ва товарга уни сотиб олишда мулк эгалиги хуқуқини олувчилардир. Уларнинг харидорларга кўрсатадиган хизматларини руйхати сезиларли даражада тор.

Бу каби воситачилар тижорат кредитини харидорларга ва маҳсулот берувчиларига берадилар, маҳсулот сотишда хизмат кўрсатадилар ёки бозор изланишларини ўтказиш, унун ахборот берадилар ва савдони ташкил этилишида ёрдам кўрсатадилар. Бу турдаги воситачилар тез бузиладиган озиқ-овқат маҳсулоти савдосида учрайдилар, улар қурилиш; ёқилги материаллари, қишлоқ хўжалик маҳсулоти тайёрланадиган гиёхлар савдосида хизмат қиладилар.

Бажарадиган хизмат туркумига қараб бу кўтара воситачилар гуруҳига қуйидагилар киради: товарни олиб бориб бермасдан уни пакд 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 (ёгоч-тахта материаллари, калийли угитлар, оғир дастгохлар, автомобиллар, қишлоқ хўжалик техникалари ва бошқалар). Маҳсулотни кўтара савдо қилишда кўрсатиладиган ҳамма хизматлар руйхатидан ушбу холатда фақат бевосита савдони ташкил қилиш бажарилади.

Бу каби кўтара савдо воситачиси товар билан бевосита шуғулланмайди, яъни товар сотиб олмайди, уни сақламайди ва уни харидорларга етказиб бермайди. Унинг асосий вазифаси-зарур бўлган маҳсулот ишловчини ушбу маҳсулотга буюртма олгандан сўнг

кидириб топишдан иборат. Агар маҳсулот ишловчи билан шартнома нихоясига етгандан кейин маҳсулотни юклаб буюртмачига жўнатади.

Бу ерда кўтара савдо воситаси буюртма қабул қилинганидан бошлаб буюртирилган маҳсулотни буюртмачи манзилгохига жўнатишга кадар ушбу маҳсулотга мулк эгалиги хуқуқини олади ва тижорат таваккалчилигини 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 ўйинчоклари, рузномалар, 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 хуқуқига эга, чакана савдо ходимларига истеъмолчилар сотиб олган маҳсулотга ҳисобот беради.

Кўтара савдочилар маҳсулотни етказиб бермаслик, нақд пулга сотувчилар - бўлар кўтара савдо корхона ва ташкилотлар ҳамда алохида шахслар чекланган ассортиментдаги, аммо тез сотиладиган ва шу захоти пул тўлаб олинадиган маҳсулот билан савдо қилувчилар. Конда 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 вазифали 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 хуқуқини қўлга киритувчи сотиш сохасида алохида шахс - ишбилармонлар сифатида чиқувчилар, дилерлар ва коммивояжерлар, кўтара савдо қилувчилар мухим урин эгаллайди.

Дилер - эркин чакана савдо қилувчи, маҳсулотни ишловчи фирма агентларидан эгалик хуқуқида сотиб олувчи сўнгра, "Мухим сотувчи" хуқуқида уни шахсий истеъмоли учун ўзи хизмат қиладиган нохиядаги 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 фавкулотдаги холатларда 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 хуқуқини 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 музоқара 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 ҳархил 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 ортик бўлмаган маҳсулот сотувчилар бўлиши мумкин. Бу каби савдога товар ассортиментини чукур 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 ҳархил тор ихтисослашган ассортиментли корхоналар бўлиши мумкин.

Воситачилик фаолияти маҳсулот сотиш бўйича ва товарларга эгалик ҳуқуқига эга бўлмасдан ҳам агентлар, брокерлар ва таркоқ холда сотувчилар орқали амалга оширилиши мумкин.

Агентлар - кўтара савдо воситачиси, сотувчини манфаатини кузловчи; маҳсулот сотилишида иштироқ этувчилар ва товарларни сотиш хуқуқига эга бўлмаганлар. Агентлар ўзларининг мижозлар билан бўладиган муносабатларини ўзоқ 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 иштироқ 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 маслахат бериш хизматларини кўрсатиш ва бошқалар.

Шу билан бирга улар сотиладиган ва олинадиган товар захираларини сақламайдилар, савдо шартномаларини молия билан таъминламайдилар ва ўзига хеч қандай тижорат таваккалчилигини олмайдилар. Ҳар бир алохида шартномани тузишда брокерга унинг мижозлари (харидорлари ва сотувчилари) махсус хуқуқ берадилар. Бу хуқуқ 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 ўзаларининг муносабатларини вақтинчалик асосда курадилар, 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 сўммасининг 0,2 дан 3 фоизгача миқдорида комиссион мукофотини олиши мумкин.

Брокер бир вақтда икки томонин (сотувчи ва харидор) манфаатини кузлашга хуқуқли эмас. Конда

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 вақиллари ва фирма ишлаб чиқарган маҳсулотни бир қисмини бозор сегментларини чекланган сонида сотувчилар.

Ишлаб чиқарувчи фирмалар бир неча агентларни ишлатиши мумкин, ҳар бир агент ҳархил маҳсулотни, бозорни ҳархил 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 ўзоқда 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 вақиллари, шунингдек сотув хизмати бўйича мажмуа иш бажарувчилар. Улар бозорни урганадилар, сотувни рағбатлантиради, маҳсулотни ишловчилардан чакана савдога ёки бевосита истеъмолчига етказиб беради.

Ишловчи фирмаларнинг савдо агентлари хизматига қуйидаги холларда мурожаат қилишади: уларга сотиш вазифасини бажариш иқтисодий жиҳатдан мақсадга мувофиқ бўлмаганда ишлаб чиқарувчи фирма савдо фаолиятини амалга оширишга тайёр эмаслигида, омбор

хоналарини 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.

Саздо агенти - савдо фирмаси номидан иш курувчи шахслар улар тегишли маҳсулотни сотишда ва қуйидаги вазифаларни бажарадилар: ахборотларни тўплаш, харидорларни топиш, савдо алоқа йўлларини ўрнатиш, сотишни амалга ошириш, товар ресурсларини таксимлашда қатнашиш ва бошқалар.

Манзил маклери - бу воситачи бўлиб, у битта фирмани манзил руйхатини 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 мулохазаларини олиб бориш, маҳсулотга бўлган эгалик хуқуқини 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 ҳаражатларни қоплаш учун маблағ излаш ва ишлатиш.
• таваккалчиликни қабул қилиш - сотиш каналини ишлаб туришини жавобгарлигини ўз зиммасига юклаш.

Биринчи бешта вазифани бажарилиши битимларни тузилишга, сўнги эса-тузилган битимларни ниҳоясига етказилишига кўмаклашади. Маҳсулот сотилишида қанча сондаги воситачилар ишлатилишини ҳарқандай маълум вазиятда фирма ўзи хал қилади. Бу муаммони ечилишида савдо корхоналарининг сонига боғлиқ уч хил ёндошиш 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 алохида хуқуқ билан сотилиши. Бу ёндошиш кўпроқ ва кенг меъёрда кичик бизнес корхоналари томонидан, чекланган сондаги воситачиларга фирманинг товарларини бозор майдони доирасида таксимлашда алохида хуқуқ берилишида ишлатилади.

Бунда ишлаб чиқарувчи фирма рақобатчилар маҳсулоти билан савдо қилишни ман қилганда алохида воситачилик шарти тез-тез қуйилади.

Товарларни алохида хуқуқ билан сотилиши уларни обрусини ошишига ва маҳсулотга юқори кушма нарх қуйишига имкон яратади. Масалан, чекланган сондаги мижозларга модали кийим, қиммат баҳо мебель ва бошқа юқори тоифадаги мутахассислар томонидан якка буюртма ишлар бажарилиши билан боғлиқлиги.

Маҳсулотни натижали сотилиши - бу товарларни интенсив сотилиш усули билан алохида хуқуқ билан таксимланиши орасидаги ўртачаси ҳисобланади. Бу ерда жалб қилувчи воситачилар сони бирдан ортик, аммо маҳсулотни сотишда тайёр иштироқ этишни хоҳловчилар сонидан камдир.

Бунда ишлаб чиқарувчига ўз ҳарақатини кўпчилик иккинчи даражали савдо нуқталарида бехуда 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 ҳарақатини ташкил қилишда 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, ёқи мавжуд ушбу бозордаги воситалар майдони хизматидан 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 гушт 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. расм. 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 дуконлар орқали сотиш.

Купроқ афзаллик бериб тўлаш усуллари ҳисобга олинади. Масалан, нақд пулга сотиш, кредитга ёки арендага, қарзга бериш, ҳамда харидорларни у ёки бу товар белгисига ишкибоэлиги мухим аҳамиятга эга бўлади.

Учинчидан, сотув каналларини танлашда қуйидагиларни ҳисобга олиш зарурдир: истеъмолчиларни, кўтара воситачиларни ва чакана савдо ходимларини худудий жойлашиши, воситачиларни молиявий аҳволи, товар белгисини машҳурлиги, бозорни ўрганилганлигиги, 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 якинлашиш имкони, кичик фирманинг товарларини бошқа воситачилар сотаётган товарларга қараганда нисбий зарурлик даражаси ва бошқалар.

30. ТОВАР АЙЛАНМАСИ ВА УНИНГ АСОСИЙ АНАЛЛАРИ.

30.1. Сотув каналларининг таркиби, кўлами, вазифаси ва тушунчаси.

Сотув канали - бу корхона ва ташкилотларнинг (кўтара ва чакана), ҳамда алохида тадбиркорларнинг товарлар ҳарақатида ва улар мулкга эгалик хуқуқини 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 химояланишини таъминлаш, олувчи ва сотувчи орасидаги мулохазаларини ва битимларни олиб бориш, товарга эгалик хуқуқини 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 тўпланиши, истеъмолни хусусияти, одати ва руйхати, маҳсулот сифатига ва унинг ностандартлигига қуйиладиган талаб, товарларга қуйилган нархнинг турғунлиги, сервисни ҳажми, сифати ва тури, фойда меъёри.

Сотув каналининг савияси (сотув каналининг давомийлиги) 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, қонда бўйича, ҳар-хил дуконлар, 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 сўнги истеъмолчиларга сотиши мумкин. Уч савияли сотув каналида учта воситачи жалб қилинади: кўтара, майда кўтара ва чакана.

Сотув каналининг сон тавсифи сифатида ўзунлиги билан бир қаторда унинг кенглиги яъни маҳсулотни ҳарқандай 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 токчаларига ўтган.

30.2. Товар ҳарақати тушунчаси, мақсади, захираси ва ташилиши.

