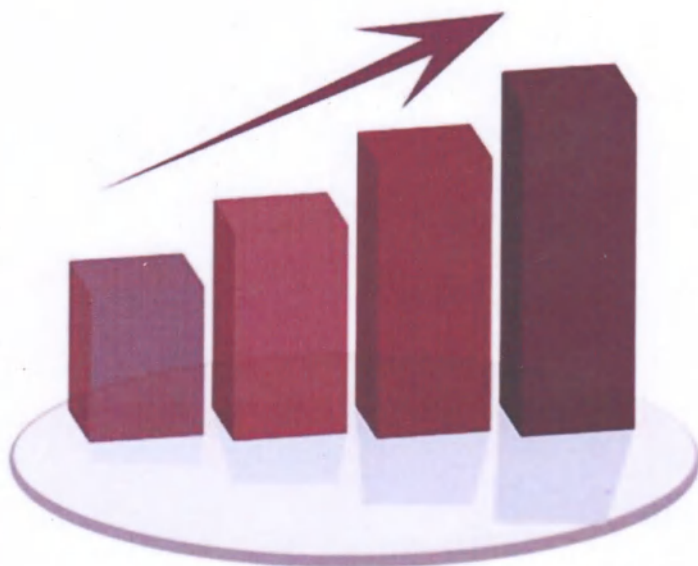


Q.J. Mirzayev,
G'.S. Mustafojev,
N. Sattorova

BIZNES VA TADBIRKORLIK ASOSLARI



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI
SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI
“RAQAMLI IQTISODIYOT” KAFEDRASI

“BIZNES VA TADBIRKORLIK
ASOSLARI”
O'QUV QO'LLANMA

«FAN BULOG'I»
SAMARQAND 2022

UO'K: 334.72(075.8)

M 54

KBK: 65.9ya73

Q.J. Mirzayev, G'.S. Mustafoev, N. Sattorova. Biznes va tadbirkorlik asoslari. O'quv qo'llanma. Samarqand: «FAN BULOG'I» nashriyoti, 2022, 134 bet.

Taqrizchilar: i.f.d., professor **N.U.Arabov**
i.f.d., professor **O.Pardayev**

O'shbu o'quv qo'llanmaning maqsadi bakalavrlarga biznes va tadbirkorlik faoliyati bo'yicha chuqur bilimlar berish; tadbirkorlik ko'satkichlarini tahlil qilish usullarini chuqur o'rganishni ta'minlash; bozor munosabatlari shakllanayotgan sharoitda biznes va tadbirkorlik sohasini prognozlash va rejalashtirish usul-uslublarini bayon etish; ularni amaliyotda qo'llash yo'llarini talabalarga tushuntirish, bozori kon'yunkturasidagi o'zgarishlarni baholay bilish; tadbirkorlik sohasidagi muammolarini hal qilishga ijodiy yondashish; ijtimoiy-iqtisodiy, huquqiy islohotlarni amalga oshirilishi yuzasidan strategik va joriy qarorlarni ishlab chiqish, ularni amaliyotda ijrosini ta'minlash, tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'llarini aniqlash kabi masalalar to'g'risida nazariy va metodologik bilimlarga, ko'nikmalarga ega bo'lishini ta'minlashdan iborat.

ISBN: 978-9943-8337-3-9

© Q.J.Mirzayev, G'.S.Mustafoev, N.Sattorova. 2022.

© «FAN BULOG'I» nashriyoti, 2022.

KIRISH

Yangi O'zbekistonning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida va mamlakat YalM o'sishida tadbirkorlik omili muhim sanaladi. Iqtisodiyotni jadal rivojlantirishda bu omildan unumli foydalanish, mavjud resurslarni tejash, zamonaviy biznes muhiti orqali esa ishlab chiqarish quvvatlarining yo'lga qo'yilishi, buning ta'sirida mamlakatimiz iqtisodiy salohiyatining sezilarli darajada ortib borayotgani, yaratilayotgan mahsulot va xizmat turlarining ko'payib, sifatining tubdan yaxshilanib borishda alohida ahamiyat kasb etadi.

Bugungi kunda mamlakatimizda iqtisodiyotni rivojlantirishning an'anaviy resurslarga asoslangan modelining yagona muqobil taraqqiyot varianti bo'lib, texnika-texnologiyalar, iqtisodiy natijalar va butun jamiyat hayotini doimiy yuksaltirish maqsadida insonlarning bilim va salohiyatidan samarali foydalanishga asoslangan innovasion rivojlanish strategiyasi hisoblanadi. Ma'lumki, yuqori axborot va intellektual sig'imga ega innovasion iqtisodiyotga – egiluvchan, dinamik, samarali, doimiy yangilanib turadigan, yangicha mazmun va ko'rinishga ega bo'lgan, ish bilan bandlik shakllari va ularning doimiy yangilanib turishi, inson kapitali sifatining oshishi, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohaslarida insonning intellektual va ijodiy salohiyati kabi xususiyatlar bilan aniqlanadigan innovasion rivojlanish strategiyasi mos keladi.

O'zbekistonda iqtisodiyotining innovasion asosda rivojlanishi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini samarali rivojlanishiga, uning tarkibiy-miqdoriy va sifat ko'rsatkichlariga bevosita bog'liq hisoblanadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni innovatsion rivojlantirish mamlakat iqtisodiyotini yuksaltiribgina qolmasdan, oila farovonligini ta'minlashda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Ta'kidlash zarurki, biznes va tadbirkorlikning mazmuni va tarkibi bozor munosabatlari sharoitida tubdan o'zgardi. Chunki, oldin biznes daromadi asosan bir oila mehnat daromadidan tarkib topgan bo'lsa, endilikda bu manba etarli bo'lmasdan qoldi. Shu tufayli, har bir xususiy mulk sohibi

AMARQAND IQTISODIY VA SERVIS INSTITUTI
AXBOROT RESURS MARKAZI

No

endilikda tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishini hayotning o'zi taqozo etadi.

O'quv qo'llanma mualliflari Biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish bilan bog'liq yuqorida qayd etilgan masalalar bo'yicha o'z fikr-mulohazalarini siz aziz kitobxonlar hukmiga havola qilishni lozim topdilar. Unda yoritilgan masalalar siz aziz kitobxonlarning qimmatli fikr-mulohazalaringizni, taklif va tavsiyalaringizni biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish borasidagi ilmiy tadqiqotlarni davom ettirish va takomillashtirishga yordam beradi deb hisoblaymiz.

1-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK IQTISODIYOTINING MOHIYATI VA MAZMUNI

- 1.1. Kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari, ularning mohiyati va mazmuni
- 1.2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari
- 1.3. Kichik biznes va tadbirkorlik muhiti va unga ta'sir etuvchi omillar
- 1.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning iqtisodiy maqsadi va vazifalari

1.1. Kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari, ularning mohiyati va mazmuni

Bozor munosabatlari sharoitida iqtisodiyotni jadal rivojlantirishning muhim iqtisodiy asoslaridan biri kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishdir.

Xo'sh, «tadbirkor», «tadbirkorlik» tushunchalari qanday mazmunga ega va nimani anglatadi?

Bu tushunchalarni hozirgi ma'nosida birinchi bo'lib XVII asr oxiri va XVIII asr boshlarida ingliz iqtisodchisi Richard Kantilon qo'llagan edi. Uning fikricha, tadbirkor tavakkalchilik sharoitida faoliyat ko'rsatuvchi kishidir. Shu boisdan u yer va mehnat omilini iqtisodiy farovonlikni belgilab beruvchi boylik manbai deb bilgan. Keyinchalik, XVIII asrning oxiri va XIX asrning boshida mashhur fransuz iqtisodchisi J.B.Sey (1767-1832) «Siyosiy iqtisod risolasi» kitobida (1803y.) tadbirkorlik faoliyatini ishlab chiqarishning uch mumtoz omillari – yer, kapital, mehnatning yaxlitligi deb ta'riflagan edi.

U Angliya sanoatining muvaffaqiyatini «ingliz tadbirkorlari iste'dodi» ta'minlaganligini ta'kidlagan edi. J.B. Seyning asosiy tezisida mahsulot ishlab chiqarishda tadbirkorlar asosiy faoliyat

ko'rsatadi deyiladi. J.B.Seyning fikricha, tadbirkor olgan daromad uning mehnati, ishlab chiqarishni tashkil etganligi, mahsulotni o'z vaqtida sotganligi uchun berilgan mukofotdir. Tadbirkor tavakkal qilib, biror-bir mahsulotni ishlab chiqarishni o'z bo'yniga oladi.

Qayd etish lozimki, iqtisodiyot fanining asoschilari tadbirkorlik shakliga kam e'tibor berganlar. Tadbirkorlik faoliyati ularning ilmiy-tadqiqot ishlarining tahlil obyekti bo'lmagan. Ingliz iqtisodchi olimlari A. Smit (1723-1790) va D.Rikardo (1772-1823) iqtisodiyotni o'z-o'zini muvofiqlashtiruvchi mexanizm deb qabul qilganlar. Ushbu mexanizmda ijodiy tadbirkorlikka o'rin yo'q edi. «Xalqlar boyliklarining mohiyati va sabablarini tadqiq etish» (1776y.) kitobida A.Smit tadbirkor ta'rifiga alohida e'tibor bergan edi. A.Smit fikricha, tadbirkor – kapital egasi. U muayyan tijorat g'oyasini amalga oshirib, daromad olish uchun tavakkalchilik bilan ish boshlaydi, chunki kapitalni biror-bir ishga sarflash doimo tavakkalchilik bilan bog'liqdir. Tadbirkorlikdan olingan daromad, A.Smit fikricha, shaxsiy tavakkalchilik uchun olingan mukofot. Tadbirkor ishlab chiqarishni o'zi rejalashtiradi, tashkil etadi, ishlab chiqarish faoliyati natijalariga egalik qiladi. Bu ishlar, o'z navbatida, bozor tizimi bilan bog'liq. Shu bois A.Smit bizlarni bozor tizimining markaziy mexanizmi – raqobat mexanizmi bilan tanishtiradi. O'z manfaatini ko'zlab yurgan har bir kishi bozorda shu maqsad bilan yurgan kishilarga duch keladi. Natijada, bozordagi har bir harakat qiluvchi subyekt raqobatchi taklif qilgan narxlarga rozi bo'ladi. Bunday raqobatda o'xshash tovarlarga me'yordan ortiq narx qo'ygan ishlab chiqaruvchi haridorni yo'qotishi hеч gap emas.

XIX-XX asrlar chegaralarida tadbirkorlik institutining ahamiyati va rolini ko'pchilik anglay boshladi. Fransuz iqtisodchisi Andre Marshall (1907-1968 yy.) birinchi bo'lib ishlab chiqarishning uchta omiliga (yer, kapital, mehnat) to'rtinchi omil – tashkillashtirish omilini qo'shdi. Shu vaqtdan boshlab tadbirkorlik tushunchasi va shu sohada olib boriladigan ishlar ko'lami kengayib bormoqda.

Amerikalik iqtisodchi J.B.Klark (1847-1938) J.B.Seyning «uchlik formulasiga» bir oz o'zgartirish kiritdi. Uning fikricha, ishlab chiqarishda doim to'rt omil ishtirok etadi:

- 1) kapital;
- 2) ishlab chiqarish vositalari va yer;
- 3) tadbirkorlik faoliyati;
- 4) ishchining mehnati.

Mashhur amerikalik iqtisodchi Y. Shumpeter (1883-1950) o'zining «Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi»^[1] kitobida, tadbirkorni novator (yangilik bunyod qiluvchi odam) deb ta'riflagan. Olim tadbirkorlik faoliyatini kapitalistik iqtisodiyotning rivojlanishida, iqtisodiy o'sishni ta'minlashda katta rol o'ynaydigan yangiliklarni joriy etishdan iborat, deb biladi: «Funksiyasi yangi kombinasiya-larni joriy etishdan iborat bo'lgan xo'jalik subyektlarini biz tadbirkor deb ataymiz». Ushbu muammoga iqtisodiyot sohasida Nobel mukofotiga sazovor bo'lgan (1974) ingliz iqtisodchisi Fridrix Fon Xayn (1899-1984) boshqacha yondashgan. Uning fikricha, tadbirkorlik faoliyat bo'lmasdan, balki yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish, hatti-harakatlarni ta'minlashdir.^[2] Olim tadbirkorlikni faoliyat emas, deb talqin etadi.

Amerikalik iqtisodchi olim Y.Shumpeterning fikriga ko'ra, tadbirkorlikning novatorlik характери quyidagilarda aks ettiriladi:

- bozor uchun yangi tovar ishlab chiqarish;
- ishlab chiqarish jarayoniga yangi texnologiyalarni tatbiq etish;
- yangi sotish bozorlarini o'zlashtirish;
- xom ashyoning yangi turlari va manbalarini topish.

Tadbirkorlikni vujudga kelishining uchinchi bosqichi tadbirkorlikning alohida shaxsiy sifatlari: iqtisodiy va ijtimoiy vaziyatning o'zgarishida to'g'ri yo'l topa bilish qobiliyati, boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishda mustaqillik, boshqaruv qobiliyatlarining to'la namoyon bo'lishi bilan ta'riflanadi.

^[1] ААЙ. Шумпетер. Теория экономического развития. М., 1982.

^[2] Ф.Хайн. Конкуренция как процедура открытия. «Мировая экономика и международные отношения» журналы, 1989. 12-сон.

Shunday qilib, tadbirkorlik – bu iqtisodiy daromad olishning alohida turi bo'lib, uning zahirida mustaqil tashabbus, javobgarlik, ishbilarmonning g'oyasiga asoslangan, foyda olishga yo'naltirilgan, maqsadga muvofiq faoliyat yotadi.

«Tadbirkorlik» tushunchasi tadbirkorning ensiklopedik lug'atida quyidagicha ta'riflanadi:

Tadbirkorlik – (ingl. yenterprise) shaxsiy daromad, foyda olishga qaratilgan fuqarolarning mustaqil faoliyati. Bu faoliyat o'z nomidan, o'z mulkiy mas'uliyati va yuridik shaxsning yuridik mas'uliyati evaziga amalga oshiriladi. Tadbirkor (frn. yentrepreneur) qonun tomonidan taqiqlanmagan barcha xo'jalik faoliyati, shu jumladan, vositachilik, sotish, sotib olish, maslahat berish, qimmatbaho qog'ozlar bilan ish olib borish bilan shug'ullanishi mumkin.

2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari

Tadbirkorlikning shakllanishi iqtisodiy va ijtimoiy sharoit bilan chambarchas bog'liq. Tadbirkorlik shakllanishining iqtisodiy sharoitiga ijtimoiy sharoit yaqin turadi. Ijtimoiy sharoit, avvalo, haridorlarning didi va modaga javob bera oladigan tovarlarni sotib olishga intilishi bilan belgilanadi. Turli bosqichlarda ushbu talab o'zgarib turishi mumkin. Bunga ijtimoiy-madaniy muhitga bog'liq bo'lgan ahloqiy va diniy me'yorlar jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ushbu me'yorlar haridorlarning turmush tarziga va u orqali tovarlarga bo'lgan talabiga bevosita ta'sir etadi. Ijtimoiy sharoit shaxsning ishga bo'lgan munosabatiga o'z ta'sirini o'tkazadi, bu esa, o'z navbatida, biznes taklif etayotgan maoshning miqdoriga, mehnat sharoitiga bo'lgan munosabatga ta'sir etadi.

AQShning tadbirkorlik sohasida ko'p yillar mobaynida qo'llab kelayotgan qonunlar tizimi bunga misol bo'la oladi. Ulardan bir nechasiga e'tibor beraylik (1-jadval)^{3[3]}:

^{3[3]} Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я.Горфинкеля, проф. Г.Б.Поляка, проф. В.А.Швандара. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001. 18-бет.

AQShda tadbirkorlik sohasida uzoq yillar mobaynida amal qilayotgan qonunlar tizimi

Qonunlar	Qonunlarning asosiy mohiyati
1	2
Trestlarga qarshi Sherman qonuni (1890 y.)	a) monopoliya yoki monopoliyalashtirishni taqiqlash; b) shtatlararo yoki tashqi savdoni cheklashga qaratilgan turli xildagi shartnoma, kelishuv va birlashmalarni ta'qiqlash.
Oziq-ovqat mahsulotlari va medicina preparatlarining sifatliiligi haqidagi qonun (1906 y.)	Shtatlararo savdo-sotiqqa qalbakilashtirilgan yoki marka yopishtirilmagan mahsulotlarni ishlab chiqarish, tashish, sotishni taqiqlash. Bu qonun 1938 yilda oziq-ovqat, dori-darmon va kosmetika vositalari haqidagi Federal qonuniga almashtirildi. 1958 va 1962 yillarda unga jiddiy o'zgartirishlar kiritildi.
Federal savdo komissiyani ta'sis etish haqidagi qonun (1954 y.)	«Savdoda raqobatning vijdotsizlik uslubi noqonuniyligi» ni tekshiruvchi idorani-komissiyani ta'sis etishni nazarda tutadi.
Kleyton qonuni (1914 y.)	Amaliy faoliyatning ayrim turlarini taqiq yetuvchi Sherman Qonuniga qo'shimcha kiritildi (narxlarni kam-sitish turlarini aniqlash, shartnomaga hamkor harakatini cheklovchi moddani kiritish, sotishning cheklash tajribasini qo'llash, boshqa korporasiyalar aksiya-lariga ega bo'lish, qo'shma direktorat tashkil etish).
Uiler Li qonuni (1938 y.)	Raqobatga zarar keltirish yoki keltirmaslikdan qat'iy nazar nopok, firib harakat va usullarni taqiqlash; oziq-ovqat, dori-darmon reklamasi ustidan Federal savdo komissiyasining nazoratini ta'sis etish.
Tovarning aslligi uning o'rami va markasida aks etishi haqidagi qonun (1966y.)	Keng iste'mol tovarlar o'rami va markalashiga qoida joriy etilishi o'ram ichida nima borligini, ishlab chiqargan shaxs nomini va o'ram ichidagi narsaning aniq miqdorini ko'rsatishni talab qiladi.

Iste'mol tovarlarining xavfsiz bo'lishligi haqidagi qonun (1972 y.)	Iste'mol tovarlarining xavfsiz bo'lishi bilan bog'liq muammolar bo'yicha komissiya ta'sis etilishi va unga iste'mol tovarlariga nisbatan xavfsizlik standartlarini qo'llash va ushbu standartlarga rioya qilmasligi uchun sanksiya qo'llash vakolati berildi.
1	2
Qarzlarni vijdonan undirib olish haqidagi qonun (1978 y.)	Qarzlarni undirib olishda odamlarni qo'rqitish, ta'qib qilish, ayovsizlarcha munosabatda bo'lish, tuhmat qilish noqonuniy deb e'lon qilindi.

1.3.Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari

Har qanday tadbirkorlik ma'lum bir hududda olib boriladi. Muayyan hududning ijtimoiy-iqtisodiy geografik joylashuvidan kelib chiqib tadbirkorlik faoliyatiga turli tuman omillar ta'sir etadi. Ularga quyidagilarni kiritish mumkin:

- 1.2. Geografik omillar;
- 1.3. Iqtisodiy omillar;
- 1.4. Ijtimoiy omillar;
- 1.5. Siyosiy omillar;

Geografik omillar – Hududning tabiiy joylashuvi, ob-havosi va iqlimi, mintaqaning shaharlashuvi va sivilizatsiyalashuvi kabi omillar shular jumlasidan.

Iqtisodiy omillar – bu omil qolgan omillarga nisbatan murakab harakterga ega bo'lib, ishlab chiqaruvchi va xizmat ko'rsatuvchi korxonalar soni, iqtisodiy resurslar hajmi va sifati, asosiy fondlar miqdori, talab va taklif mutanosibligi, inflatsiya darajasi, bozor iqtisodiyoti tamoyillarining ishlayotganligi, aholining daromadlari miqdori kabi omillar.

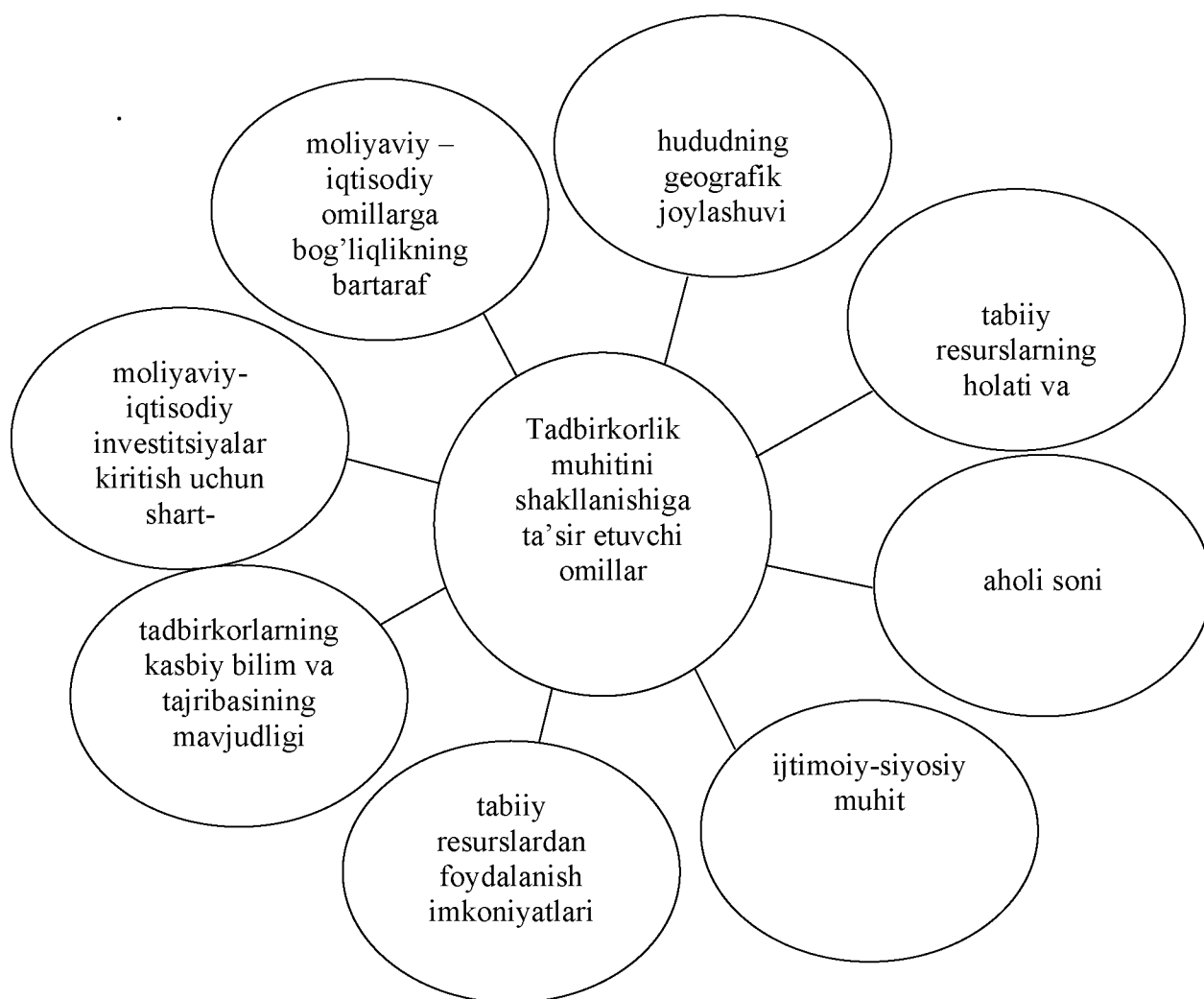
Ijtimoiy omillar – boshqalarga nisbatan o'zining tarkibi jihatidan anchagina murakkab hisoblanadi. Sababi ba'zi omillardan farqli ularoq ijtimoiy omillarning ba'zi fragmentlarini iqtisodiy nuqtayi nazardan raqamlashtirib bo'lmaydi. Bularga

- Milliy urf – odat va ana'nalar;
- Mintaqaning mafkurasi;
- tadbirkorlik faoliyatiga bo'lgan munosabati;
- millat qadriyatlari;
- va hokazolar.