Товар ҳарақати - мажмуавий фаолият бўлиб, ўз ичига барча операциялар тўпламини, яъни ишлаб чиқилган маҳсулотни ишловчидан истеъмолчига жисмоний ҳарақат воситаси орқали олиб бориб берилишидир. қуйидагилар товар ҳарақатини 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 ҳарақатининг барча қатнашчилари фойда олиш, маҳсулотга йўл топиш самарали таксимлаш, сотиш ва бошқалар каби.умумий мақсадга эга: Кичик бизнесда товар ҳарақати канали ҳархил бўлиши мумкин: оддийдан мураккабгача, оддий товар ҳарақати канали кичик фирма билан унча катта бўлмаган сотув нуқтаси оралигидаги ёзма келишувдир.

Товарни кенг меъёрда сотилишига қизиққан бошқа корхоналарга эркин чакана магазинлари зарур. Шунинг учун икки хил товар ҳарақати канали мавжуд: бевосита ва билвосита.

Бевосита товар ҳарақати каналлари маҳсулотни ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига эркин воситачилар ишлатмасдан ҳарақатлантириш билан боглиқ. Улар кўпроқ кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектлари томонидан, ўзларининг маркетинг дастурини ўзлари назорат қилишни истовчилар, чекланган бозор майдонига эга бўлишларига қарамасдан истеъмолчилар билан якин муносабатда бўлишни хоҳловчилар томонидан ишлатиладилар.

Билвосита товар ҳарақати канали маҳсулотни ишловчидан товар ҳарақатини эркин қатнашчисига ҳарақатлантириш билан, сўнгра харидорга етказиб бериш билан боғлиқ. Улар кўпроқ йирик компаниялар билан франчайзинг асосида ишловчи кичик фирмаларни жалб этади. Товар ҳарақати сезиларли ҳаражатларни маркетинг тизимида талаб қилади. Бу каби ҳаражатларни миқдорини аниқлаш учун қуйидаги ифодадан фойдаланиш мумкин:

$$Ит = T+F+W+S;$$

Бу ерда: Ит - товар ҳарақати ҳаражатлари (сўмда);
T - транспорт ҳаражатлари (сўмда);
F - ўзгармас омбор ҳаражатлари (сўмда);
W - ўзгарувчан омбор ҳаражатлари (сўмда);
S - ўрнатилган мухлатда бажарилмаган буюртмалар қиймати (сўмда).

Хар бир фирма товар ҳарақати билан боғлиқ ҳаражатларни камайтиришга ҳарақат 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 тармогига 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 мухим 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 иштироқ 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 сотилишни 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 алохида харидорларни воситачиларни ва сотув ишчиларни ажратадилар. харидорга нисбатан рағбатлантириш 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 қатнашчиларини мукофотлаш, керакли товарлар сотиб олишида савдо қайтармаларини бериш, бир қисм маҳсулотни бепул бериш, баъзи бир оилавий тадбирларни ўтказишда кўмакланиш, қўшимча дам олиш кунларини бериш, бепул йўлланмаларни дам олиш масканларига бериш, имтиёзли кредитлар бериш ва хоказо.

Агар фирма сотувни доим рагбатлантирадиган бўлса унда харидорлар буни маҳсулот сифатини пасайиши деб тушунишлари мумкин ва харидорлар оддий нарх билан товарларни олмай қўйишлари мумкин, чунки улар сотувни рагбатлантириш даврида керакли захира қилган бўлишлари мумкин.

30.4. Реклама сохасидаги 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 изохловчи 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 этувчи ҳисобланади. У алохида сотув учун ўзига йўл очиб боради: аудиторияни ахборотга эга эканлигини таъминлайди ва фирманинг маҳсулотга хайрихоҳлик муносабатини ўйготади. Ундан ташқари у чакана савдода, почта орқали сотувда хукм суришга имкон яратади, аммо баъзи бир реклама эълонлари масалан, юридик ишлар билан боғлиқликлари фақат

ахборот тавсифига эга ва инқор қилишга мўлжалланмаган.

Реклама талабни шакллантирш тизимининг элементи ҳисобланади ва маълум "товар тимсол"ини таъминлайди, бу эса сотиб олиш қарорини қабул қилинишига ёрдамлашади. Банк магазинлар, ярмаркалар хизматларини, амалга оширишда

Ҳам реклама мухим роль уйнайди. Кенг таркалиб ва юксалиб борш даражасида реклама кенг гоя доирасини яъни иқтисодий, сиёсий, диний ва ижтимоий ташвикот 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, очик (бевосита), ва ёпик (билвосита) реклама, сотувни кенгайтиришни таъминловчи реклама. Рекламани тарқатувчи воситалар-радио, ойнаи жахон, рузнома, ойнома, почта, видео кассеталар ва бошқалар.

Реклама ишланишида қарорларни изланиши 9 босқичдан иборат (30.1. расм). Реклама вақтини белгилаш унинг чиқиш муддатини аниқлайди ва унга бўлган буюртмалар сонини белгилайди.

Биргаликдаги ҳарақатларни таҳлили сотув каналларини вертикал ёки горизантал йўналишлар бўйича воситаларни бирлаштириш бўйича қарор қабул қилишни ўз ичига олади. Бундан мақсад реклама ҳаражатларини камайтиришдир. Реклама қақидаги биргаликдаги вертикал йўналиш бўйича келишувда сотув канали иштирокчилари ҳаражатларни этаплар бўйича таксим қиладилар (масалан ишлаб чиқарувчи ва чакана савдо).

Агар рекламада биргаликда ишлаш келишуви горизонтал йўналиши бўйича бўлса икки ёки ундан кўп эркин сотув қатнашчиси ҳаражатларини битта этапда таксим қиладилар. (масалан иккита чакана савдо дукони).

1. Мақсадни аниқлаш	Бизнесда рекламанинг асосий мақсади- хабардорликни бунёд этиш, сотиб олишни эслатиш. Бу мақсадлар харидорлар худқининг модели боғлиқ ва корпоратив масала билан фирманинг имижини бунёд этиш.
2. Жавобгарлик- ни белгилаш	Жавобгарликни белгилаш - реклама учун жавобгар бўладиган аниқ субъектни тайинлашни кўзда тутади. Фирма ўзи реклама фаолияти билан шуғулланиши ёки махсус агентлар хизматидан фойдаланиши мумкин.
3. Бюджет белгилаш	Реклама бюджетини аниқлаш рекламага ажратиладиган умумий маблағ белгиланганидан 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 ҳажжатлари аниқланади ва рекламани битта томошабинга тўғри келадиган қиймати. Туловсиз деб, аудиториянинг бир қисми, қайсики мақсаддаги бозор ҳисобланмайди.
7. Реклама вақтини аниқлаш	Томоша мухлати - реклама жойлаштириш учун керакли вақт.
8. Бирганикдаги ҳарақатлар таҳлили	Харидорлар одобини ҳисобга олиш, уларни реклама воситаларига муносабатини ва маҳсулотни ўзини спецификациясини ҳисобга олиш керак.
9. Муваффақият (маглубият) даражасини аниқлаш	Реклама эълонларини тайёрлашда қуйидаги масалаларни ечиш керак: ўзатиладиган ахборотни мазмуни, эълонни жойланадиган жойи, ахборотни мақбул вариантлар сонини белгилаш.

30.1. Расм. Реклама сохасида қарор қабул қилиш этаплари.

Мувоффақият ёки мағлубиятни аниқлаш, танлаб олинган реклама фаолияти усулларини назорат қилиш ва реклама берувчиларнинг рекламага кетган ҳаражатларини 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 ҳарбир фирма, ташкилот, ассоциация ва шунга ўхшаш хокимият 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 гуруҳларни 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 холда 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 холатда кенг омманинг корхонага бўлган муносабатига боғлиқ.

Жамият билан бўладиган алоқани мустахкамланиши учун ўтказиладиган тадбирлар мақсади бу оммани фикрига таъсир кўрсатишни кучайтиришдир. Биринчидан кичик бизнесни мақсади кўпчилик томонидан қўлланиши бўлса, иккинчи томондан унинг тараққиёт топишидаги муаммоларни жамият тушиниши ёки батарафлиги, 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. расмда) келтирилган. Омма билан бўладиган алоқани баъзида янглиш "пулсиз реклама" деб номлайдилар.

ПАБЛИК РИЛЕЙШН

Брифинглар, пресс-конференциялар ташкил қилиш.
Презентациялар ўтказиш.
Ҳар хил юбилей тадбирларни ўтказиш.
Баъзи-бир шахс ва ташкилотлар фойдасига меҳр-шавқат фаолиятини ўтказиш.
Фирманинг рекламага муносабати бўлмаган журнал ва бюллетенлар нашр этиш.
Тижоратга алоқаси бўлмаган маколларни матбуотга чиқариш, телефильмлар яратиш ва уларни намойиш қилиш.
Очиқ матбуотда кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектни тижорат фаолиятини ёритиш.

30.2. расм. Омма билан бўладиган ишни 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 диккат 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 қумиталари билан ўтказилган мулохазаларда, янги товарни бозорга олиб чиқиш ҳақида, ёки сотув каналини ўзгариши ҳақида, акциялар қийматини ошиши ҳақида, хизматчиларни ахлоқий қоидаларни мустахкамлашда 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. "Узбекистон иқтисодий ислохатларни чуқурлаштириш йўлида". "Узбекистон" 1995.
2. Балашович М.И. 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.
5. Ичитовкин Б.Н. Хўжалик юритишни кичик шакллари-М, 1991.
6. Бизнесни қандай эгаллаш мумкин - М, 1993.
7. Кретов С.М. "Тадбиркорлик мохияти, топшириклари ва истиқлоллари".
8. Крупанин А.А. Тадбиркорлик асослари. Амалий қўлланма дарслиги. Спб, 1992.
9. Львов Ю.Д. "Бизнесни иқтисоди ва уюштириш асослари". Спб, 1992.
10. Стародубинский Э.Е. "Тижорат фирмасида менежмент асослари".- М, 1994.
11. Тошниёзов М.И. Шарифбоев И.М. Обидов А.С. "Корхоналарда бошқарув фаолияти асослари". Тошкент-Узбекистон, 1995.
12. Хоскинг А. Тадбиркорлик курси (инглиз тилидан таржима) - М. Халкаро муносабат, 1993.
13. Ўзбекистон республикаси қонун-қондалари 1991.