Bunday muhit ayrim hududlar miqyosida mujassamlanib, o'zida ishbilarmonlik funksiyalarini amalga oshirishni mujassamlantirgan. Umumiy holda tadbirkorlik muhiti asosan quyidagi to'rtta omil: huquqiy, siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy omillarning o'zaro bog'likligi natijasida amalga oshiriladi. Ular ijobiy yoki rag'batlantirish ko'rinishida ham shakllanishi mumkin. Ushbu holda mamlakat yoki mintaqadagi mavjud shart-sharoitlar tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun mos bo'ladi. Chunki, bunday muhit tadbirkorga amalga oshirayotgan ishlarining natijalari qanday bo'lishini oldindan ko'ra bilishiga keng imkoniyat tug'diradi. Tadbirkorning o'z ishi natijalarini oldindan ko'ra bilishi tavakkallik tushunchasiga teskari holda ifoda etiladi. Agar tadbirkor ma'lum bir muhitda tavakkalchilik asosida faoliyat ko'rsatayotgan bo'lsa, u holda u o'zgaruvchanlik, barqarorsizlik, tavakkalchilik bilan tavsiflanadi. Bunday muhit yuqorida keltirilgan ijobiy muhitga to'g'ri kelmaydi. Amalda ko'p hollarda tadbirkorlik muhitining ma'lum bir omili tadbirkorning ish natijalariga asosiy ta'sir ko'rsatadi, deb bo'lmaydi.

Chunki, tadbirkorni ko'proq tadbirkorlik muhitini belgilovchi omillarning o'zaro bog'liqligi qiziqtiradi.

Siyosiy omil tadbirkorlik jarayonida bo'layotgan barcha hodisalarga davlatning munosabatini va ularga davlatning ta'sirini belgilab beradi. Davlatning tadbirkor faoliyatiga qay darajada ta'sir ko'rsatishi yoki aralashishi kerakligi ham siyosiy omil tushunchasiga kiradi. Bunday aralashish oldindan belgilanmagan yoki belgilangan bo'lishi mumkin. Umuman olganda, tadbirkorlik faolligi darajasiga davlatning munosabati rag'batlantirish yoki qo'shilishmaslik ko'rinishida namoyon bo'ladi.



1-rasm. Tadbirkorlik muhiti shakllanishiga ta'sir etuvchi shart-sharoitlar⁴

Tadbirkorlik faoliyatining kelajagi tadbirkorlik muhiti bilan belgilanadi, u esa jamiyatdagi ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatni aks ettiradi. Ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatga iqtisodiy mustaqillik, tadbirkorlar sinfi, iqtisodiy aloqalarda bozorning ustuvorligi, tadbirkorlik kapitalini mujassamlantirish sharoitining mavjudligi va kerak bo'lgan resurslarni ishlatish kiradi.

Tadbirkorlik muhitini shakllanishi ko'plab omillarga bog'liq, bunday omillar qatoriga hududning geografik joylashuvi, tabiiy resurslarning holati va miqdori, aholi soni, ijtimoiy-siyosiy muhit, tabiiy resurslardan foydalanish imkoniyatlari, moliyaviy – iqtisodiy omillarga bog'liqlikning bartaraf etilganligi, tadbirkorlarning kasbiy

⁴ Mualliflar ishlanmasi

bilim va tajribasining mavjudligi, moliyaviy-iqtisodiy investitsiyalar kiritish uchun shart-sharoitlarning mavjudligi kabi omillar mamlakat miqyosida tadbirkorlik muhitiga asosiy ta'sir etuvchi omillar bo'lib hisoblanadi (1-rasm).

4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsadi va vazifalari

O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining rivojlanishida uning maqsad va vazifalari muhim rol o'ynaydi. Sababi, tadbirkorlarning asosiy maqsadi bo'lib foyda olish hisoblanadi. Foyda olish bir nechta majburiyatlar yuklaydi. Ularga quyidagilarni kiritish mumkin:

- qonunda ta'qiqlanmagan faoliyat bilan shug'ullanish;
- raqobatchi korxonalarning ishlab chiqarayotgan tovar va xizmatlarini hurmat qilish;
- bozor iqtisodiyoti tamoyillari asosida faoliyatni amalga oshirish;
- ishlab chiqarishda foydalanilayotgan mamlakat resurslarini tejash asosida samarali foydalanish kabilar.

keng ko'lamli bozor o'zgarishlarini amalga oshirish jarayonida mulkdor shaxslar doirasi kengayib bormoqda.

Mulkdor – moddiy va intellektual mulk obyektlariga ega bo'lgan, ularni tasarruf etish va ulardan o'z xohishiga qaratib, shu jumladan daromad olish maqsadida foydalanish huquqiga ega jismoniy shaxsdir.

Mulkdorlar sinfi uch guruhdan iborat:

- daromad keltirmaydigan va shaxsiy maqsadlarda foydalanishga mo'ljallangan mol-mulkka ega mulkdorlar;
- shaxsiy iste'molga mo'ljallangan mol-mulk bilan bir qatorda, qo'shimcha tadbirkorlik daromadi yoki kiritilgan sarmoyadan daromad olish uchun foydalaniladigan aktivlar (sarmoya)ga ega o'rta mulkdorlar;
- yirik xususiy korxonalar, firmalarga ega va ularning

faoliyatidan katta daromad oladigan yirik mulkdorlar.

Ushbu guruhlarning shakllanishiga qanday omillar ta'sir etadi? Birinchi navbatda, psixologik xususiyatlar ta'sir ko'rsatadi. Odamni zo'rlab mulkdorga aylantirib bo'lmaydi. U bunga ruhan tayyor bo'lishi kerak. Bu esa juda qiyin narsa. Chunki odamlarga xaddan tashqari uzoq vaqt mobaynida xususiy mulkni va uning sohiblarini boshqalarga qaraganda tashabbuskorroq va tadbirkorroq bo'lganligi tufayli moddiy jihatdan yaxshiroq yashaganlarni yomon ko'rish va ularga ishonmaslik hissi singdirib kelindi. Endi esa zamon o'zgardi, xususiy mulkka bo'lgan munosabat ham o'zgarmoqda, lekin eski tasavvurlar hali ham mavjud. Ko'pchilik davlatning g'amxo'rlik qilishiga umid bog'lab o'tirmasdan, o'z farovonligi uchun mas'uliyatni o'z zimmasiga olishga hali tayyor emas. Ijtimoiy passivlik mulkdorlar sinfini shakllantirish yo'lidagi jiddiy to'siqdir.

Mulkdorlar sinfini shakllantirishning asosiy yo'llaridan biri – bu tadbirkorlikni, uning kichik biznes shakli rivojini ta'minlash katta ahamiyatga ega. Aksiyalashtirish keng aholi ommasini mulkka egalik qilishga jalb etishning eng samarali vositasidir. Biroq, bu jarayon murakkab, ko'p qirrali bo'lib, u bozor iqtisodiyoti subyektlarining manfaatlariga daxldordir. Hozir respublika iqtisodiyotida ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyatlari juda keng yoyilgan.

Bu jamiyatlarning ustav sarmoyasini tashkil qilishda ishtirok etuvchi ulushlar, odatda, quyidagicha taqsimlanadi:

- davlat ulushi;
- mehnat jamoasi ulushi;
- xorijiy sherik ulushi;
- fond birjalari va qimmatli qog'ozlar bozorlarida, shu jumladan, chet elda ham erkin sotish uchun ajratilgan ulushi.

Davlat va mehnat jamoalariga qarashli aksiyalar paketlari hajmini Davlat mulk qo'mitasi belgilaydi. Fuqarolar yoki yuri-dik shaxslar tomonidan sotib olingan yoki bepul olingan har qanday

aksiyalar ularning mulkdorlari tomonidan qonun doirasida hych bir cheklovsiz sotilishi mumkin. Akiiyalarning qo'shimcha (ikkilamchi) emissiyasi va ularni joylashtirish aksiyadorlik jamiyati tomonidan amaldagi qonunlarga muvofiq olib boriladi.

Korxonani xususiylashtirishning yana bir shakli uni tanlov asosida yoki auksionda jismoniy yoki yuridik shaxslarga xususiy mulk qilib sotishdan iborat. Bunda haridor sotib olingan obyektlarga nisbatan ma'lum talablarni bajaradi. Tanlov shartlari O'zbekiston Respublikasi mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish sohasidagi tartiblariga muvofiq belgilanadi va u quyidagi majburiy bandlarga ega bo'ladi:

- auksionda xususiylashtirilgan davlat korxonalarining mulkdorlariga aylangan jismoniy va yuridik shaxslarga ushbu korxonalar tasarrufida bo'lgan, sotib olingan mol-mulk tarkibiga kirmagan, turar joy bo'lmagan davlatga qarashli binolarni, inshootlarni, qurilishlarni ijaraga olish haqida uzoq muddatli (10 yilgacha) shartnomalar tuzish huquqi beriladi. Ijara shartlarini ilgari tuzilgan shartnomalarga nisbatan o'zgartirishga (agar shartnomaning o'zida boshqacha tartib belgi-langani bo'lmasa) faqat taraflarning kelishuviga muvofiq yo'l qo'yiladi. Xususiylashtirilgan savdo va xizmat ko'rsatish sohasi obyektlarining mulkdorlari shu korxonalar egallab turgan yer uchastkalarini mulk qilib sotib olish huquqiga egadirlar;

- korxonalar va tashkilotlarning, shu jumladan, tugatilayotgan va tugatilgan korxonalar va tashkilotlarning mol-mulki Respublika ko'chmas mulk birjasi va uning filiallarida auksion savdoda Davlat mulk qo'mitasi tomonidan tasdiqlangan Nizomga muvofiq sotiladi;

- davlatga qarashli ishlab turgan korxona tashkilotlarning mol-mulki (aktivlari) faqat Davlat mulk qo'mitasi ruxsati bilan va belgilangan tartibda sotiladi.

Respublikada mulkni xususiylashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish asta-sekin, biridan ikkinchisiga o'tiladigan uch bosqichda amalga oshiriladi.

Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish borasida ijara korxonalari, kichik, xususiy korxonalar, aksiyadorlik jamiyatlari, qo'shma korxonalar, fermer xo'jaliklari, kooperativlar va dehqon xo'jaliklari kabi tashkiliy-huquqiy shakllari tashkil topdi.

Umuman olganda, O'zbekistonda mulkdorlar sinfini shakllantirish va tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay vaziyat vujudga keldi. Hozirgi vaqtda jamiyatimiz tarkibida real mulkka ega bo'lgan, uni qadrlayotgan va ularni o'z moddiy farovonliklari uchun asos qilib olayotgan kishilarning katta guruhi shakllandi. Ushbu ijtimoiy qatlamni yanada mustahkamlash davlatning iqtisodiy qudrati oshishiga, uning ijtimoiy-siyosiy barqarorligini ta'minlanishiga, demokratik qadriyatlar qaror topishiga olib keladi.

Tayanch iboralar:

Bozor munosabatlari, tadbirkor, tadbirkorlik qobiliyati, kapital ishlab chiqarish vositalari, mehnat omili, Angliya sanoati, tadbirkorlik faoliyatining shakllanishi, "Sherman" qonuni, tadbirkorlik muhiti.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Kichib biznes va tadbirkorlik tushunchasi?
2. Tadbirkorlik nima?
3. Biznes nima?
4. Biznes va tadbirkorlikning mazmun mohiyatini yoriting?
5. Tadbirkorlik mohiyatini asoslang?
6. Amerikalik iqtisodchi J.B.Klark J.B.Syning "uchlik formulasiga" qanday o'zgartirish kiritgan?
7. Sherman qonuni qanday qonun?
8. Kichib biznes va tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir etuvchi omillar?
9. Ijtimoiy omillar bu qanday omillar?
10. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsadi bu?
11. Mulkdorga ta'rif bering?

2-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK IQTISODIYOTI FAOLIYATINING TURLARI VA SHAKLLARI

- 2.1. Tadbirkorlik turlari, ishlab chiqarish tadbirkorligining muhim xususiyatlari
- 2.2. Tijorat tadbirkorligining asosiy jihatlari
- 2.3. Moliyaviy tadbirkorlik mohiyati
- 2.4. Maslaxat tadbirkorligini amalga oshirish yo'llari

2.1. Tadbirkorlik turlari, ishlab chiqarish tadbirkorligining muhim xususiyatlari

Tadbirkorlik faoliyati turlari xilma-xildir. Faoliyat maqsadi, turi va yo'nalishlariga qarab tadbirkorlik faoliyatining ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy va konsalting turlarini ajratish mumkin.

Shulardan ishlab chiqarish tadbirkorligi muhim ahamiyat kasb etadi. Ishlab chiqarish tadbirkorlik faoliyati turlari nisbatan mustaqil bo'lib, bir-birini to'ldirib keladi. Tadbirkorlik faoliyatining barcha turlarini belgi-lab beruvchi ishlab chiqarish tadbirkorligining ustuvorligini tan olish kerak.

Innovation, ilmiy-texnik faoliyat, tovarlarni bevosita ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish va shu sohadagi axborot bilan ishlash faoliyati ishlab chiqarish tadbirkorligiga kiradi. Ishlab chiqarish bilan shug'ullanmoqchi bo'lgan har bir ishbilarmon tadbirkorlik faoliyatining qaysi turi bilan shug'ullanishini, qanaqa mahsulot ishlab chiqarishini, qanday xizmat ko'rsatishini oldindan belgilab olishi lozim. Shu ish amalga oshgandan keyin tadbirkor marketing bilan shug'ullanadi. Tovarga bo'lgan talabni bilish maqsadida u tovarning potensial iste'molchilari, haridorlari, ulgurji va chakana savdo bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar bilan aloqa qiladi. Muzokaralar ishbilarmon va bo'lajak haridorlar o'rtasida shartnoma tuzilishi bilan yakunlanadi. Tuzilgan shartnoma tadbirkorlikdagi tavakkalchilikning oldini olishga imkon beradi. Shu ishlar amalga oshmasa, tadbirkor faqat og'zaki va dalal asosida ishlab chiqarish

AMARQAND IQTISODIY VA SERVIS INSTITUTI
AXBOROT RESURS MARKAZI

faoliyatini boshlaydi. Shakllangan barqaror bozor sharoitida rivojlangan mamlakatlarda og'zaki kelishuvlar ishonchli kafolat bo'lib, kerak bo'lgan hollarda shartnoma, bitim shaklida rasmiylashtiriladi. Biroq, bizning mamlakatimizda bozor iqtisodiyoti endi shakllanayotgan davrda og'zaki bitimlarning kafolati past va tavakkalchilik kuchlidir.

Tadbirkorlik faoliyatining keyingi bosqichi ishlab chiqarish omillarini sotib olish yoki ijaraga olishdir.

Ishlab chiqarish omillari. Ma'lumki, ishlab chiqarish omillari ishlab chiqarish fondlari, ishchi kuchi, axborotdan iborat. Ishlab chiqarish fondlari o'z navbatida asosiy va aylanma ishlab chiqarish fondlariga bo'linadi.

Asosiy ishlab chiqarish fondlari (mehnat qurollari) inshootlar, uzatuvchi moslamalar, quvvatli mashina va jihozlar, ishchi mashina va jihozlar, o'lchov uskunalari, laboratoriya jihozlari, hisoblash texnikasi, transport vositalari, ishlab chiqarish inventarlari va boshqa asbob-uskunalaridan iborat. Asosiy ishlab chiqarish fondlariga sex zavod va laboratoriya binolari kiradi.

Ishlab chiqarish faoliyati bilan shug'ullanish uchun tadbirkor boshlang'ich kapitalga ega bo'lishi kerak. Har qanday kishining bunga imkoni bo'lmasligi mumkin. Ushbu holatda ishbilarmon tijorat banki yoki mablag'i bor shaxsga kredit olish uchun murojaat qiladi. Buning boshqa yo'li ham bor – tadbirkor ishlab chiqarish omillari (bino, uskuna, xom ashyo, material, axborot va boshqalar)ni kreditga ham olishi mumkin. Baribir tadbirkor kredit bergan shaxsga olingan pul mablag'ini yoki kreditga olingan ishlab chiqarish omillarining qiymatini qo'shimcha foizlar bilan qaytarishi kerak.

Mablag'larni imtiyozli asosida davlat tuzilmalari ajratishi mumkin. Buning uchun O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishga yordam berish maqsadida mahsus jamg'armalar tuzilib, kredit berishga imtiyozlar yaratilgandir.

Ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyatida bilvosita ishtirokchi bo'lib, unda moliya soliq organlari ishtirok etadi. Ular

tadbirkorlik faoliyati hisobidan mahalliy byudjetga majburiy to'lovlar, ajratmalar va jarimalar o'tkazish bilan shug'ul-lanadilar.

Ishlab chiqarish faoliyati natijasi. Mahsulotni sotish, biror bir ishni bajarish, haridorga, iste'molchiga xizmat ko'rsatish va ma'lum hajmda foyda olish tadbirkor ishlab chiqarish faoliyatining natijasidir.

Tadbirkor foydasi yalpi va sof foydaga bo'linadi. Ishlab chiqarish va sotishga ketgan harajatlardan keyin qolgan tushum yalpi foyda deyiladi. Yalpi foydadan soliqlar to'lanadi. Yalpi foyda hisobidan soliqlar, jarima va boshqa to'lovlar to'langandan keyin qolgan pul sof foyda hisoblanadi.

Tadbirkorning umumiy moliyaviy bahosini rentabellik ko'rsatkichi belgilaydi. U sof foydani jami harajatlarga bo'lgan nisbati shaklida aniqlanadi.

2.2. Tijorat tadbirkorligining asosiy jihatlari

Tijorat tadbirkorligi faoliyati tovar birjalari yoki savdo tashkilotlari bilan bog'liq.

Tovar birjasi – tovar namunalari haridor tomonidan oldindan ko'zdan kechirilmagan va tovarlarni minimal partiyasi belgilangan ulgurji tovar bozorining turi. Tovar birjasida o'zaro kelishilgan va rioya qilingan qoidalar asosida savdo operatsiyalarini amalga oshirish uchun tijorat vositalari va ularning xizmatchilari o'z xohishlari bilan birlashadi. Ushbu birjaning maqsadi erkin raqobatning boshqarish mexanizmini tashkil qilish va shu orqali talab va taklifni hisobga olgan holda haqiqiy bozor narxlarini aniqlashdir. Tovar birjasi standartlar bo'yicha sotiladigan tovarlar (don, ko'mir, metall, neft, yog'och)ning doimo faoliyat ko'rsatuvchi ulgurji savdo bozoridir. Shunga o'xshash birjalar barcha iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda faoliyat ko'rsatib kelmoqda. Misol sifatida London (rangli metall), Liverpul (paxta), Singapur (kauchuk) va boshqa tovar birjalarini ko'rsatish mumkin.

Tovar birjalarida tovar egalari bilan oddiy savdo qilishdan tashqari fyucher bitimlari ham tuziladi. Bu bitim bo'yicha kontraktda ko'rsatilgan tovar uchun to'lovni ma'lum vaqtdan keyin amalga oshirish mumkin.

Tovar birjalari quyidagi asosiy funksiyalarni bajaradi:

- savdo bitimlarni tuzishga vositachilik xizmati ko'rsatadi;
- tovar savdosini tartibga soladi, savdo jarayonlarini boshqaradi va savdo mojarolarini hal qiladi;
- narxlar to'g'risida, shuningdek ishlab chiqarish va narxlarga ta'sir qiluvchi turli omillar haqida axborotlar yig'adi va e'lon qiladi.

Respublika tovar-xom ashyo birjasi 1994 yili ochiq hissadorlik jamiyati shaklida tashkil etildi. U sanoat, qishloq xo'jaligi, oziq-ovqat tovarlari va xom ashyo mahsulotlarini erkin ulgurji savdosini uyushtiradi. Birja savdolarida brokerlar orqali harid qilingan mahsulotlar respublikadan tashqariga lisenziyasiz va bojxona to'lovisiz chiqariladi. Tovar-xom ashyo birjasining bo'linmalari barcha viloyatlarda va Qoraqalpog'iston Respublikasida tashkil etilgan.

Tovar-xom ashyo birjasi chet el davlatlari (Angliya, Polsha, Turkiya) hamda MDH mamlakatlari (Rossiya, Tojikiston, Turkmaniston)ning tovar xom ashyo birjalari bilan, Kiyev, Belarus universal birjalari bilan birjalararo aloqalarni yo'lga qo'ygan.

«O'zulgurjibirjasavdo» respublika tovar resurslari bozorini shakllantirishda zarur infratarkibni yaratish maqsadida 1994 yili O'zbekiston shartnomalar va savdo bo'yicha davlat aksiyadorlik uyushmasi negizida tashkil etilgan. Ilgari xalq xo'jaligi ta'minotiga respublika moddiy-texnika ta'minoti idorasi rahbarlik qilgan. O'zbekistonda o'tkazilayotgan chuqur iqtisodiy islohotlar moddiy-texnika ta'minoti tizimini ham tubdan o'zgartirdi. «O'zulgurjibirjasavdo» xo'jalik mexanizmini rejaviy moddiy-texnika ta'minoti tizimidan erkin xo'jalik aloqalariga o'tishini, davlat ehtiyojlari uchun mahsulot yetkazib berishni, ishlab chiqaruvchilar bilan shartnomalar tuzish yo'li orqali amalga oshirishni

ta'minlaydi. Moddiy-texnika ta'minoti va sotish bozor usullari bo'yicha oldi-sotdi, ulgurji savdo, yarmarka, birja va kim oshdi savdolari yo'li bilan amalga oshiriladi.

2.3. Moliyaviy tadbirkorlik mohiyati

Tijorat banklari va fond birjalari moliyaviy tadbirkorlik uchun faoliyat ko'rsatuvchi maqom bo'lib xizmat qiladi.

Tijorat banki – aksiyador turdagi moliyaviy-kredit muassasasi bo'lib, asosan pul omonatlarini (depozitlarni) qabul qiluvchi va mijoz ko'rsatmasi bilan boshqa hisob-kitob operatsiyalarni amalga oshiruvchi tijorat tashkilotlariga pulli xizmat ko'rsatadi. Tijorat banklarining daromad manbai depozit (jalb etilgan) va ssuda mablag'lari o'rtasidagi farqlardan shakllanadi.

Tijorat banklari operatsiyalari passiv (mablag'larni jalb etish), aktiv (mablag'larni joylashtirish), komission-vositachi (komission to'lovlari bo'lgan mijozlarning topshiriqlarini bajarish) kabi uch guruhga bo'linadi.

Tijorat banklari mablag'larni katta muddatga olib, kichik muddatga qarzga beradi. Bu banklar kreditorlarga oldindan belgilangan foizlarni to'lash bilan bog'liq tijorat tavakkaliga muhtalo bo'ladi. Shu sababli bank berilgan qarzlari turli sabablarga ko'ra o'z vaqtida qaytmasligini hisobga olib, ma'lum pul zaxirasiga ega bo'lishi kerak.

Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasida bir qancha tijorat aksionerlik banklari faoliyat ko'rsatmoqda. Tijorat banklari milliy iqtisodiyotning turli soha va tarmoqlari, korxona va tashkilotlari, xo'jalik va tadbirkorlik subyektlarini kreditlash, moliyalash va ularga hisob-kitob xizmati ko'rsatishni amalga oshiradi. Banklar faoliyati to'la mustaqildir. O'z resurslari yetmay qolganda ular boshqa banklardan yoki Markaziy bankdan kredit olishlari mumkin.

Fond birjasi. Moliyaviy tadbirkorlikning elementlaridan yana biri fond birjasidir. Kapitalning ko'payishi, aktivlarning haqiqiy narxini aniqlashga qaratilgan qimmatbaho qog'ozlar bozoriga fond

birjasi deyiladi. Fond birjasining faoliyat tamoyili talab va taklifni tezkor tartiblashtirishdan iboratdir. Fond birjalarida qimmatbaho qog'ozlarning kopirovkasi o'tkazi-ladi. Bunga muvofiq birjaning kopirovka bo'limi mutaxassislari birja orqali o'tayotgan barcha qimmatbaho qog'ozlarning harid kursi va sotuv kurslarini muntazam ravishda baholab boradilar. Joriy kurslar esa doimo chiroqli tabloda yozilib, maxsus byulletenda chop etiladi. Joriy kurslarga binoan shu vaqt shu birjada ma'lum aksiyalarni sotish yoki sotib olish narxlari aniqlanadi. Bu narxlar maxsus formula yordamida chiqarilsa, ular birja faolligining indeksini aniqlash uchun asos bo'ladi. Birja faolligi iqtisodiyotda sodir bo'layotgan ahvolni o'ziga xos ravishda aks ettiradi.