ҚЎШИМЧА АДАБИЁТ:

1. Бизнес-план - инструмент предпринимательского менеджмента. - М., 1992
2. Веснин В.Р. Менеджмент для предпринимателя М., 1993, Ч. I

3. Гулямов С.С. Коммерческий анализ агроинвестиционного проектирования. - Ташкент, 1996, 107 с.
4. Еферин В.П., Мотин В.В. Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях: Учеб. Пособие. Домодедово, 1993
5. Левитан М.И. Размышления предпринимателя о менеджменте и маркетинге. - М., 1993
6. Липсиц И.В. Бизнес-план - основа успеха: Практ. Пособие. - М., 1992
7. Методические рекомендации (комментарии) к разработке бизнес-плана. - М., 1993
8. Минервин И.Г. Система государственной поддержки предпринимательства: Науч.-аналит. обзор. - М., 1993
9. Осипов Ю.М. Основы предпринимательского дела. - М., МГУ, 1992
10. Основы предпринимательской деятельности (экономическая теория, маркетинг, финансовый менеджмент). - М.: Финансы и статистика. 1994
11. Романов А.Н., Лукасевич И.Я. Оценка коммерческой деятельности предпринимательства: Опыт зарубежных корпораций. - М., 1993
12. Серван-Жрейбер Ж.-Л. Ремесло предпринимателя. - М., 1993
13. Федотова М.А. Доходы предпринимателя. - М., 1993
14. Хизринг Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. - М., 1993
15. Янчевский В.Г. Менеджмент, маркетинг, бизнес: Деловым людям о предпринимательстве. - М., 1992

ГЛОССАРИЙ.
(GLOSSERY)

Аваль. вексел буйича кафиллик - 1) вексель эгаси олдида жавобгарлик; 2) векселнинг унг 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. ердамида банклар ўз мижозларини ҳисоб варакалари буйича кирим ва кредит кайдлари, ҳисоб варакасидаги колдиқ маблағлар, пул ўтказмаларини тўлаш, чек талабномаси, аккредитив очиш ва бошқ. ҳаракатлар тўғрисида хабардор қилади. Товар жунатувчи (сотувчи) томонидан товарни қабул қилувчи (харидор)га товар жунатилгани хақидаги хат ҳам авизо деб юритилади.

Агрегация (aggregation) - бу барча ҳаражат ва даромадларни жамгарилиш жараёни бўлиб у қўшимча соф фойдани ҳисоблаш учун ишлатилади ва унинг ёрдамида лойиҳани мақсадга лойиқлиги аниқланади.

Акселератор (accelerator) - киритиладиган капитал маблағлар ҳажмини ўзгаришини тавсифловчи кўрсатқич бўлиб у иқтисодда истеъмолчилик ҳаражатлари хажмини ўзгариши ҳисобига юзага келади. Акселерация қонидасини маъноси шундан иборатки иқтисоддаги истеъмолчилик ҳаражатларининг динамикаси инвестиция хажми динамикасига таъсир кўрсатади: истеъмолчилик ҳаражатларини сезиларли ўсиши инвестицион

фаолликни рағбатлантириши ва аксинча рағбатирилмаслиги ҳам мумкин.

Активлар (assets) - асосий ва айланувчи фондлар қиймати, иқтисодий фаолият субъектларини пул ва молия воситалари.

Акциз (unit tax) - солиқ солинадиган объектни бир донасидан белгиллаган 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 жамгарилиши.

Аннуитет (annuity) - (фр. annuite - йиллик бадал) - ўзоқ муддатли давлат қарзи, турларидан бири, асосий қарзни унга тўланадиган проценти билан аста секин қайтариш имконияти ҳисобга олинган холда, ҳар йили кредиторга маълум даромад келтиради. Аввалдан бу атама ҳар йилги тўловларни англатган бўлса ҳозирда турли давомийликка эга тўловлар учун ишлатилади. Масалан, уч ойликлар оралигида, ҳар ой оралигида ва бошқалар. Аннуитет учун мисол бўлиб сугурта 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 руйхати бўйича (муйна, чой, ҳўл мева, сабзавот, балиқ, зотли от, бадиий хунармандчилик 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 хажмига қараб ўтказилади. харидорлар савдо бошлангунига қадар аукцион омборларига қўйилган товар ёки унинг намунаси (*лот*) билан танишадилар. Савдо вақтида лотлар каталогда кўрсатилган тартибда навбатсиз савдога куйилади, харидорлар орасида энг юқори нархни таклиф килгани 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 гурухлари буйича савдода (экспорт ва импорт) баҳолар индексини аниқлаш учун ишлатиладиган асос. БМТ даврий иқтисодий нашрларида, халқаро ва миллий ташки савдо статистикада қўлланилади. ҳозирги шароитда БМТ статистикасида база сифатида 1980 йилнинг экспорт баҳоларидан фойдаланилади; 2) муайян махсулотнинг 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 мажбкриятлари 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 кўрсатшни 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 *клиринг*лар. Бартер ҳозирги шароитда аҳолини истеъмол моллари билан таъминлашда мухим аҳамиятга эга бўлмоқда.

Бартер битими - келишувга биноан мувозанатли, лекин пулсиз товар айрбошлаш хақидаги шартнома. Бартер битими ташқи савдода кўпроқ қўлланилади. Кейинги йилларда мамлақат ичида ҳамда корхоналар ўртасида кенг тарқалди. Бартер битимига биноан келишган томонлар ўз товарларини маълум нархда баҳолайдилар. Бу нарх айрбошлашнинг тепа-тенг бўлишини, бож сарф-харажатларини ҳисобга олади. Тенг баробарлик товарларни жахон бозори нархларига кўра айрбошлаш орқали таъминланади. Бир томон

иккинчисига қарздор бўлиб қолса, у ўз қарзини валюта билан эмас балки, товарлар билан ўзади. Валюта такчил 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 дархол кечиктирилмай ўтказилади. Бартер битимлари икки томонлама ёки кўп томонлама бўлиши мумкин.

Бизнес (business) - даромад келтирадиган ёки бошқа наф берадиган хўжалик фаолияти ёки сохибкорлик-тижорат ишлари билан шуғулланиш, пул топиш мақсадида бирор иш билан банд бўлиш. Бизнес товар ишлаб чиқариш ва уни сотиш, хизмат кўрсатиш, транспорт ва бошқа сохалардаги фаолиятдир. Бизнес хўжалик юритиш кўламига қараб йирик, ўрта ва майда турларга бўлинади. Йириқ бизнесга асосан ишлаб чиқаришда 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 сохалар киради. Майда бизнес қишлоқ хўжалиги, аҳолига хизмат кўрсатиш сохаларида 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 қўлай бўлмаган сохаларда 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, худудий, миллий ва жаҳон бозори, ички ва ташки бозорларга ажратилади.

Бозор мувозанати - бозордаги талаб ва таклифнинг миқдоран ва таркиби жиҳатидан бир-бирига мувофиқ келиши. Бозор мувозанатини таъминлашнинг асосий йўллари: товар ишлаб чиқаришни талабдаражасига етказиш орқали бозони тўйдириш; етарли товарлар захирасини барпо этиш; талабгир товарлар нархини ошириш, ўтмай турган товаралар нархини пасайтириш; экспорт ва импортни ортиши ёки камайишн; аҳоли даромадларининг товарлар ва хизматлар кўпайишига қараб ортиб бориши; меҳнат унумдорлигининг иш хакига нисбатан тезроқ усиши. Бозор мувозанати маърифатли жамиятда бозорни тартибга солиш орқали таъминланади.

Бозор мухофазаси - миллий бозорни ёки айрим товарлар бозорининг давлатнинг экспорт-импорни тартибга солувчи тадбирлари воситасида химоя қилинниши. Бозор мухофазаси четдан товар келтиришни чеклаш, тақиқлаш еки бож тўловини ошириш орқали амалга ошади. Муайян давлатнинг бозор мухофазасини бартараф этиш учун бошқа давлатлар ўз территориясида шу мамлақатдан чиқарилган товарларга бож тўловини ошириб, ўз рақибини ён босишга мажбур қилади. Шу сабабли

бож тўловлари ўзгариб туради. Бозор мухофазасини четлаб ўтишнинг мухим йўли илгари товар чиқарилган мамлақатга капитал чиқариб, муайян товарни ўша ернинг ўзида яратиш ва сотиш ҳисобланади.

Баланс киймати (book value) - компания балансида белгилаб қўйилган активларнинг (асосий фондларининг) амортизацияни айриб ташлангандан кейинги қиймати. Одатда активларни тарихий қийматини акс эттиради (яни 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 конуниятлар билан ҳисобга олинувчи меҳнатга лойик ёшдаги халқдир.

- *биргаликда банд аҳоли (total employees)* - банк халойик плюс ҳарбий хизматдагилар.

- *бандлик савияси (rate of employment)* - банд бўлганлар сонини меҳнатга лойиқ халқ сонинига 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, қонда бўйича, кўпинча ишлатилмайди.

Бир вакт солиги (lump-sum tax) - белгиланган ўлчамдаги солиқ, у иқтисодий ўзгарувчилардан катъий назар (даромад, нарх ёки ишлаб чиқариш хажми)

олинади. Баъзида "жам солиги" ёки "сайловчилардан олинадиган солиқ" деб ҳам аталади.

Бюджет чекланиши (budget consraint) - бу жисмоний ва юридик шаҳсларни ҳаражатларини молия билан таъминланишнинг давр бошига тўғри келадиган амалдаги манбаалари билан (бозор фаолиятидан келадиган даромадлар ва давр бошидаги бошқа активлар) ва давр оҳиридаги жамгарма ҳаражатлар билан ўзаро бир-бирига боғлиқлигидир.

Бюджет такчиллиги (budget deficit, fiscal deficit) - давлат ҳаражатларини (маҳаллий хокимият идоралари ҳаражатларини) маълум вақт даврида (уч ойлик, йил) даромад бандлари устудан, бюджетга келадиган тушумлари устидан юқорилиги, яни давлат томонидан қўшимча ички талабни бунёд бўлиши ҳисобига.

Грант (grant) - пулни қайтарилмаслик шарти билан тўланиши. лойиҳа таҳлилида одатда маълум миқдордаги пулни давлат хокимияти томонидан якка шаҳсга (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 (махаллий) (state budget, local budget) - давлатни даромад ва ҳаражатлар баланси (маҳаллий хокимият идораларини).

Давлатнинг ташқи қарзи (external debt) - давлатнинг ташқи кредиторларга заемлар ва улар бўйича тўланмаган фоизларни биргаликдаги миқдорига тенг қарзи.

Давлат харидлари (government purchases) - давлат сектори томонидан товар ва хизматларни харид қилиниши. Улар бюджетни ҳаражатлар бандида ҳисобга олинади.

Даромад (income) - ишлаб чиқариш омилларини ишлатишдан келадиган пул ва натурал тушумлар.

- *хусусий даромад (personal income)* - алохида жисмоний шаҳсий 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 ҳаражатлари ва қўшимча солиқлар тафовути сифатида аниқланади.

- *эгаликдаги даромад (disposable income)* - секторларни ҳаражати 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. 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 нарҳда талаб миқдори таклиф миқдоридан ортиқ бўлади. Етишмаслик барқарор воқеа бўлиб фақат пул нарҳлари камёб фойдали буюмлар рақобатчи харидорлар орасида тақсимлашда ўз вазифасини бажармай қуяди (тақсимлаш механизмига қаранг).

Дефляция (deflation) - биргаликдаги талабни камайиши сабабли иқтисодда ўртача нарҳ савиясини пасайишига олиб келувчи ананадир, жамият меҳнат умумдорлигини ошиши ҳисобига товарлар қийматини пасайиши ёки бўлмаса муомиладаги 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 қарама-қарши 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 қийматига 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 маҳсулотга мисол бўлади. Бу эса тармоқ таркибини аниқловчи омиллардан баъри ҳисобланади.