Shu bilan birga, davlat monopolistik kapitalizm sharoitida qimmatbaho qog'ozlar savdosida birja roli ancha pasaydi. Buning asosiy sababi kuchli kredit-moliya institutlarining yuzaga kelishidadir. Ular qimmatbaho qog'ozlar savdosini birjalarsiz olib boradilar. Qimmatbaho qog'ozlar savdosida birjalar roli tushib ketganiga sabab, davlat obligasiyalarining qimmatbaho qog'ozlar umumiy hajmidagi salmog'i oshganligidadir.

2.4. Maslaxat tadbirkorligini amalga oshirish yo'llari

Ma'lum bir sohada o'z mutaxassisligi bo'yicha yo'l-yo'riq ko'rsatuvchi kishiga maslahatchi deyiladi. Chet ellarda boshqaruv bo'yicha pulli maslahat konsalting deb yuritiladi. Iqtisodiyot va boshqaruv bo'yicha Yevropa Federasiyasi Maslahatchilar Assosiasiyasining ta'rificha menejment-konsalting boshqaruv bo'yicha muammo va imkoniyatlarni aniqlash, ularga baho berish, tegishli chora-tadbirlar ishlab chiqish va ularni amalga oshirishda xolisona maslahat berish hamda yordam ko'rsatishdir.

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda mablag'larni maslahatli xizmat shaklida intellektual kapitalga kiritish yangi uskuna yoki ilg'or texnologiyalarni sotib olishga ketgan mablag'lar bilan tengdir. Mablag'lar ishlatishning ushbu ko'rinishi bizning mamlakatimizda

endi amalga oshirilmoqda. Bu yo'nalishda intellektual imkoniyatlardan iqtisodiyot va boshqaruv sohalarida to'raligicha foydalanish yaxshi samara beradi. Ko'p korxonalar o'zlarining intellektual imkoniyatlaridan to'la va samarali foydalana olmasliklari sababli bozor iqtisodiyoti sharoitida qiyin ahvolga tushib qolgan. O'z vaqtida maslahatchilar yordamidan foydalangan rahbarlar moliyaviy-xo'jalik faoliyatida iqtisodiy samaraga erishganlar.

Germaniyaning mashxur «Porsche» avtomobil firmasi 1991 yilga kelib tanazzulga uchrash arafasida edi. Korxona rahbarlari ahvolni tuzatish uchun Yaponiyaning «Sin gidzyusu» (bu «Yangi texnologiya» ma'nosini bildiradi) konsalting firmasiga murojaat qilishdi. Firma «Toyota»ning malakali mutaxassislarini yig'ib, ishga kirishdi. Chet ellik maslahatchilar sharoitni obdon o'rganib chiqib, «Porsche» zavodida konveyer ish usulini joriy etdi. Ishlab chiqarishning barcha bo'g'inlarida harajatlarni keskin ravishda kamaytirildi. Konveyer tizimi o'zgartirilmasda mahalliy tajriba va an'analar hisobga olinmadi. Faqat yapon maslahatchilari taklif qilgan tizim ishlay boshladi.

Yaponiya texnologiyasi joriy etishdan uch yildan keyin «Porsche»da birinchi real natijalar yuzaga keldi: kompaniya kam harajat qilib, ko'proq avtomobil ishlab chiqara boshladi. 19% ga kamaytirilgan ishchilar tezroq va sifatliroq ishni bajara boshladi. Yapon maslahatchilarining tavsiyalari tufayli yig'uv konveyer uzunligi qisqardi, ko'p miqdordagi yordamchi omborxonalarga hojat qolmadi, natijada zavod hududi 30% ga qisqardi. Ishlab chiqarishdagi kamchiliklar ikki barobar kamaydi. Avtomobil yig'ish tezligi 40% ga oshdi. Bu ishning barchasini o'sha eski jihozlarda, shu zavodda ishlab kelgan ishchi va muhandislar amalga oshirdi. Ular ixtiro sohasida ham faollashib, har oyda ishlab chiqarishni yaxshilashga qaratilgan ikki yarim mingdan ortiq yangi takliflar bermoqda.

Maslahat uslublari. Maslahat uslublari turli xil bo'lishi mumkin. Maslahatning uch turi – ekspertli, jarayon va o'rgatuvchi maslahatlar keng qo'llaniladi.

Ekspertli maslahat – konsaltingning eng passiv shaklidir. Maslahatning bu turida maslahatchi diagnostika, qaror qabul qilish va ularni joriy etishni mustaqil ravishda amalga oshiradi. Mijoz esa bunday hollarda maslahatchiga kerakli axborot yetkazib berishi zarur bo'ladi.

Jarayon maslahatida – loyihani ishlab chiqish bosqichlarida konsalting firma maslahatchilari mijoz bilan faol ish olib borib, yuzaga kelgan muammolarni hamkorlikda tahlil qiladi va kerakli takliflar beradi.

O'rgatuvchi maslahatida – mutaxassislarning asosiy maqsadi g'oyalarning yuzaga kelishi, yechimlar qabul qilish uchun asos tayyorlashdir. Shu maqsadda mijozlar uchun ma'ruzalar o'qiladi, seminarlar o'tkaziladi, o'quv qo'llanmalari ishlab chiqiladi. Umuman olganda mijozlar kerakli nazariy va amaliy axborotlar bilan ta'minlanadi. Amalda esa yuqoridagi har bir maslahat turlari sof holda qo'llanilmaydi, ular kombinasiyalashgan shaklda uchraydi.

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda konsalting xizmati ko'p yillar mobaynida bozor iqtisodiyoti infratuzilmasining muhim elementlaridan hisoblanadi. Konsalting xizmati statistika tomonidan maxsus tarmoq deb tan olingan. AQSh da ushbu tarmoqda 700 ming kishi band bo'lib, uning bir yillik xizmat hajmi 50 mlrd dollarni tashkil qiladi.

Tayanch iboralar:

Tadbirkorlik faoliyatining xilma-xilligi, tadbirkorlik faolityatining turlari, ishlab chiqarish omillari, tovar xom ashyo birjasi, tovar birjasi, tijorat tadbirkorligi, moliyaviy tadbirkorlik, maslahat tadbirkorligi, fond birjasi, tijorat banki.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Ishlab chiqarish tadbirkorligiga tushuncha bering?
2. Ishlab chiqarish omillarini asoslang?
3. Tovar birjasi nima?
4. Fond birjasi nima?
5. Tijorat tadbirkorligining asosiy jihatlarini yoriting?
3. Moliyaviy tadbirkorlik mohiyatini ochib bering?
4. Biznes va tadbirkorlikning mazmun mohiyatini yoriting?
5. Tadbirkorlik mohiyatini asoslang?
6. Amerikalik iqtisodchi J.B.Klark J.B.Syning “uchlik formulasiga” qanday o’zgartirish kiritgan?
7. Sherman qonuni qanday qonun?
8. Kichib biznes va tadbirkorlik faoliyatiga ta’sir etuvchi omillar?
9. Ijtimoiy omillar bu qanday omillar?
10. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsadi bu?
11. Mulkdorga ta’rif bering?

3-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING IQTISODIY FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

- 3.1. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi
- 3.2. Kichik biznes subyektlarini bank, soliq va moliya muassasalaridan ro'yxatdan o'tkazish tartibi
- 3.3. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalariga lisenziya berish tartibi

3.1. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi

O'zbekiston Respublikasining 2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasida kichik biznes va tadbirkorlikning iqtisodiy faoliyatini tashkil etish alohida e'tibor qaratilgan. Ayniqsa, O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksining 43-moddasida qayd etilganidek: “Yuridik shaxs qonun hujjatlarida belgilangan tartibda davlat ro'yxatidan o'tkazilishi lozim. Davlat ro'yxatidan o'tkazish haqidagi ma'lumotlar barchaning tanishib chiqishi uchun ochiq bo'lgan yuridik shaxslarning yagona davlat reyestriga kiritiladi. Yuridik shaxsni tashkil etishning qonunda belgilab qo'yilgan tartibini buzish yoki uning ta'sis hujjatlari qonunga mos kelmasligi yuridik shaxsni davlat ro'yxatidan o'tkazishning rad etilishiga sabab bo'ladi. Davlat ro'yxatidan o'tkazishning xabardor qilish tartibi belgilangan yuridik shaxslarni ro'yxatdan o'tkazishni rad etish qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladi. Yuridik shaxsni tashkil etish maqsadga muvofiq emas degan bahona bilan uni ro'yxatdan o'tkazishni rad etishga yo'l qo'yilmaydi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazishni rad etish, shuningdek ro'yxatdan o'tkazish muddatini buzish ustidan sudga shikoyat qilinishi mumkin. Yuridik shaxs davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab tashkil etilgan hisoblanadi. Yuridik shaxs qonunda belgilangan hollardagina qayta ro'yxatdan o'tkazilishi lozim”. O'zbekiston Respublikasida

korxonalarni davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi va muddatlarini "Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish uchun ro'yxatdan o'tkazish tartibotlari tizimini tubdan takomillashtirish to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003 yil 20 avgustdagi 357-son qarori bilan tasdiqlangan "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi to'g'risida Nizom" belgilab beradi. Tadbirkorlik subyektlari uchun yanada qulay shart-sharoitlar yaratish, rasmiylashtirishning bosqichma-bosqich ro'yxatdan o'tkazish tamoyiliga o'tish va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishdagi byurokratik to'siqlarni olib tashlash maqsadida 2003 yil 1 oktyabrdan tuman (shahar) hokimliklari huzurida "Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyalari" tashkil etildi. Ular 2016 yilning 01 yanvariga qadar "yagona darcha" tamoyilida ish olib borishdi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015 yil 15 maydagi "Xususiy mulk, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni ishonchli himoya qilishni ta'minlash, ularni jadal rivojlantirish yo'lidagi to'siqlarni bartaraf etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi № PF-4725-sonli Farmoni, 2015 yil 28 sentyabrdagi "Tadbirkorlik subyektlariga «yagona darcha» tamoyili bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi № PQ-2412-sonli Qarori hamda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2015 yil 14 dekabrdagi "O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik subyektlariga "yagona darcha" tamoyili bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 2015 yil 28 sentyabrdagi PQ-2412-son qarorini amalga oshirish chora-tadbirlari haqida"gi 358-son Qaroriga muvofiq tuman (shahar) hokimliklari huzuridagi tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyalari negizida tadbirkorlik subyektlariga «yagona darcha» tamoyili bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatish yagona markazlari tashkil etildi. Ular o'z faoliyatini 2016 yil 01 yanvardan e'tiboran boshladi. Mamlakatimizda tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish uchun yanada qulay shart-sharoitlarni yaratish

maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 24 mayda «Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishning xabardor qilish tartibi to'g'risida» Qarori qabul qilindi. Unga ko'ra 2006 yilning 1 sentyabridan boshlab tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olishning xabardor qilish tartibi o'rnatildi. Xabardor qilish tartibi yer maydonlari ajratib berish, gaz va elektr tarmoqlariga ulash to'g'risida, shuningdek lisenziyalanadigan faoliyat turlari bo'yicha qaror talab etiladigan tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatga olishda qo'llanilmaydi.

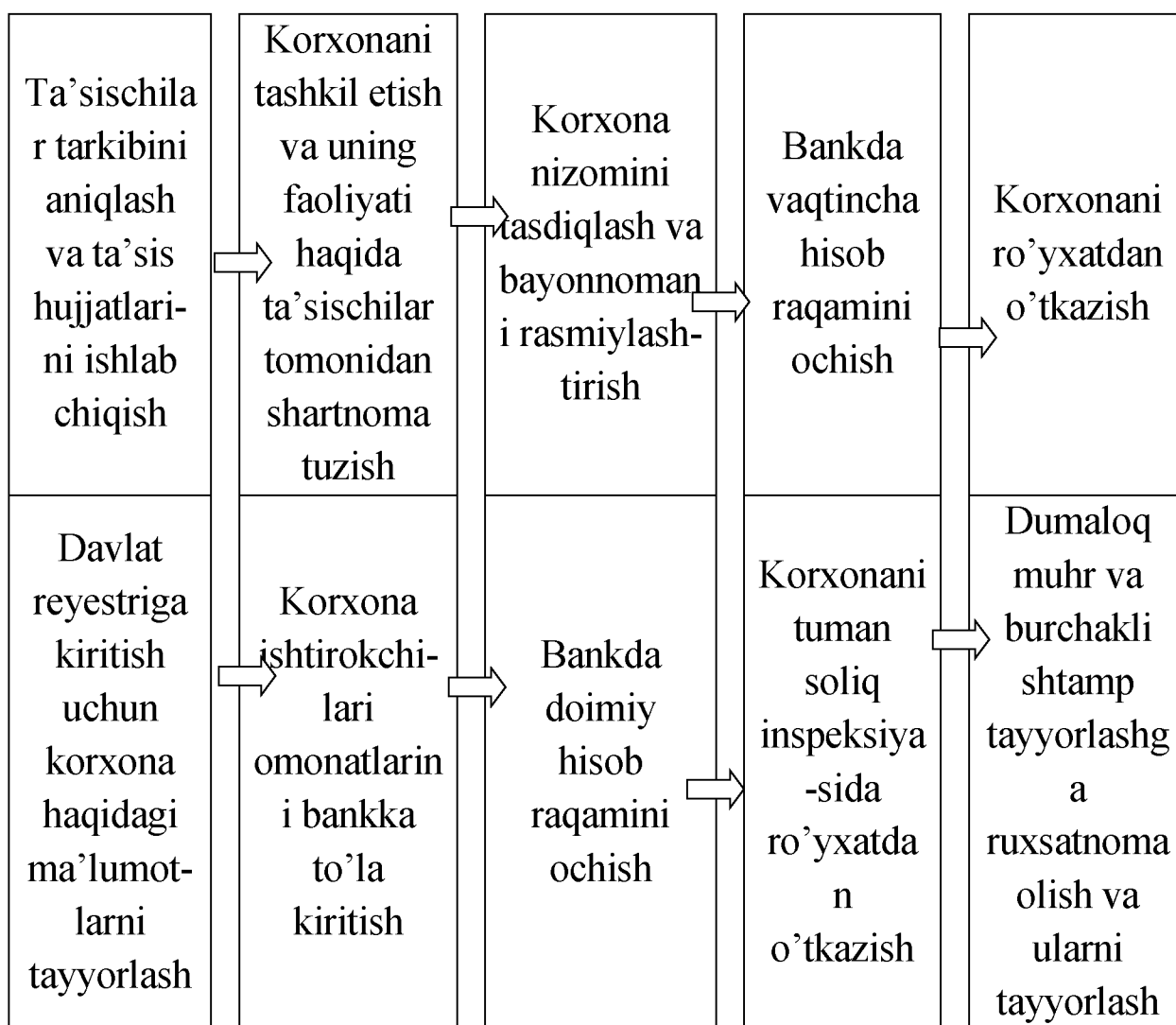
Tadbirkorlik subyekti tomonidan ariza-xabarnoma taqdim etilgan paytdan boshlab, uni davlat ro'yxatiga olish va davlat ro'yxatiga olinganlik to'g'risidagi guvohnomani berish muddati ko'pi bilan ikki ish kunini tashkil etadi. Davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun zarur hujjatlarni tayyorlash ta'sischi-larning ixtiyoriga ko'ra ta'sischi-larning o'zlari tomonidan yoki shartnoma asosida – O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi, konsalting firmalari tomonidan amalga oshirilishi mumkin. Tadbirkorlik subyekti-ni xabardor qilish asosida davlat ro'yxatidan o'tkazilganlik uchun davlat boji yoki ro'yxatdan o'tkazish yig'imi to'lanadi. Shuni ta'kidlash lozimki, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish maqsadida muhandislik kommunikasiyalariga (gaz bilan ta'minlash, energiya bilan ta'minlash, suv bilan ta'minlash, kanalizasiya, issiqlik bilan ta'minlash, telefon aloqasi tarmoqlari) ulanish, turar-joylarni noturar-joy toifasiga o'tkazish, obyektlarni qurish va rekonstruksiya qilishga ruxsat berish, shuningdek lisenziyalanadigan faoliyat turlari bo'yicha qaror talab etiladigan tadbirkorlik subyektlarini (korxonalarni) ro'yxatga olishda xabardor qilish tartibidan birmuncha farq qiladi Yuqorida qayd etilgan “Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi to'g'risida Nizom”ga muvofiq xujjatlarni rasmiylashtirish muddatlari (ariza berilgan sanadan boshlab) – tadbirkorlik subyekti-ni davlat ro'yxatidan o'tkazishgacha bo'lgan muddat (texnik shartlar va boshqa

ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirishning murakkabligini va hajmini hisobga olib) 7 ish kunidan bir oygacha belgilanadi.

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish bir necha bosqichdan iborat. Ushbu bosqichlarning ketma-ketligi 1-rasmda aks ettirilgan.

1-rasm

**Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini
tashkil etish tartibi⁵**



Yangi korxonani tashkil qilishda ta'sischi-
lar tarkibi belgilanib,
ta'sis hujjatlari, ya'ni korxona Nizomi, korxonani tashkil etish
haqidagi ta'sischi-
lar shartnomasi va boshqa me'yoriy hujjatlar ishlab

⁵ Mualliflar tomonidan ishlangan

chiqiladi. Shu bilan bir qatorda korxona rahbari va taftish komissiyasi raisini tayinlash haqida ishtirokchilar majlisining 1-sonli bayonnomasi rasmiylashtiriladi. So'ngra bankda vaqtinchalik hisob raqami ochiladi.

Birja, auditorlik firmalari va chet el sarmoyasiga ega bo'lgan korxonalar esa O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligida ro'yxatdan o'tadi.

Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazuvchi vakolatli organlarga quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

- korxonani ro'yxatdan o'tkazish to'g'risida ta'sischilarning arizasi;
- notarial idoralari tomonidan tasdiqlangan ikki nusxadagi ta'sis hujjatlari (korxona Nizomi, korxonaning ta'sis shartnomasi);
- korxona manzilini tasdiqlovchi hujjat;
- davlat bojini to'laganligi to'g'risida bankdan berilgan hujjat;
- hokimiyatning vakolatli organlari tomonidan korxonaning nomlanishi to'g'risida berilgan guvohnoma;
- muhr va tamg'aning uch nusxadagi namunasi.

Korxona mahalliy hokimiyat va boshqaruv idoralariga zarur hujjatlarni ilova qilib, ariza topshirgan paytdan boshlab, uzog'i bilan 7 ish kunidan 30 ish kunigacha bo'lgan muddatda davlat ro'yxatidan o'tkazilishi kerak. Korxonaning davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi ma'lumotlar O'zbekiston Respublikasi yagona davlat reyestriga kiritish uchun 10 kun muddat ichida Davlat statistika qo'mitasiga xabar qilinadi. Korxona davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan boshlab tashkil etilgan hisoblanadi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazilgan korxonaga: hokimiyatning korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi qaroridan ko'chirma nusxasi, hokimiyat ro'yxatidan o'tkazilgan va tasdiqlangan korxona Nizomi hamda korxonaning ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi davlat orderi topshiriladi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazilgandan va tadbirkorlik faoliyatiga ruxsat etilgandan so'ng korxona rahbariyati:

- dumaloq muhr va tamg'aga buyurtma berishi;

- bankda hisobvarag'i ochishi;
- soliq inspeksiyasidan ro'yxatdan o'tkazishi;
- aholini ijtimoiy himoyalash fondidan ro'yxatdan o'tkazishi;
- bandlik markazidan ro'yxatdan o'tkazishi kerak.

Dumaloq muhr va tamg'ani tayyorlatishga buyurtma berishdan oldin korxona rahbari korxona joylashgan tumandagi ichki ishlar bo'limiga, korxonaning ro'yxatdan o'tkazilganligi haqidagi hokimiyat qaroridan ko'chirma, hokimiyat tasdiqlagan ikki nusxadagi muhr va tamg'a chizmalarini taqdim etishi kerak.

Ichki ishlar bo'limi ruxsatni alohida xat ko'rinishida beradi. Chizmalar esa kerakli yozuvlar bilan ma'qullanadi va muhr bilan tasdiqlanadi.

“Yuridik shaxslar mulkdor yoki u vakil qilgan shaxs tomonidan yoxud vakolatli organning farmoyishi asosida, shuningdek qonun hujjatlarida nazarda tutilgan tartibda tashkil etiladi”⁶.

“Qonunga yoki yuridik shaxsning ta'sis hujjatlariga muvofiq yuridik shaxs nomidan ish olib boradigan shaxs o'zi vakili bo'lgan yuridik shaxs manfaatlari yo'lida halol va oqilona ish olib borishi kerak. U yuridik shaxs muassislari (ishtirokchilari, a'zolari) talabi bilan, agar qonunda yoki shartnomada boshqacha tartib nazarda tutilgan bo'lmasa, yuridik shaxsga yetkazgan zararini to'lashi shart”⁷.

Tadbirkorlik subyektlarini (yuridik shaxs sifatida) ro'yxatdan o'tkazish uchun ariza beruvchi (muassis yoki muassislar tomonidan vakil qilib tayinlangan shaxs) ro'yxatdan o'tkazuvchi organga shaxsan kelib yoki pochta orqali ariza-xabarnoma taqdim etadi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun yuqorida ko'rsatilgan hujjatlarga qo'shimcha ravishda quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

⁶ Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик Кодекси, 42-модда

⁷ Ўша жойда, 45-модда

a) bozorlar uchun - bozor tashkil qilishga yer uchastkasi ajratib berish to'g'risidagi Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar Kengashining, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklarining qarori hamda bozorning ustav fondiga ta'sis hujjatlarida ko'rsatilgan miqdorning kamida 30 foizi miqdorida mablag' kiritilganligini tasdiqlovchi hujjat;

b) xorijiy investisiyalar ishtirokidagi korxonalar va xorijiy sarmoya ishtirokidagi boshqa korxonalar uchun:

□ xorijiy muassis to'g'risida yuridik shaxs ro'yxatdan o'tkazilgan joydagi savdo reyestridan olingan, O'zbekiston Respublikasining konsullik muassasasi tomonidan belgilangan tartibda legalizasiya qilingan, bular mavjud bo'lmagan taqdirda, muassis ro'yxatdan o'tkazilgan davlat Tashqi ishlar vazirligida mazkur mamlakatning O'zbekiston Respublikasidagi konsullik muassasasida yoki diplomatik vakolatxonasida legalizasiya qilinib, keyinchalik O'zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligining Konsullik boshqarmasida tasdiqlangan ko'chirma taqdim etiladi. Xorijiy muassis to'g'risida savdo reyestridan ko'chirmada xorijiy yuridik shaxsning nomi, uning joylashgan manzili, ustav fondi miqdori, tashkiliy-huquqiy shakli, ro'yxatdan o'tkazilgan sanasi, faoliyat ko'rsatish muddati hamda xorijiy yuridik shaxs nomidan imzo qo'yish huquqiga ega bo'lgan shaxs haqida ma'lumotlar ko'rsatilishi kerak. Ushbu ko'chirma berilgan paytdan boshlab 1 yil muddat ichida haqiqiy hisoblanadi. Jismoniy shaxs - norezident o'z pasportining nusxasi taqdim etadi. Ushbu hujjatlar davlat tiliga tarjima qilingan, tarjima belgilangan tartibda notarial tasdiqlangan holda taqdim etilishi kerak. Agar xorijiy muassisning korxona (tashkilot) ustav fondiga ulushi intellektual mulk bo'lsa, u holda ariza beruvchi qonun hujjatlarida belgilangan tartibda baholovchi tomonidan tuzilgan baholash to'g'risidagi hisobotni taqdim etishi kerak;

□ har bir ta'sischi tomonidan korxona ustav fondidagi o'z ulushining 30 foizini kiritilganligini tasdiqlovchi hujjatlar (vaqtinchalik so'mlardagi va valyutadagi jamlovchi hisob raqamlariga

pul mablag'lari kiritilganligi haqida bank ma'lumotnomasi, mol-mulkni O'zbekiston Respublikasi hududiga olib kirilganligini tasdiqlovchi bojxona hujjati, mol-mulkni topshirish-qabul qilish dalolatnomasi, kiritilayotgan mol-mulkka egalik huquqini tasdiqlovchi hujjat va boshqalar);

v) dehqon xo'jaliklari (yuridik shaxslar) hamda fermer xo'jaliklari uchun - tuman hokimining yer uchastkasi ajratib berish to'g'risidagi qarori nusxasi;

g) yuridik shaxslarni qo'shib yuborish, bo'lish, ajratib chiqarish yoki o'zgartirish yo'li bilan qayta tashkil etiladigan tadbirkorlik subyektlari uchun;

☐ qayta tashkil qilinayotgan yuridik shaxsga ma'lum bo'lgan barcha kreditorlar yozma ravishda xabardor etilganligini va ommaviy axborot vositalarida qayta tashkil etish haqida axborot e'lon qilinganligini tasdiqlovchi hujjat;

☐ qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxslarning ularning barcha kreditorlari va qarzдорlariga, shu jumladan tomonlar da'volashayotgan majburiyatlarga nisbatan barcha majburiyatlari bo'yicha huquqiy vorislik to'g'risidagi qoidalar ko'rsatilgan topshirish dalolatnomasi (qo'shib yuborishda va o'zgartirishda) yoki bo'lish balansi (bo'lishda va ajratib chiqarishda);

☐ qayta tashkil qilinayotgan yuridik shaxsning ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi guvohnomasining asl nusxasi, muhri va shtampi.