Дуополия (duopoly)- иккита ишлаб чиқариш хукмронлик қиладиган бозор. Энг охирги холатдаги олигополия.

Заёмлар (borrowing) - қайтариб бериш шарти билан маълум мухлатга пул воситаларини жисмоний ва юридик шаҳс ва давлатлар томонидан олиниши.

Заёмлар фоизсиз, имтиезли, ва тижорат шартида бериладиган ва ички ва ташқи бўлишлари мумкин. Заёмлар давлатларни иқтисодий сиесатида кенг ишлатилади. Давлат ички заёмлари жисмоний ва юридик шаҳсларга берилганда улар давлатни ички қарзни шакллантиради, агар давлат томонидан хорижий кредитлардан фойдаланилса, унда давлат учун ташқи қарз ташқил бўлади.

Бепарволиқ картаси (indifference map) - бу истеъмолчини бепарволигини тўла эгри чизиқлари тўпламидир. ҳар бир координата бошидан нарироқ турган эгри чизиқ - бу коniқишни энг юқори савиясидир.

Картел (cartel) - бу ишлаб чиқарувчилар маҳсулот чиқаришини пасайтириш ва бозор нарҳларини 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 хажмини, унинг нарх савиясини, маҳаллий ва хорижий бозорларда сотилиш имкониятларини, ҳамда мақсадга лойик сотув каналларини аниқлаб беради. Тижорат таҳлилининг натижалари лойиҳани техник жиҳатларини ишлаб чиқишда (ишлаб чиқариш ўлчами, маҳсулотни зарурий сифатига нисбатан ва хоказолар), ҳамда молиявий таҳлил ва лойиҳани бошқа бўлимларини ишлаб чикилишида асос бўлиб ҳисобланади.

Компаундлаш (compouding) - бу мураккаб фоизга қўйишдир. Келажакда маълум миқдордаги жорий

пул миқдори қийматини аниқлаш жараёни бўлиб, агар унинг усишини мураккаб фоизи аниқ булса:

КЕЛАЖАК ҚИЙМАТИ =

= БУГУНГИ ҚИЙМАТ (ЖОРИЙ) / $(1+r)^n$.

Бу ерда: r - йиллик фоиз ставкаси. $(1+r)^n$ миқдори одатда маҳсус жадвалдан дисконтлаш ёки мураккаб фоиз қўйиш (компаундлаш) учун олинади.

Компаунд омили (compouding factor) - бу мураккаб фоиз коэффициентидир [$(1+r)^n$].

Компесацион 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 копланиш эгри чизиги (compensated saving supply curve) - жамғармани таклиф хажмини фоиз ставкаси билан ўзаро боғликлиги (бирлашги фойдалилик савиясини ўзгартирмай сақлаб келиши шарти билан).

Жорий ёки дисконтлаштирилган киймат (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 кобилият (propensity of import) даромаддаги импорт ҳаражатлари улуши.

Инвестиция килиш кобилияти (propensity to invest) - бу миллий даромадни капитал киритиш учун ишлатиладиган улуши.

Истеъмол килиш кобилияти (propensity to consume) - бу даромаддаги истеъмол ҳаражатларини улуши.

Иқтисодий ҳаражатлар (AC) (average cost) - ўртача ҳаражатларга ўҳшаш.

Иқтисодий фойда (economic profit) - бу жамғарма даромаддан биргаликдаги ҳаражатларни 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 кераклигидан ортиқча олишидир ишлаб чиқарувчини ортиқчалиги синоними.

Иқтисодий агентлар (economic agents) - бу иқтисодий бирликни хўжалик қарорларини қабул қилувчи ва амалга оширувчилар бўлиб улар иқтисодий фойдали буюмга эгалик қилиш ҳуқуқи берилгандир. Хужалик қарорларини турига қараб (ишлаб чиқаришга, мехмонга оид,

мувофиқлаштириш масаласига оид) қуйидаги иқтисодий агентлар турлари мавжуд: фирмага, уй-рузғор хўжалилига *(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, ҳалойиқ талабини қондириш ва бошқалардан иборатдир. Хусусий инвестицияларга нисбатан эса кўпроқ даромад келтирувчи соҳаларни излаб топишдан иборатдир. Ушбу босқични ҳулосаси 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 имкониши, ҳамда технология ва капиталларни ҳам четдан амалга ошириш учун олиб келиниши ва давлатни ички бозори учун қушимча равишда импортини ҳам.

Индекслаш (indexation) - иқтисодда нарҳни ўртача савиясини ўзгаришига боғланган холда иш ҳақини ва бошқа даромадларни тузатиш тизими.

Инвестиция (капитал киритиш) (investment) - хусусий сектор ва давлат ичида ва хорижда турли иқтисод тармокларига ёки қимматбаҳо қоғозларига капитал маблағларни ўзоқ муддатга киритилиши.

Инерция (inertia) - аввалги давр ананасига асосан жорий даврдаги иқтисодий кўрсатқичлар динамикаси.

Инжиниринг (engineering) - бу лойиҳаларни техник ишлаб чиқилиши, сметалар тузилиши, баъзида эса лойиҳани молиявий ва экологик асосланиши ва бу соҳадаги хизмат кўрсатиш фаолиятидир.

Институционал таҳлил (institutional aspects of Project Analysis) - лойиҳа таҳлилининг жиҳати ёки бўлими бўлиб у ўзининг мақсади қилиб, ташқилий, ҳуқуқий, сиёсий ва бошқарув шартларини қамраб олади ҳамда улар доирасидаги аниқ лойиҳа амалга ошади.

Инфляция (inflation) - бу иқтисодда нарҳларни ўрта савия динамикаси бўлиб, ҳамма вақт мавжуд бўган ошиб борувчи анъанадир.

- *инфляция даражаси (rate of inflftion)* - маълум вақт даврида (ой, йил) нарҳ савиясини фоизли ўзгарищи.

- *кутилган инфляция савияси (expected rate of inflation)* - алохида шаҳс ва корхоналарни кутилган амалдаги ижтимоий-иқтисодий ахборотлари асосидаги келажак инфляция савияси.

Гиперинфляция (hyper-inflation) - инфляцияни энг юқори савияси (офатда 200%дан ортиқ бўлади) бўлиб ишлаб чиқариш хажмини қисқариши ва жамиятда ижтимоий кескинликни жадаллащиши билан боглиқ.

Босик (махфий) инфляция (suppressed, hidden inflation) - бу иқтисоддаги инфляцион жараёнларни қаттиққўллик билан тартибга солинищи ва белгилашган нарҳларни ўзига хослик билан намоён бўлишидир. Нарҳларни юқоридан белгиланган савияда сақлашда инфляция муомиладаги пуллар миқдорини ошириб бериши ва уларни сотиб олиш қобилнятини пасайиб кетиши, шу сабабли товар ва хизматларга бўлган талабин хаддан ташқари ўсиши ва уларни

етишмаслиги, ҳамда халқни одат бўлиб қолган талабини йўқга чиқишига олиб келади.

Давомли инфляция (chroniec inflation) - бу ўзоқ давом этган вақт даврида мунтазам юқори ёки паст савиядаги инфляцияни барқарор туришига оид вазиятдир. Барқарорликга қадар давомли инфляция хукм сурган давлатларга мисол сифатида Бразилия, Израил, Мексика, Перу, Аргентиналарни келтириш мумкин.

Инфротаркиб (infrastricture) - бу моддий, ташқилий-хуқуқий шароитларни бирлиги бўлиб, барқарор иқтисодий тараққиётни таъминлайди. Моддий шароит - бу тараққиёт топган боғланиш йўлларини, алоқа воситаларини, сув ва электр таъминоти тармоқларидир. *Ташқилий-хуқуқий шароитлар* - бўлар 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 шаҳс олиши мумкин бўлган фойда келтирувчанликни энг катта ўлчовини кўрсатувчи жадвалдир.

Истеъмолчилар нархи индекси (consumer price index) - ўртача оилалар томонидан истеъмол қилинадиган товар ва хизматлар нарҳини асос қилиб олинган даврга нисбатан ўзгаришини ўртача савия кўрсатқичи.

Ички ечим (interior solution) - истеъмолчини мувозанат холати, у ҳар бир яхши нарсадан маълум сонда истеъмол қилади. Геометрия бўйича бу нукта координат уклари оралигида 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, хуқуқга 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 кўрсатқичи. Ялпи миллий маҳсулотни қисмларини энг кўп бўлакларга бўлинганларини қайта ҳисоблашда ишлатилади.

Ишлаб чиқарувчиларни ортиги (producer surplus) - якка шаҳсни 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 бири бирига тўғри келишини акс эттиради:

- *фрикцион ишсизлик (frictional unemployment)* вақтличалик иш билан -банд бўлмаслик, бу холат бир ишдан иккинчисига ўтиш даврида юзага келади.

- *маҳфий 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) Иснон томонидан яратилган товар ва хизматлар ишлаб чиқиладиган ресурслар. (Инвестицион товарлар ишлаб чиқариш воситалари).

2) Даромад олиш мақсадида у ёки бу фаолият сохасидаги ишбилармонлик операцияларида (ишлаб чиқариш, савдо ва бошқалар) ишлатиладиган асосий воситалар ва пул ресурсларини 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 шаҳс томонидан истеъмол қилиниши учун руҳсат бериш, ёки уни ўзига хос фойдали буюм тўплами. Ҳақиқатда эса у агар нарҳлар бир неча бор ўзгарса у қопланиш тафовутига мос келади. Истеъмолчи нарҳлари 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 ўзоқ муддатли ўрта ҳаражатлар камайса унда улар иқтисод келтиради.

Масштабдан олинадиган самара даражаси (degree of returns to scale) - бу барча ресурсларни пропорционал кўпайишини маҳсулот ишлаб чиқаришини ўсиши билан боғликлилиги. Масштабдан тўҳтовсиз 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 коплаиш эгри чизиги (compensated labor supply curve) - иш соатлари сонини иш ҳақи ставкасини бирламчи фойдалилик савиясини ўзгармай қолиши шарти билан ўзаро боғликлиги. Меҳнат таклифини қоплаш эгри чизиги буйлаб силжиши фақат урин эгаллаш самараси эвазига юзага келади, бу эса иш ҳақини ставкасини ўзгариши эвазига келиб чикади.

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 мухлати қўйилган ва у мухлат тугагунча қадар талаб қилиш мумкин бўлмаган омонатлар.

Мулк (property) - бу кимгадир тегишли ва қийматга эга бойликдир.

Мукобиллик (альтернатив) харажатлар (opportunity cost) - мукобилликни қиймати, қўлдан кетган имкониятлар қиймати - иқтисодда барча ҳаражатларни аниқлаш усули, баъзи бир ҳарақатни мукобил ҳаражатлари.

- бу сиз бирон нимага эга булмоқчи бўлиб воз кечмоқчи бўласиз ёки сиз учун мақбул бўлган ушбу ҳарақатни амалга ошишида воз кечиш керак бўлган қийматларни имкониятлари. Мукобил ҳаражатларни жиҳати иқтисодий ресурсларни баҳоланиши уларни қийматини (ёки улардан келадиган самарани) энг яхши мукобил ишлатилишида акс эттиришини тасдиқлайди. Агар ресурслар хусусий мулк эгасида бўлса харидорлар савдоси ва

сотувчилар ресурс эгалари учун муқобил ҳаражатларига яқин бўлган нарҳларни 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 накд пуллар миқдори (МО) + сўраб олинадиган халқ ва корхоналарнинг омонатлари ва йул 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 оборотга хизмат қилувчи биргаликдаги пул массаси, плюс муддатли омонатлар, ҳамда тугатилиб борилаётган қимматбаҳо қоғозлар (заёмлар, сертификатлар, хазиначилар мажбуриятлари) ва бюджетда турувчи жамият ташқилотларини ҳисобидаги

давлат ёки маҳаллий воситалар ва капитал маблағ киритишни молия билан таъминловчи воситалар.

4 сон пуллар (М4) - биргаликдаги пул массаси (М3) + банкларда сақланувчи йўқотиладиган пул воситалари.

Муомиладаги пулларни меъёрдан ортиқлиги (monetary overhand) - халқ хужалигини ҳақиқий талабидан ортиқ қоғоз пул воситалари билан муомила каналларини тулиб 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 ҳаражатларни ва даромадни ўз ичига олади.

- *базис (асос) нарҳи (base price)* - бу солиқларни ҳисобга олиш ва тўланишигача бўлган нарҳдир. У товар ёки хизматларни ишлаб чиқариш, ишлаб чиқарувчиши - даромадини ва субсидия миқдорини ўз ичига олади

- *ишлаб чиқарувчилар нарҳи (producer's price)* - товар ва хизматларни базис нарҳини, барча қўшимча солиқларни ўз ичига олади, фақат субсидияни ҳисобга олмайди.

- *бозор нарҳи (market price)* - бу талаб ва таклиф таъсирида бозорда ўрнатиладиган нарҳ бўлиб, у харидорларни товар ва хизматларни товар ва хизматлар учун тўлайдиган ҳақиқий нарҳидир. Бундай нарҳ ҳаражат ва фойдадан ташқари соф қўшма солиқларни ва чой пулини ҳам ўз ичига олади.

- *эгилувчан нарҳлар (flexible prices)* - бу талаб ва таклифни биргаликдаги ўзгаришида юзага келувчи эркин ўзгарувчан нарҳдир.

- *қаттиқ нарҳлар (sticky prices)* - бу қисқа муддатли келажакда биргаликдаги талабани

ўзгаришидан кейин ҳам ўзгармай қоладиган нарҳдир.

Нарх изловчи, ёки прайс-мейкер *(price maker)* - бу шундай шаҳс бўлиб иқтисодга оид қарор қабул қилишида шу аён бўладики,сон танлови ўзи харид қиладиган ёки сотадиган фойдали бўлган нарҳига таъсир кўрсатади.

Нарҳлар индекси (price index) - икки турли вақт даврида товар ва хизматлар нарҳини нисбатини акс этдирувчи кўрсатқичдир.

Омонатга бўлган қобилият (propensity to save) - омонатни даромаддаги улуши.

Ортиқча талаб (excess demand) - бу иқтисодий вазият бўлиб, товар ва хизматларни амалдаги нарҳлари 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 ноҳуш ҳисобланган фойдали буюм заҳираларини тўплайдилар, бу эса кенда бўйича, маъмурий тартибда мувозанатдан устун бўлган нарҳлар ўрнатилиши билан боғлик.

Паст табакадаги буюм (inferior good) - арзон турдаги сигаретларга ўхшаш товарлар ва паст сифатли спиртли ичимликлар, уларни истеъмол қилиниши ҳамма шароитлар бир хил бўлганида ям даромад ошгани сари пасайиб боради. Даромад ошгани сари бу каби товарларни эгри чизиги чапга қараб силжийди, ёки бўлмаса худди шунга ўҳшаш, талабни эгилувчанлиги - даромад бўйича салбийдир.

Пул базаси (негизи) - МО. (monetary base: high-powered money) - муомиладаги нақд пул миқдори. Унга корхоналар кассаларидаси 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 муомилаґа киритилишида юзага келади. Гиперинфляция даврларида пул эмиссияларини жадаллаштирилиши натижаси давлатни ялпи миллий маҳсулотини 12% хажмига тўґри келади.

Пулга бўлган талаб (demand for money) - бу халқ ҳаётини ҳамма жавхалари учун керакли ҳисобланган пул миқдоридир: яъни истеъмол учун, жамґариш учун, битимларни амалга ошириш учун, "жушқуллик кун" учун ва хоқазолар. У биргаликдаги истеъмолни функцияси фоиз ставкаси, операцияси ҳаражатлар ва бошқа ўзґарувчилар 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 қоґозлар.

Реал (ҳақиқий) иш ҳаки (real wage) - нарҳлар ўзгариши савиясига тўґриланган номинал иш ҳақи.

Ресурслар аллокацияси (allocation of resources) - иқтисодий агентлар 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, ҳолислига 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 маҳсус атама бўлиб, объектни кўрсатилган олди-сотди нарҳи суғўрта ҳаражатларини 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 блиши 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 хажмидаги маҳсулотни бошқа кўплаб фирмаларга қараганда кам ҳаражатлар билан ишлаб чиқариши мумкин.

Талаб миқдоридаги ўзгариши (change in quantity demanded) - талаб эгри чизиги бўйича ҳарақатланиш. Фойдали буюм нарҳидаги ўзгаришлар орқали дид ва абзал куришларда сақланиб келадиган ўзгармас даромадда юзага келади.

Талаб/таклиф миқдори (quantity demanded/supplied) - маълум вақт даврида сотувчи/олувчи берилган нарҳда олиши/сотиши мумкин бўлган фойдали буюм сони.

Талаб ўзгариши (change in demand) - бу талабни бошлангич эгри чизигидаги силжиши. Бу битта ёки бир неча ўзгарувчиларни ўзгариши билан юзага келади ва талабли эгри чизиги шаклига таъсир кўрсатади: даромадга, бошқа товарлар нарҳларига, дид ва абзал 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 кўрсатқичларни яхшилаш ниятида хокимиятни бозор ишига ҳар томонлама аралашиши ва ўзлуксиз 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 холатини таққослаш жараёнидир.

Таққослаш устуворлиги (comparative advantages) - баъзибир иқтисодий агентларни бошқаларига қараганда товар ва хизматларни кам ҳаражатлар 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 хали 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 чизиги (long run supply curve) - бу ўзоқ муддатли келажакда турли нарҳда фирмалар таклиф қиладиган маҳсулот сонидир. Фирма учун прайс-тейкер чекланган ҳаражатларни ўзоқ муддатли ўртача ҳаражатлардан ортиқлигини кўрсатувчи эгри чизмадир.

Узоқ муддатли чекланган ҳаражатлар (long run marginal cost) - бир дона қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариш учун талаб қилинадиган қўшимча ўзоқ муддатли биргаликдаги ҳаражатлар.

Узоқ муддатли ялпи ҳаражатлар (long run total cost) - берилган хажмдаги маҳсулотни ўзоқ муддатли даврда ишлаб чиқиш учун зарур бўлган биргаликдаги ҳаражатларни энг кичик савияси (муқобил ҳаражатлар бўйича ўлчанган).

Узоқ муддатли давр (long run) - етарли миқдордаги ўзоқ вақт бўлаги, у ҳамма омилларни ўзгарувчан бўлиши ва бирортаси ҳам белгиланиб олмаслигиси таъминлайди.

Умумий мувозанат таҳлили (general equilibrium analysis) - маълум вақт давомида барча бозорларда мувозанатни ўрганиш. Бундай тадбир бозорлар орасидаги ўзаро боғликни аниқлаш учун ва тизимни бир бутундек ишланиши таърифлаб беради.

Филлипс эгри чизиги (Phillips curve) - бу инфляция динамикаси савиясини ва ишсизлик динамикаси савиясини оралигидаги боғликликни ёки ҳақиқий ЯММ ни потенциал ЯММ дан фарқли тавсифловчи вазифадир.

ФОБ (FOB) (free on board) - тўғри маънода " бортда тсловсиз" СИФдан фарқли равишда юкларга ишлов бериш, кафолатлаш ва борадиган манзилига етказиб бориш қиймати унинг нарҳига оширтилиши лозим.

- ФОБ ни нарҳи (FOB price) - агарда бу атама қушимча тушунтиришларсиз ишлатиладиган бўлса унда у белгиланган жойидаги нарҳига тегишлидир (фермада, заводда, скважина оғзида, шахтага тушиш жойида, олиб борди ёки нарҳда, яъни товар қаерда ишлаб чиқилган, қазиб олинган, турган бўлса) Хорижий харидорга юкни олиб борib бериладиган булса, унда экспорт нарҳига юкни ортилиши олиб келиши ва ишлов берилиши ҳаражатлари ҳам киради.

Фойдалийликни асосий вазифаси (cardinal utility function) - бу бир тўплам фойдали буюм бошқасидан қанчалик абзал ва фойдали даражасини аниқлаш. Муҳимлик назариясига асосан фойдалийликни 20та бирликдан олинадиган фойда 10та бирлик савиясига қараганда икки баробар ортироқдир.

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 ҳаражатларни импортга, 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 истъемол 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 хеч қандай тўсиқсиз кириш вазияти.

Ялпи ички махсулот (ЯИМ) (gross domestik product GDP) - давлат худудида ишлаб чиқарилади ган товар ва хизматларни маълум вақт даврида ялпи бозор қиймати.

й 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 чикилган 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 фонзлар ва даромадлар, ҳамда хориждан келадиган резидентлар секторини даромадини соф омилидир. Сўнги истеъмол орқали ўлчанган ЯММ - бу ўй хужаликлари, корхоналар ва хокимият томонидан сотиб олинган товар ва хизматларни, асосий фондларга киритилган капитал маблағларни, ҳамда сотилмай қолган маҳсулотни биргаликдаги бозор қийматидир. ЯММ ни ўлчанишини учта усули ҳам аниқланиши бўйича бир хил натижага олиб келади.

- *номинал ЯММ (nominal GNP)* - бу жорий нарҳларда ифодаланган ЯММдир.
- *ҳақиқий (реал) ЯММ (real GNP)* - бу ўзгармас нарҳлардаги ЯММдир. У жорий нарҳларни нарҳлар ўзгариши кўрсатқичи асосида тузатиш киритиш орқали аниқланади (инфляция савияси).
- *потенциал ЯММ (potential GNP, potential output)* - амалдаги ресурс ва иш кучи ердамида эришиш мумкин бўлган ишлаб чиқариш хажми.
- *ЯММ савиясидаги мос келмаслик (GNP gap)* - ЯММни потенциал ва реал савиялари оралигидаги ўзилиш.