Bir xil yoki adashtirish darajasida o'xshash bo'lgan firma nomi mavjud emasligi haqidagi ma'lumotnoma tadbirkorlik subyekti davlat ro'yxatidan o'tkazilgunga qadar tumanlar (shaharlar) davlat statistika organlaridan olinadi. Buning uchun ariza beruvchi shaxsan o'zi kelib, pochta aloqasi, elektron pochta aloqasi yoki faks "@ -mail.ru" aloqa orqali tuman (shahar) davlat statistika organiga so'ralayotgan firma nomi, shuningdek firma nomining 5 tagacha muqobil varianti ko'rsatilgan ariza bilan murojaat qiladi.

Arizani ko'rib chiqish va tegishli ma'lumotnomani berish muddati – 2 ish kuni. Ma'lumotnoma berganlik uchun to'lov olinmaydi. Ma'lumotnomaning amal qilish muddati 2 oy.

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va ularni hisobga qo'yish – xabardor qilish tartibiga muvofiq (sxema bo'yicha) amalga oshiriladi.

Tadbirkorlik subyektini ro'yxatdan o'tkazish tartib-qoidolari tugagandan keyin – ro'yxatdan o'tkazuvchi organ (belgilangan muddatda) yuridik shaxsning davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomani va ro'yxatdan o'tkazuvchi organning muhri bilan tasdiqlangan, "ro'yxatdan o'tkazildi" degan belgi qo'yilgan ta'sis hujjatlarini, shuningdek, muhr va shtamp eskizi bilan birgalikda muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnomani beradi. Barcha zarur hujjatlar tadbirkorlik subyektiga bir vaqtda beriladi.

Ro'yxatga olingan korxona haqidagi ma'lumotlar O'zbekiston Respublikasining mulkchilik va xo'jalik yuritishning barcha shakllaridagi korxonalar va tashkilotlarining Yagona davlat registri (KTYaDR)da qayd etiladi. Korxonalar va tashkilotlarning Yagona davlat registri joylardagi statistika organlari tomonidan to'ldiriladigan ro'yxatdan o'tkazish kartalari asosida O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi tomonidan yuritiladi.

3.2. Kichik biznes subyektlarini bank, soliq va moliya muassasalaridan ro'yxatdan o'tkazish tartibi

Bankda hisob raqami ochish uchun quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

- korxona rahbarining arizasi;
- hokimiyat tasdiqlagan ta'sis hujjatlari;
- notarius tasdiqlagan imzo namunalari;
- muhr va tamg'a bilan tasdiqlangan kartochkalar;
- hokimiyatning mahalliy kengashi korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi haqidagi qaroridan ko'chirma yoki notarius tasdiqlagan ma'lumotnoma;

- soliq organidan ro'yxatdan o'tganligi haqidagi ma'lumotnoma.

Shundan so'ng bank muassasasi arizachiga hisob raqami ochadi, uning raqamini korxona Nizomining asl nusxasiga yozadi va bosh hisobchining imzosi qo'yilib, bankning gerbli muhri bosiladi.

Davlat ro'yxatidan o'tgandan keyin barcha tabdirkorlik subyektlari soliq organiga ro'yxat (identifikasiya) raqami olish uchun davlat ro'yxatidan o'tgan vaqtdan e'tiboran 10 kun mobaynida murojaat qilishlari lozim.

Soliq to'lovchining identifikasiya raqami soliq to'lovchilarga, yuridik shaxslarga soliq organi tomonidan xo'jalik yurituvchi subyektlarni ro'yxatdan o'tish shaklini to'ldirgan ma'lumotlar asosida beriladi.

Davlat soliq inspeksiyasida tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish bir marta amalga oshiriladi va tadbirkorlik faoliyatini to'xtashi munosabati bilangina bekor qilinadi.

Tadbirkorlik subyektlari o'z identifikasiya raqamini O'zbekistan Respublikasi Soliq Kodeksiga muvofiq qo'llaniladigan barcha hujjatlarda ko'rsatishi shart.

Yangi korxonani tashkil etishning yakunlovchi bosqichida ishtirokchilar o'z omonatlarini to'laligicha kiritadi (ro'yxatdan o'tgandan keyin bir yildan kechikmaslik kerak), bankda doimiy hisob raqamini ochadi, korxona tuman soliq inspeksiyasida ro'yxatga olinadi, o'zining dumaloq muhri va burchakli shtampiga ega bo'ladi. Shu vaqtdan boshlab korxona mustaqil yuridik shaxs sifatida faoliyat ko'rsata boshlaydi.

3.3. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalariga lisenziya berish tartibi

Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan shug'ullanish uchun davlat tomonidan vakil qilingan organlardan lisenziya olgandan keyingina ijozat beriladi.

Lisenziya beruvchi organlar 1-jadvalda keltirilgan.

Lisenziya korxonani boshqarishdan manfaatdor bo'lgan shaxsning ta'sis hujjatlari nusxasi ilova qilingan arizasiga qarab beriladi. Kerakli hujjatlar va ariza berilgandan so'ng, 30 kun ichida lisenziya berish haqida qaror qabul qilinadi.

Agar lisenziya berish uchun kerakli qaror qabul qilishda ekspertiza talab qilinsa, bu ekspertizani vazifasi nazorat qilishdan iborat bo'lgan davlat organlari amalga oshiradi. Ekspertiza xulosasi olingandan so'ng, 15 kun mobaynida ariza va kerakli hujjatlar topshirilgach, 60 kundan kechiktirmay, qaror qabul qilinadi. Bunda ekspertiza o'tkazish uchun ketgan harajatlarni ariza beruvchi to'laydi.

1-jadval

O'zbekistonda lisenziya beruvchi organlar ro'yxati⁸

Lisenziya beruvchi organlar	Faoliyat turi
Vazirlar Mahkamasi	-raketa-kosmik majmui; -aloqa tizimlari; -qimmatbaho metallar; -qimmatbaho toshlar qazib olish; -qimmatbaho toshlar va metallardan zargarlik buyumlari yasash; -havo taransporti va boshqa faoliyat turlari.
Adliya vazirligi	-yuridik shaxslarning yuridik faoliyat bilan shug'ullanishga, masalan, advokatlik maslahati, notarial idora va boshqalar.
Moliya vazirligi	-qimmatli qog'ozlarni chiqarish; -lotereya o'yinlarini o'tkazish va boshqalar.
Markaziy bank	-valyuta qiymatliklari bilan operasiyalar o'tkazish; -tijorat banklari ochish va boshqalar.

⁸ Mualliflar tomonidan tuzilgan

Ichki ishlar vazirligi	-ovchilik va sport o'qotar qurollari va ularga o'q-dorilar ishlab chiqarish, tuzatish va sotish; -sovuq qurollar ishlab chiqarish va sotish; -tarkibida narkotik moddalar bo'lgan ekinlarni ekish, qayta ishlash va sotish; -narkotik moddalar tayyorlash, sotish va boshqalar.
Sog'liqni saqlash vazirligi	-farmakologik preparatlar ishlab chiqarish va sotish; -tibbiy xizmat ko'rsatish; -parfyumeriya va kosmetika buyumlari, maishiy kimyo tovarlarini tayyorlash va boshqalar.
Xalq ta'limi, Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirliklari	-sog'lomlashtirish va bolalar, o'smirlar hamda yoshlar lagerlarini tashkil qilish; -xususiy o'quv muassasalarini ochish va boshqalar.
O'zbekiston pochta va telekommunikatsiyalar agentligi	Aloqa xizmati ko'rsatish.

Lisenziya ikki nusxada bo'lib, hujjatt berishga javobgar shaxs tomonidan qo'l qo'yilib, berayotgan organning muhri bosilib, bir nusxada ariza beruvchiga topshiriladi.

Lisenziyada quyidagilar ko'rsatilgan bo'ladi:

- lisenziya berayotgan muassasa nomi;
- yuridik shaxsning nomi va manzili yoki tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirayotgan shaxsning ismi-sharifi, turar joyi;
- lisenziya berilayotgan faoliyat turi;
- faoliyatni amalga oshirish qoidalari va shart-sharoitlari;
- lisenziyaning ro'yxat raqami, berilgan vaqti va muddati.

Agar tadbirkor ruxsat etilgan faoliyatni amalga oshirishda lisenziyada belgilangan qonun-qoidalarni yoki amaldagi qonunlarni

buzsa, shuningdek, aholi hayotiga xavf-xatar keltiruvchi faoliyat bilan shug'ullansa, u holda lisenziya bergan muassasa tadbirkorni lisenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilishga haqlidir.

Agar tadbirkorlik faoliyati tugatilsa yoki tadbirkor lisenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilinsa, u holda lisenziya lisenziya bergan muassasa tomonidan olib qo'yiladi.

Tayanch iboralar:

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish, davlat ro'yxatidan o'tkazish, ariza va xabarnoma taqdim etish, O'zbekiston Respublikasi savdo-sanoat palatasi, O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi, korxona nizomi, korxona ustavi, bank hisob raqami.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish zarurati nimalardan iborat?
2. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini ro'yxatdan o'tkazish tartibi?
3. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini ro'yxatdan o'tkazishni rad etish sabablari?
4. Tadbirkorlik guvohnomasi bu?
5. Arizani ko'rib chiqish muddati?
6. Dehqon xo'jaliklarini ro'yxatdan o'tkazish tartibi?
7. Soliq bu?
8. Litsenziyaning mazmun mohiyatini yoritish?

4-BOB. IQTISODIYOTNING KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'YEKTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

- 4.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati
- 4.2. Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentasiyasining mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari
- 4.3. Bozor imkoniyatlarida biznesdagi kuchli tomonlarning muvofiqligi

4.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati

Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida qaror qabul qilish va uni ishlab chiqishda kichik biznes va tadbirkorlikning samarali vositasi hamda asosi bo'lib marketing hisoblanadi. Marketing elementlarining paydo bo'lishi 17 asrning o'rtalariga borib taqaladi. Bu davrgacha tovarlarni natural ayirboshlashni turli shakllari paydo bo'ladi, keyinchalik marketing faoliyatini birinchi elementlari, ya'ni reklama, narx, sotish kabilarni rivojlanishi kuzatildi.

Marketing tushunchasi bozor sohasini har qanday faoliyati bilan bog'liqdir, shu bois marketing so'zini tarjimasi va kelib chiqishi keltiriladi (ing. Market – bozor, ing – faol, faoliyat, harakat ma'nosini anglatadi).

Marketing bu nafaqat falsafa, fikrlash tarzi va iqtisodiy tafakkur yo'nalishi, ammo ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot bo'yicha amaliyot faoliyati hamdir.

Quyida marketingning asosiy kategoriyalari berilgan.

Muhtojlik – kishini biron bir narsani yetishmasligini his etishidir.

Yehtiyoj – individ shaxsning madaniy darajasiga asosan maxsus shaklga muhtojlikdir.

Talab – bu harid quvvatiga ega bo'lgan ehtiyoj.

Tovar – bu ehtiyojni yoki muhtojlikni qondira oladigan hamda bozorga e'tiborni tortish, sotib olish, ishlatish yoki iste'mol qilish maqsadida taklif etilgan barcha narsalardir.