Ялпи миллий махсулот дефляторлари - индекси (GNP deflators) - ЯММни кўрсатқичларини бунёд этиш учун ишлатиладиган таққословчи нарҳлардаги индекслари гурухи. Улар таркибига - нарҳларни агрегат индекси, ноаниқ нарҳ индекси - дефлятор, баҳолар занжири индекси, истеъмолчилар нарҳини индекси, ишлаб чиқарувчилар нарҳи, ҳамда маҳсус бунёд этилган индекслар киради.

ЯММни ноаник нархини дефлятор индекси (GNP imlicit price deflator) - бу жорий нарҳлардаги ЯММни, таққословчи нарҳлардаги ЯММи нисбатини, ёки бошқа сўз билан айтганда номинал ЯММни реал ЯММга нисбатини тавсифловчи кўрсатқич.

Якка шахс талаби эгри чизиги (individual demand curve) - бу эгри чизиқ алохида истеъмолчини товарни берилагн нарҳида ҳар қандай шароитда ҳам энг кўп миқдордаги товарга эга бўлишини кўрсатади. Эгри талаб чизигидаги ҳар бир нуқта истеъмолчи танловини кўрсатади, у маълум нарҳдаги фойдали буюмни бошқа ўзгармас нарҳ, даромад дидга қарамасдан самарасини оширади.

Қабариклик (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 ҳаражатлари, 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 ҳаражатлар таркибига киради. Қайтмас ҳаражатлар бир вақтдаги ҳаражатлар сонига кирмайди.

Кимматбахо когозлар (securities) - бўлар молиявий хужжатлар бўлиб (векселлар, чеклар, акциялар, облигациялар ва хоказолар) улар активлар эгасига дивидент кўринишида даромад келтиришига гувоҳлик беради.

Қисман мувозанат таҳлили (partial equilibrium analysis) - алохида бир чекланган бозор мисолида мувозанатни ўрганиш.

Қўшилган қиймат (value added) - ишлаб чиқилган товар ва хизматлар қийматлари билан ва ўрталикдаги истеъмол қиймати, оралигидаги материал ҳаражатлари, амортизация ажратмалари ва қўшма ҳаражатлар билан) фарқидир. У сотилган маҳсулот қиймат билан уни ишлаб чиқарилишига сарфланган ҳаражатлар айирмаси билан аниқланади. ҳаражатларга ишчи кучинининг қиймати қўшилмайди.

Қўшилган харажатлар (imputed costs) - шартли ҳисобланган ҳаражатлар бўлиб, улар омил эгаси уни оптимал тарзада ишлатмаслиги ҳам мумкин. Масалан, хусусий мулк эгасини вақтида ишонтирилган ҳаражатлар, агар у ўз вақтини хизматчиларни қабул қилиш билан эмас, балки бизнесни ҳарақатлантириш учун ишлатса бу улар учун имкониятни бой бериш билан баробардир.

Ўртача харажатлар (average cost) - бу биргаликдаги ҳаражатларини маҳсулот бирлиги сонига нисбатидир, яни чиқариладиган маҳсулот бирлигига тўғри келадиган ҳаражатлар. Яна қисқа муддатли ўрта ҳаражатлар ва ўзоқ муддатли ўрта ҳаражатларига 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 нарҳда сотса, унда бу нарҳ ўрта тушум ҳисобланади. Агар TR=p*x, унда p*x/x=p.

МУНДАРИЖА

КИРИШ. 3

I. БЎЛИМ ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕСНИНГ ЮЗАГА КЕЛИШИ ВА РИВОЖЛАНИШИ. 7

1. ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕСНИНГ МОҲИЯТИ. 7

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. 13

2. ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕСНИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ТАШКИЛИЙ АСОСЛАРИ. 15

2.1. Тадбиркорликнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари. 15

2.2. Тадбиркорлик кафолатлари ва унинг қўллаб-қувватланиши давлат идораларининг тадбиркорлар ҳуқуқини бузганликлари учун жавобгарлиги. 18

2.3. Мулкий жавобгарлик ва тадбиркорлик фаолиятининг тўхтатилиши. 21

2.4. Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини давлат томонидан йўлга солиш ва назорат қилиш чора тадбирлари. 23

3. ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ТАШКИЛИЙ-ҲУҚУҚИЙ ШАКЛЛАРИ. 24

3.1. Хусусий тадбиркорлик. 24

3.2. Ўртоқликлар коммандит, тўла ва чала ширкатлар. 26

3.3. Кичик корхоналар. Шерикчилик ва жамоа кичик корхоналари. 30

3.4. Хиссадорлик жамияти. Очиқ ва ёпиқ турдаги хиссадорлик жамияти.....34
3.5. Фирмалар ва корпорациялар.....37
3.6. Холдинг компанияси.....39
3.7. Оффшор компанияси.....41
3.8. Шуъба (қиз) корхоналар, шаҳобча (ваколатхона)лар, хорижий корхоналар.....43
3.9. Консалтинг бирлашмалари.....46

4. ТАДБИРКОР - БОЗОР ИҚТИСОДИНИНГ МАРКАЗИЙ АРБОБИДИР.....48
4.1. Тадбиркорлик - ҳаракатчан ва жўшкин фаолият.48
4.2. Иқтисодий ҳаракатлар усулини излаш ва танлаш эркинлиги.....49
4.3. Тадбиркорлик турли ижтимоий кучлар ўртасидаги муросачиликни ифодалаш шакли.....50
4.4. Тадбиркорликнинг ижтимоий-психологик аҳамияти.....52

5. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ҲИМОЯ ҚИЛИНИШИ.....54
5.1. Тижорат сири қонун-қоидалари, баҳоланиш меъзонлари ва маъноси.....54
5.2. Тижорат сирини мухофаза қилиш ва рақобатчилар тўғрисидаги маълумотни қонуний равишда олиш усуллари.....57
5.3. Ихтиро ва рационализаторлик таклифлари муаллифлик ҳуқуқини ҳимоялаш.....60
5.4. Саноат нусхаси ва товар белгиси.....63
5.5. Ноу-хау.....66
5.6. Маҳсулотни сертификация қилиш.....68
5.7. Саноат мулкини ҳимоялаш ҳужжатларини бериш учун тўлов ва бадаллар.....69

6. ТАВАККАЛЧИЛИК ТАДБИРКОРЛИКНИНГ МУҚАРРАР ЙЎНАЛИШИДИР.....70
6.1. Тадбиркорлик муҳити ва хўжалик таваккалчилиги.....70
6.2. Иқтисодий асослар ва таваккалчилик чегаралари 71
6.3. Таваккалчиликни ўлчаш услублари.....76

6.4. Таваккалчилик элементлари билан боглик қарорларни танлаш ва амалга оширишга таъсир қилувчи омиллар..... 78
6.5. Таваккалчилик шароитида фаолият йўналишини танлаш таҳлили. 80
6.6. Кичик бизнесда баъзи-бир хўжалик таваккалчилиги турларини сугурталаш. 82

7. ТИЖОРАТ ҲУҚУҚИ АСОСЛАРИ. 83
7.1. Савдо битимларини тузиш. 83
7.2. Савдо битимларини шартномавий расмийлаштиришнинг муқобил усуллари. 85
7.3. Воситачилик битимларининг шартномавий расмийлаштирилиши. 89
7.4. Сотувчи, харидорнинг ҳуқуқлари ва битим тузилишидаги кафолатлар..... 93
7.5. Шартномавий мажбурнятларининг айланма ҳужжатлари..... 94

8. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ТАШКИЛ ЭТИЛИШИНИНГ АСОСИЙ БОСҚИЧЛАРИ..... 97
8.1. Бозорнинг конъюктураси ва ресурсларини имкониятини таҳлил қилиш..... 97
8.2. Тадбиркорларнинг давлат рўйхатидан ўтказиш. 99
8.3. Хўжалик юритувчи субъектларга баъзи-бир фаолият турларини олиб боришлари учун рухсатнома бериш тартиби. 101
8.4 Таъсис ҳужжатлари..... 103
8.5. Корхонани ташкилий расмийлаштириш. 104

9. КИЧИК БИЗНЕС ВА УНИНГ ТАРАҚҚИЁТ ИСТИҚБОЛИ..... 107
9.1. Республикада кичик бизнесни ҳозирги пайтдаги иқтисодий самарадорлиги..... 107
9.2. Кичик бизнес стратегияси ва муаммолари..... 108
9.3. Кичик бизнеснинг давлат томонидан қўллаб-қувватлаш тизими. 109
9.4. Кичик бизнеснинг иқтисодий самарадорлигини оширишнинг асосий йўллари ва омиллари. 111

II. БЎЛИМ. МЕНЕЖМЕНТ ВА КИЧИК БИЗНЕС.. 114

10. КИЧИК БИЗНЕС РИВОЖЛАНИШИНИНГ ЙЎНАЛИШЛАРИНИ АНИҚЛАШ. 114
10.1. Тадбиркорлик гояларининг шаклланиши ва кичик бизнес йўналишини танлаш. 114
10.2. Тадбиркорлик лойиҳаларни техник-иқтисодий асослаш. 116
10.3. Дастлабки тижоратчилик таклифларини асослаш. 118
10.4. Маслахатчиларни жалб этиш ва улар билан ишлаш..... 120
10.5. Молия таъминоти манбаларини излаш. 121

11. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИДА БИЗНЕС-РЕЖА..... 123
11.1 Бизнес - режанинг моҳияти ва аҳамияти..... 123
11.2. Кириш ёки қисқача маълумотнома..... 126
11.3. Чиқариладиган маҳсулотларнинг сифат кўрсаткичлари ва ўлчов шакллари..... 127
11.4. Маҳсулот сотиш бозорини иқтисодий баҳолаш. 129
11.5. Ишлаб чиқариш жараёни..... 131
11.6. Маҳсулотнинг рақобатбардошли-гини башорат қилиш. 132
11.7. Маркетинг соҳасининг йўналиши..... 133
11.8. Бошқариш режаси..... 135
11.9. Юридик режа..... 136
11.10. Таваккалчиликни иқтисодий баҳолаш ва уни суғўрталаш..... 137
11.11. Молиявий режа..... 138
11.12. Ташқи иқтисодий фаолият режаси. 141

12. ТАДБИРКОРЛИК ТУЗИЛМАЛАРИНИНГ ТАШКИЛИЙ ТУЗИЛИШИ. 142
12.1. Кичик бизнес корхоналари бошқарувининг ташкилий тузилмалари. 142
12.2. Корхона бошқарувининг ташкилий тузилмасида бўлинмаларнинг ўрни ва аҳамияти..... 147
12.3. Тадбиркорлик фирмалари ташкилий тузилмаларининг турлари. 149

12.4. Тадбиркорлик тузилмалари аъзоларининг ўзаро муносабатлари. 155

13. КАДРЛАРНИ ТАНЛАШ ВА ЎҚИТИШ. 158
13.1. Кадрлар сиёсати ва кадрлар бўлимининг вазифалари..... 158
13.2. Ишловчиларни ёллаш ва танлашни режалаштириш..... 161
13.3. Ишчи-хизматчиларини ўқитиш. Ўқитишнинг қоида ва усуллари. 165
13.4. Ўқитиш дастурларининг таҳлили. 168
13.5. Кадрларни илмий жиҳатдан тайёрлаш ва касб бўйича ўсишининг ўзаро боғлиқлиги. 169

14. КАДРЛАРНИ ЖОЙ-ЖОЙИГА ҚЎЙИШ ВА ИШЧИ КУЧИНИНГ АЙЛАНМАСИ..... 170
14.1. Ишчиларни иш жойларига жойлаштириш. 170
14.2. Вазифаларнинг мансабга кўра тақсимланиши. 173
14.3. Кадрлар қўнимсизлиги билан боғлиқ ҳаражатларни камайтириш. 176

15. ТАДБИРКОРЛАР АХЛОҚИЙ ҚОИДАЛАРИ. . 181
15.1. Бизнеснинг ахлоқ меъёрлари тадбиркорлик. .. 181
15.2. Тадбиркорнинг шахсий хусусиятларни шакллантириш. 185
15.3. Шериклар ўртасидаги ўзаро муносабатлар. 188
15.4. Хизмат юзасидан муносабатлар..... 190
15.5. Мижозлар билан муносабатлар. 193

16. КИЧИК БИЗНЕС ҲАҚИДА МАЪЛУМОТЛАР. 195
16.1. Ахборотларни тўплаш ва сақлаш..... 195
16.2. Иш юритиш асослари. 197
16.3. Бизнесменнинг ташриф қоғози ва шериклар қидириш. 198
16.4. Махфий ахборотлар. 200
16.5. Ахборотларни химоя қилиш. 201

III БЎЛИМ. ТАДБИРКОРЛИКНИНГ МОЛИЯВИЙ ЖИҲАТЛАРИ..... 202

17. КИЧИК БИЗНЕСНИ МОЛИЯЛАШ ВА КРЕДИТ БИЛАН ТАЪМИНЛАШ ХУСУСИЯТЛАРИ, ... 202
17.1. Молиявий ресурслар ва молиявий капиталнинг моҳияти ва тузилиши. 202
17.2. Кичик бизнеснинг молиявий ресурс манбалари. 205
17.3. Капитал инвестицияси ва унинг турлари. 208
17.4. Инвестиция ва даромадларни дисконтлаштириш. 210
17.5. Кичик бизнесни кредит билан таъминлаш шакллари. 213

18. КИЧИК БИЗНЕСДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЛОЙИҲАВИЙ ТАҲЛИЛИ. 217
18.1. Инвестицион лойиҳалар таҳлилининг ўзига хос жиҳатлари 217
18.2. Инвестицион лойиҳа цикллари. 219
18.3. Инвестицион лойиҳа менежменти. 223
18.4. Инвестицион лойиҳанинг устуворлиги. 228
18.5. "Олга" хўжалиги инвестицион лойиҳасининг тижорат таҳлили. 231

19. КИЧИК БИЗНЕСНИ ЮРИТИШДА ФРАНЧАЙЗИНГ ТИЗИМИ. 242
19.1. Франчайзингнинг моҳияти. 242
19.2. Франчайзингнинг асосий турлари ва қоидаллари. 243
19.3. Кичик ва катта бизнес корхоналари ўртасидаги шартномавий муносабатларда франчайзинг тизими. 246
19.4. Франчайзда даромадлар ва молиявий муносабатлар. 247

20. КИЧИК БИЗНЕСНИНГ ҲАЁТИЙ ЦИКЛЛАРИ. 249
20.1. Кичик бизнеснинг ҳаётий циклининг дескриптив модели. 249
20.2. Қичик бизнес корхоналарининг ҳаётий циклини бошқаришни самарали ташкил этиш усуллари. 251
20.3. Кичик бизнес корхоналарининг молиявий мослашувчанлигини таъминлаш. 253
20.4. Кичик бизнес корхоналари ҳаёт циклининг муҳим босқичларида қимматбаҳо қоғозлар портфели. 257

21. КИЧИК БИЗНЕСДА БАНКРОТЛИК. 260

21.1. Банкротлик - рақобат курашининг объектив ходисасидир. 260
21.2. Кичик бизнес корхоналари инқирозга учрашининг асосий сабаблари. 262
21.3. Тадбиркорларнинг ўзига хос хато ва камчиликлари. 263
21.4. Кичик бизнесда хўжалик юритувчи субъектларни тугатиш ва қайта ташкил этиш шарт-шароитлари....264
21.5. Ишдан бўшатилаётган ишловчиларнинг ҳуқуқий кафолатлари. 266

4 БЎЛИМ. КИЧИК БИЗНЕС ВА МАРКЕТИНГ. 267

22. МАРКЕТИНГНИ ФИКР ЮРИТИШ УСУЛИ...267
22.1. Маркетинг мақсад ва вазифалари. 267
22.2. Маркетинг фикр юритиш усулини ўзлуксиз такомиллашуви. 271
22.3. Кичик бизнес маркетингининг вазифалари 273
22.4. Маркетинг тадқиқотлари, олдиндан билиш ва режалаштириш, бошқариш ва маркетинг назорати. .274
22.5. Тижорат таҳлили асосида бозорни ўрганиш....284

23. ТОВАР БОЗОРЛАРИ ВА УЛАРНИ ТАВСИФИ.290
23.1. Товар бозорларининг моҳияти. 290
23.2. Ўзоқ ва яқин хорижий давлатларнинг асосий товар бозорларининг тавсифи. 292
23.3. Регионал агросаноат бозорлари. 296
23.4. Товар бозорининг таркиби ва уни бошқарувини ташкилий шакллари. 296
23.5. Бозор сегментацияси ва бозорни қамраб олишда маркетинг вариантлари. 299

24. ХАРИДОРЛАР ВА УЛАРНИНГ ХУЛҚЛАРИ (АХЛОҚЛАРИ). 302
24.1. Харидорларнинг ахлоқ моделлари....302
24.2. Харидорлар тавсифи....303
24.3. Сотиб олиш қарорини қабул қилиш жараёни..308

25. АСОСИЙ ТОВАРЛАР ВА УЛАРНИНГ ТАВСИФИ. 309

25.1. Кенг истеъмол товарларни туркумланиши..... 316
25.2. Маҳсулотни белгилаш ва жойлаш. 317
25.3. Товар ассортименти хақидаги қарор. 319
25.4. Янги товарларни кетма-кет ишланиши. Асосий этапларнинг моҳияти. 321
25.5. Товарнинг ҳаётий цикли..... 324

26. НАРХ ВА НАРХ-НАВО СИЁСАТИ. 325
26.1. Нархни бунёд бўлиш табиати ва аҳамияти. Нархлар тури..... 325
26.2. Нарх белгилаш жараёни ва уннинг вазифалари.330
26.3. Нарх белгилаш усуллари..... 332
26.4. Нархни калькуляция қилиш услуби: 335
26.5. Нархни амалиётдаги калькуляцияси. 336

27. НАРХ БЕЛГИЛАШНИ КЎПОМИЛЛИГИ..... 340
27.1. ҳар хил турдаги бозорларда нарх белгилаш. . 340
27.2. Янги товарга нарх қўйиш. 344
27.3. Товар номенклатураси доирасидаги товарларга нарх белгилаш..... 347
27.4. Нархлар ва жуғрофик бозорлар. 352
27.5. Нархларни ташаббусли ўзгариши..... 353

28. АЛОХИДА ТУРДАГИ ТОВАРЛАР УЧУН ТАЛАБ ВА ТАКЛИФЛАР. 355
28.1. Кундалик истеъмол товарларига бўлган талабни олдиндан таплаб олиш ва харидорлар буюртмаси асосида аниқлаш. 355
28.2. Потенциал талаб..... 358
28.3. Талаб нархининг эгилувчанлиги. 359
28.4. Таклиф. Таклифни эгилувчанлиги..... 362
28.5. Талаб ва таклифни тартибга солишнинг бозор усуллари..... 364

29. ВОСИТАЧИЛАР ВА ВОСИТАЧИЛИК ОПЕРАЦИЯЛАРИ..... 366
29.1. Воситачиларни бозорда товар ҳаракатини самарадорлигини оошишидаги аҳамияти..... 366
29.2. Кичик бизнесда воситачилик ташкилотлари. . 367
29.3. Воситачилик фаолиятининг турлари. 375

29.4. Товарларни бозорга бўлган ҳарақатини ташкил қилишида муқобил қарорлар.....377

30. ТОВАР АЙЛАНМАСИ ВА УНИНГ АСОСИЙ КАНАЛЛАРИ. 379

30.1. Сотув каналларининг таркиби, кўлами, вазнфаси ва тушунчаси.....379

30.2. Товар ҳарақати тушунчаси, мақсади, захираси ва ташилиши. 381

30.3. Сотувни рағбатлантириш усуллари. 383

30.4. Реклама сохасидаги қарорлар мазмуни ва босқичлари.....384

30.5. Омма билан алоқа ("Паблик рилейшнз"). 387

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР.....383

ГЛОССАРИЙ.....385

CONTENTS

INTRODUCTION..... 3
SECTION I. ENTERPRISE AND SMALL BUSINESS: ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT..... 7
1. ESSENCE OF ENTERPRISE AND SMALL BUSINESS..... 7
1.1. Notion of enterprise and small business..... 7
1.2. Factors and motives of development of enterprise in small business..... 9
1.3. Types, entities and forms of enterprise in small business..... 11
1.4. Domestic and foreign experience of development of enterprise and small business..... 13
2. ORGANIZING-LEGAL BASES OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISE And SMALL BUSINESS..... 15
2.1. Rights and duties of businessmen..... 15
2.2. Warranties and enterprise support, responsibility of state organs for breach of rights of businessmen..... 18
2.3. Property responsibility and cessation of business activity..... 21
2.4. Main measures on government regulation and checking for activity an subjects of managing..... 23
3. ORGANIZING-LEGAL FORMS OF BUSINESS ACTIVITY..... 24
3.1. Individual possession..... 24
3.2. Company: incomplete, full, commandite..... 26
3.3. Small businesses, joint and collective..... 30
3.4. The Join-stock companies open and close..... 34
3.5. Companies and corporations..... 37
3.6. Holding Company..... 39
3.7. Off-shore Company..... 41
3.8. Affiliated enterprise, branch (representation), foreign enterprise..... 43
3.9. Consulting association..... 46
4. BUSINESSMAN AS CENTRAL FIGURE OF MARKET ECONOMIES..... 48

4.1. Enterprise as activity mobile and dynamic..... 48
4.2. Liberty of searching and choice of ways of economic actions..... 49
4.3. Enterprise as form of expressions of compromise between different social power..... 50
4.4. Social-psychological value of enterprise..... 52
5. STATE BUSINESS ACTIVITY PROTECTION..... 54
5.1. Essence, principles and standard of judgment of commercial secret..... 54
5.2. Commercial secret Protection and legal methods of getting information on rivals..... 57
5.3. Inventing Protection and copyrights on rational offer..... 60
5.4. Industrial sample and trade mark..... 63
5.5. Know-how..... 66
5.6. Certification of a Product..... 68
5.7. Duties and dues for issue of the safe industrial property documents..... 69
6. RISK AS INEVITABLE ASPECT OF ENTERPRISE. 70
6.1. Business ambiance and economic risk..... 70
6.2. Economic premises and limits of risk..... 74
6.3. Risk measurement Methodology..... 76
6.4. Factors, influence upon choice and realization of deciding with risk elements..... 78
6.5. Analysis of choice of direction of activity in terms of risk..... 80
6.6. Insurance of separate types of economic risk in small business..... 82
7. BASES OF COMMERCIAL RIGHT..... 83
7.1. Conclusion of trade deals..... 83
7.2. Alternatives of contractual registration of trade deals..... 85
7.3. Contractual registration of intermediary deals.... 89
7.4. Rights of seller, buyer and warranty at deals..... 93
7.5. Circulating treaty obligations documents..... 94
8. MAIN STAGES OF ORGANIZATION OF BUSINESS ACTIVITY..... 97
8.1. Analysis of possibilities, resources and market demand..... 97
8.2. State registration of businessmen..... 99
8.3. Order of issue an subjects of managing the

licenses of realization of separate types of activity..... 101
8.4. Constituent documents..... 103
8.5. Organizing registration of enterprise..... 104
9. SMALL BUSINESS And PROSPECT OF ITS DEVELOPMENT..... 107
9.1. Cost-performance of small business in Republic on modern stage..... 107
9.2. Strategy and problem of small business..... 108
9.3. System of small business support by state..... 109
9.4. Main factors and ways of raising a cost-performance of small business..... 111
SECTION II. MANAGEMENT And SMALL BUSINESS. 114
10. DETERMINATION OF DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS..... 114
10.1. Shaping the ideas of enterprise and choice of strategy in small business..... 114
10.2. Technical-economic motivation of business projects..... 116
10.3. Motivation of preliminary commercial offers.... 118
10.4. Attraction of consultants and work with them. 120
10.5. Searching for sources of financing..... 121
11. BUSINESS PLAN In BUSINESS ACTIVITY..... 123
11.1. Essence and value of business plan..... 123
11.2. Introduction, or short reference..... 126
11.3. Descriptive wake production model and qualitative parameters to its product (types of services)..... 127
11.4. Economic evaluation of sales markets to product..... 129
11.5. Process of production..... 131
11.6. Expected competitiveness to product..... 132
11.7. Strategy in the field of marketing..... 133
11.8. Plan in the field of management..... 135
11.9. Legal plan..... 136
11.10. Economic risk assessment and its insurance.... 137
11.11. Financial plan..... 138
11.12. Plan of foreign economic activity..... 141
12. ORGANIZING BUILDING OF BUSINESS STRUCTURES..... 142
12.1. Organizing structure of enterprise governing

small business..... 142
12.2. Place and role of subdivisions in organizing structure of enterprise governing..... 147
12.3. Types of organizing structures of business companies..... 149
12.4. Relations between members of business organizations..... 155
13. SELECTION AND TEACHING OF PERSONNEL (FRAMES)..... 158
13.1. Trained policy and functions of personnel department..... 158
13.2. Planning, hiring and workman selection..... 161
13.3. Training of personnel. Principles and methods of education..... 165
13.4. Analysis of programs of education..... 168
13.5. Interconnections between formation, preparation and professional growing of personnel (frames)..... 169
14. DISPLACEMENT PERSONNEL (FRAMES) And TURN OF LABOR..... 170
14.1. Distribution of workers on working places..... 170
14.2. Sharing the functions..... 173
14.3. Reduction of expenses, in accordance with the turnover of personnel. Methods of shortening a turnover of personnel..... 176
15. ETHICS OF ENTERPRISE..... 181
15.1. Ethical criterion in business..... 181
15.2. Shaping models of personal qualities of businessman..... 185
15.3. Relations with partners..... 188
15.4. Official relations..... 190
15.5. Relations with clients..... 193
16. INFORMATION In SMALL BUSINESS..... 195
16.1. Collection and keeping information..... 195
16.2. Bases of paperwork..... 197
16.3. Visiting card of businessman and searching for partners..... 198
16.4. Secret information..... 200
16.5. Protection information..... 201
III. SECTION. FINANCIAL ASPECTS OF ENTERPRISE. 202
17. PARTICULARITIES OF FINANCING AND

LENDING A SMALL BUSINESS..... 202
17.1. Essence and composition of financial resources and financial capital..... 202
17.2. Sources of financial resources for small business 205
17.3. Investing a capital and its types..... 208
17.4. Discounting the investments and profits..... 210
17.5. Forms of lending a small business..... 213
18. DESIGN ANALYSIS OF INVESTMENTS IN SMALL BUSINESS..... 217
18.1. Concept of design analysis of investment projects..... 217
18.2. Stage of cycle of investment project..... 219
18.3. Management of investment project..... 223
18.4. Longevity of investment project..... 228
18.5. Commercial analysis of investment project of collective farm "ALGA"..... 231
19. FRANCHISING CONDUCT SYSTEM of SMALL BUSINESS..... 242
19.1. Essence of franchising..... 242
19.2. Main principle and types of franchising..... 243
19.3. Franchising contractual relations system between enterprises of large and small business..... 246
19.4. Profits of franchiser. Methods of financiug of franchiser by franchisiants..... 247
20. LIFE CYCLE OF ORGANIZATIONS OF SMALL BUSINESS..... 249
20.1. Descriptive model of life cycle of organizations of small business..... 249
20.2. Receiving an efficient organization of control on different stages of life cycle of enterprises of small business..... 251
20.3. Ensuring financial flexibility of enterprises of small business..... 253
20.4. Briefcases of securities on most important stages of life cycle of enterprises of small business. 257
21. BANKRUPTCY OF BUSINESSMEN AND ENTERPRISES OF SMALL BUSINESS..... 260
21.1. Bankruptcy as objective phenomena of competitive struggle..... 260

21.2. Main reasons of bankruptcy of enterprises of small business..... 262
21.3. Typical businessman mistakes..... 263
21.4. Terms to closing down and reorganization of managing entities in small business..... 264
21.5. Right Warranties of fire personnel..... 266
SECTION IV. MARKETING IN SMALL BUSINESS..... 267
22. MARKETING CONCEPT IN SMALL BUSINESS..... 267
22.1. Purposes and marketing tasks in small business. 267
22.2. Evolution to concepts a marketing..... 271
22.3. Marketing Function in small business..... 273
22.4. Marketing studies, forecasting and planning, control and marketing supervision..... 274
22.5. Market Study in commercial analysis..... 284
23. COMMODITY MARKET AND THEIR FEATURE. 290
23.1. Essence of commodity markets..... 290
23.2. Feature of main commodity markets of countries of near and distant foreign countries. 292
23.3. Regional agricultural and industrial market..... 296
23.4. Structure and organizing forms of commodity market governing..... 296
23.5. Segmenting of market and marketing variants on girth of market..... 299
24. BUYERS AND THEIR BEHAVIOR..... 302
24.1. Model of behavior of buyers..... 302
24.2. Feature of buyers..... 303
24.3. Process of decision making on buying..... 308
25. MAIN GOODS AND THEIR FEATURE..... 309
25.1. Categorization of goods of broad demand..... 309
25.2. Marking and packing a product..... 311
25.3. Decision on commodity assortment..... 312
25.4. Sequence of new goods development. Essence of main stages..... 315
25.5. Life cycle of goods..... 318
26. PRICE AND PRICE POLICY..... 319
26.1. Nature and value of pricing. Price Types..... 319
26.2. Tasks and process of pricing..... 323
26.3. Methods of pricing..... 325
26.4. Methodology to calculations a price..... 328
26.5. Calculation of price in practice..... 329
27. MULTI-FACTORING OF PRICING..... 334

27.1. Pricing on different types of markets..... 334
27.2. Price determination on new goods..... 338
27.3. Price determination on goods within the framework of commodity nomenclature..... 341
27.4. Prices and geographical market..... 345
27.5. Initiative changing the prices..... 346
28. SUPPLY AND DEMAND ON SEPARATE TYPES OF GOODS..... 348
28.1. Determination of need on goods of everyday demand, on allotting, prestigious and on buyer order..... 348
28.2. Potential demand..... 351
28.3. Price resilience of demand..... 352
28.4. Offer. Resilience of offer..... 355
28.5. Market methods of regulation of supply and demand..... 357
29. GO-BETWEENS AND INTERMEDIARY OPERATIONS..... 359
29.1. Role of go-betweens in raising efficiency of moving goods on market..... 359
29.2. Intermediary organizations in small business..... 360
29.3. Types of intermediary activity..... 368
29.4. Alternative deciding at organizations of moving goods on market..... 370
30. TRADE TURNOVER AND IT'S MAIN CHANNELS 372
30.1. Notion, functions, scales and marketing channel structure..... 372
30.2. Movement of goods: notion, purposes, spares, transportation..... 374
30.3. Methods of stimulation of marketing..... 375
30.4. Advertisement. Notion and stages of deciding in scope of advertisements..... 377
30.5. Public relations..... 380
LIST OF REFERENCE..... 383
GLOSSARY 385

"Тадбиркорлик ва кичик бизнес"

(Ўқув қўлланма)

Саидасрор Саидахмедович Ғуломов, Борис Дмитриевич Семёнов, Хасан Каюмович Мамарасулов, Мамадрахим Ибрагимович Тошпўлов, Заримсаков Олимжон Шаринжанович, Иброхим Мадраимович Шарифбоев, Шохиста Якубовна Мақсудова, Тимурбек Пулатбекович Асилбеков, Мухаббат Расулова, Саидаброр Ғуломов, Нурилла Холмирзаев.

Муҳаррир: Абдурахмонов А.

Мусаҳих: Каримова М.

ТошДАУ, 700183, Тошкент-183, Университет кўчаси, 1

Босишга рухсат этилди 15.07.98. 24.1 Босм. варақ. 25.0 Шартли босма варақ. Қоғоз ўлчами 60x34 1/16. Нашр. № 22/98. Адади 3000. 25,4 ҳисоб. босма варақ. Гарнитура 15,86 кег. Нарҳи келишилган холда.

Буюртма № 24

Кибернетика институти босмахонасида чоп этилган.