Marketingni mohiyati iste'molchilar talabiga mos, tovarni ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish va unga talab, ishlab chiqarish imkoniyatlarini mo'ljallashdan iborat. Bunda faol marketingdan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu xususan mamlakatimiz rahbari Shavkat Miromonovich "...Biz iqtisodiyotimizni yanada erkinlashtirish, tadbirkorlarga keng yo'l ochib berish siyosatini bundan keyin ham qat'iy davom ettiramiz. Hal qiluvchi ahamiyatga ega bu sohani har tomonlama qo'llab-quvvatlash, uning oldida paydo bo'ladigan to'siqlarni butunlay olib tashlash masalasi davlat rahbari sifatida mening doimiy e'tiborim va nazoratimda bo'ladi"⁹ deb, ta'kidladilar.

Marketing falsafiy ma'noda fikrlash tarzini mujassamlashtiradi.

Umuman olganda, marketingga quyidagicha ta'rif berishimiz mumkin: marketing - ehtiyoj va muhtojlikni ayriboshlash orqali qondirishga qaratilgan inson faoliyatining turidir. Marketing vujudga kelishining asosiy sabablaridan biri bu ishlab chiqarish hajmining ortib borishi, yangi tarmoqlarning vujudga kelishi, tovar turlarining ko'payishi va tadbirkorlar o'rtasida mahsulotni sotish muammosining vujudga kelishidir.

Marketing quyidagilarni o'rgatadi:

- bozorni o'rganishni;
- uni taqsimlashni;
- tovarlarni joylashtirishni;
- marketing siyosatini olib borishni;
- tovar siyosatini;
- narx siyosatini;
- taqsimot siyosatini;
- siljitish (yo'naltirish) siyosatini;

⁹ <https://oz.sputniknews-uz.com/2017/12/08/7029784.html>

- yuksalish, qo'shimcha xizmatlarni (Plus) - (bunga marka, sotishdan keyingi xizmat, kafolat va texnik yordam, yetkazib berish, assortiment, shaxsiy iste'mol va boshqalarni kiritish mumkin).

Marketing korxonalarning bozorda ishlash uslubi, bozor metodologiyasi bo'lib, iste'molchilar va ularning talab istaklarini o'rganish, ularga mos tovarlar yaratish, narx belgilash, tovarlarni yetkazib berish, taqdim etish, sotish, xizmat ko'rsatishni uyushtirish usullari, vositalari, tartib-qoidalari majmui hisoblanadi.

Marketingning asosiy tamoyillari:

- bozorni bilish;
- unga moslashish;
- bozorga ta'sir o'tkazish.

Xulosa qilib aytganda, marketingning mohiyati va maqsadlaridan quyidagicha asosiy tamoyillari kelib chiqadi:

- iste'molchilarga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni iste'molchi shohdir;
- istiqbolga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni subyekt faoliyati istiqbolga yo'naltirilgan bo'lishi zarur;

pirovard ko'rsatkichga erishishga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni bozor hissasini, foydani oshishi va hokazolar.

4.2. Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentasiyasining mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari

Marketingni boshqaruv tizimida bozor segmentasiyasi muhim ahamiyatga ega va bozorda talabni o'rganish yoki marketologlar atamasi bilan aytganda *«iste'molchini tahlil etish»*- bozorlar holatini tahlil etishdagi birinchi bosqich hisoblanadi. U uch tarkibiy qismga bo'linadi: *bozor segmentasiyasi; iste'molchi talabi sabablarini o'rganish; qondirilmagan yehtiyojlarni aniqlash.* Bozor segmentasiyasi talabni qondirishga tabaqalangan holda yondashuvga, tovarlarning turi, sifati va miqdoriga ko'ra har xil talab qo'yadigan iste'molchilarni guruhlariga ajratishda turli mezonlar qo'llashga

asoslanadi, ya'ni bozor bir jinsli hodisa tarzida emas, balki ayrim-ayrim segmentlar majmui tarzida, har bir segment doirasida alohida o'ziga xos bir talab namoyon bo'ladigan hodisa tarzida olib qaraladi.

Bozorda haridorlarning ma'lum bir tovarga bo'lgan talablari xilma-xildir, har bir haridorning o'zining didi bor. Haridorning talabi, xohishi, yehtiyoji, turmush tarzi, tovar sotib olishdagi xulq-atvori haqidagi ma'lumotlar samarali marketing tadbirlari ishlab chiqish va amalga oshirish imkoniyatlarini vujudga keltiradi. Ya'ni bozor segmentasiyasi haridorlarning talabiga muvofiq tovarni taklif yetilishini va tovarga talabni kat'iyiligini ta'minlaydi.

Demak, *haridorlarning tovarlarni sotib olishdagi xulq-atvorlari, talabi va tovarlarga munosabatidagi xususiyatlariga qarab, guruhlarga ajratishni **bozor segmentasiyasi** deyiladi.*

Segmentlarga ajratish mezonlarini tanlash ko'p jihatlardan tovar yoki xizmatning turiga, shuningdek korxona bozor faoliyatida hal qilmoqchi bo'lgan masalaga bog'liq.

Sanoat tovarlari va keng iste'mol tovarlari uchun tanlov mezonlari bir-biridan juda keskin farq qiladi. Rejalashtirish yehtiyojlariga juda mos keladigan maqbul mezon tovarni bozorda joylashtirish masalalariga umuman to'g'ri kelmasligi mumkin. Mabodo muayyan mezon haridorlar O'rtasida paydo bo'lgan farqlarni izohlab berishga imkon bermasa, unda boshqa mezonni kiritish va to bu farqlarni ravshan aniqlashga qadar tadqiqotlarni davom ettirish lozim.

Bozorni segmentlash orqali, xo'jalik yurituvchi subyekt quyidagi maqsadlarni ko'zlaydi:

- iste'molchilarni hohish va talabini maksimal ravishda hisobga olish;
- tovarni (xizmatni) va xo'jalik yurituvchi subyektini raqobatbardoshligini ta'minlash;
- xo'jalik yurituvchi subyektini harajatlarini optimallashtirish;
- xo'jalik yurituvchi subyektini marketing strategiyasini samaradorligini oshirish;
- raqobatchilardan xolis bo'lgan segmentlarga ketish.

Segmentlashning asosiy maqsadi bozordagi xatti-harakatlarni o'rganib, ularning obrazini (modelini) va kelajakdagi ehtiyoj talablarni tasavvur qilishdan iborat.

Makrosegmentlash bozorlarni hududlar, mamlakatlar bo'yicha ularning sanoatlashuviga qarab bo'lishni ko'zda to'tadi.

Mikrosegmentlash esa bir mamlakat iste'molchilarini yanada batafsilroq mezonlar bo'yicha guruhlariga bo'ladi.

Bozor segmentasiyasining tamoyillari quyidagilardir:

- Geografik tamoyil;
- Psixografik tamoyil;
- Demografik tamoyil;
- Xulq-atvor tamoyili;
- Xolat tamoyili.

Geografik tamoyil orqali bozorni joylashuvi, aholining soni va zichligi, tijorat faoliyatining tuzilishi, regionni rivojlani dinamikasi, inflyasiya darajasi, huquqiy cheklashlar hisobga olinadi.

Psixografik tamoyil natijasida hayot tarzi, shaxsning tipi, jamoat holati kabi hisobga olinib, turmush tarzi shaxsning o'z faoliyatida, qiziqishlarida, kat'iyatida va e'tikodlarida o'z aksini topadi. Shaxsning turi esa hayotdan mamnun, melanholik, o'zgalardek ish kuruvchi, o'zbilarmon va boshqa hislatlarda bo'lishi mumkin.

Demografik tamoyillarda oilani soni va sifat tarkibi, oilaning hayotiylik sikli bosqichi, daromadlilik darajasi, mashg'ulot turi, ma'lumoti, millati kabilar inobatga olinadi hamda bozor segmentasiyasining asosiy tamoyillaridan biri hisoblanadi.

Xulq-atvor tamoyili orqali harid qilishga yo'l, foydalanuvchi maqomi, iste'mol jadalligi, bog'lanib qolish darajasi, tovar haqida ma'lumot berish, tovarga bo'lgan munosabati hisobga olinadi.

4.3. Bozor imkoniyatlarida biznesdagi kuchli tomonlarning muvofiqligi

Marketing ijodiy jarayon bo'lib, maqsadi haridorlar ehtiyojlarini foyda qilish orqali qondirish hisoblanadi. Marketingga yo'naltirilgan tashkiloti o'zini o'rab turgan muhitga hamma jihatlari nuqtai nazaridan o'zaro munosabatlarda ijodiy yondashish yo'llarini izlaydi.

Marketingdagi ijodiyot faqatgina marketing aloqalari jarayonlari bilan chegaralanmasligi kerak. Biznes faoliyatida haridorlar kimlar oxirgi iste'molchi kimligini bilgani holda o'rtadagi vositachilar kim bo'lishini puxta aniqlab olish zarur.

Biznesda har qanday o'sishning turli xil ko'rinishlari va ehtiyojlari xizmat ro'yxati bo'yicha vaqti-vaqti bilan o'z-o'ziga tanqidiy baho berish nazaridan ko'rib chiqilishi, nima maqsadda amal qilayotganidan egallab turgan holatini auditdan o'tkazish kerak. Shunga muvofiq ularning:

- Strengths (kuchli tomonlari);
- Weakness (kuchsiz tomonlari);
- Opportunities (imkoniyatlari);
- Threads (xavf-xatarlari) bozorda egallab turgan joyi ko'rinishini aytish mumkin

Puxta strategiyaga ega bo'lganlar barcha maqsadlari, kontekstlari va biznes siyosatida barcha elementlarni SVOT bilan uyg'unlashtirish uchun imkoniyat izlaydilar. Ko'pgina omadli tadbirkorlar o'z muvaffaqiyatlarini bozorning haqiqiy ehtiyojlarini aniqlab olganliklari bilan bog'lashadi, shu bilan birga ular potensial haridorlar va bozor imkoniyatlari bilan birga, o'zlarining kuchli tomonlaridan ham omilkorlik bilan foydalanadilar. Sotuvchining o'z professional strategiyasidan ko'zlangan maqsadi "joyida o'tiruvchi" tadbirkor ko'zlangan maqsad bilan bir xil: o'ylash, tuzish, ishlab chiqish (yoki sotib olish) va mahsulotni bozorda sotish, qisqasi:

- haridorning haqiqiy ehtiyojlarini qondirish;
- biznesning real-kuchli tomonlarini ishga solish kabi.

Bozorni o'rganish strategiyasi. Tadbirkorlik faoliyatida olib borilayotgan izlanishlar natijasida umumiy bozor uchun marketing tadqiqotlarini alohida guruhlar uchun o'tkazish maqsadga muvofiqdir. Ushbu izlanishlar asosan "Maqsadli bozor" deb yuritiladi.

Tadbirkor uchun bozorni o'rganishga yo'naltiriladigan moliyaviy mablag'lar chegaralangan. Shuning uchun maqsadli bozorni o'rganish, tadqiq qilish jarayonida asosan bir yoki bir necha bozor segmentlariga nisbatan marketing tadqiqotlarini olib borish maqsadga muvofiq. Bozorni o'rganishning bunday usuli marketing faoliyatida ko'proq iste'molchilarga xizmat ko'rsatish, talabni qondirish va bozor hajmiga o'z ulushini oshirishdan iborat. Tadbirkorlik faoliyati bozor muhitida uchraydigan ehtiyojlarni yangi mahsulotlar va xizmatlar bilan qondirish orqali amalga oshiriladi.

Bozordagi iste'molchilarning ehtiyojlarini to'liq tadqiq qilib bo'lgandan keyin esa bozor muhitidagi quyidagi omillarni rivojlantirish orqali maqsadga erishish mumkin:

- sotish strategiyasi;
- iste'molchilarga xizmat ko'rsatish rejasi;
- tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy ahvoli rejasi;
- mahsulotlarni va xizmatlarni yetkazib berish rejasi;
- targ'ibot va tashviqot rejasi;
- qadoqlashni to'g'ri amalga oshirish;
- bozorga kirib borish rejasi.

Tayanch iboralar:

Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida qaror qabul qilish, marketing tushunchasi, talab va taklif, marketingning asosiy tamoyillari, marketing maqsadi, bozorni segmentlash, bozor segmentatsiyasining asosiy tamoyillari, maqsadli bozor, iste'molchi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarining talabi bu?
2. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarinning marketing faoliyati haqida tushuncha bering?
3. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarining marketing faoliyati va ishlash uslubi?
4. Marketing asosiy tamoyillari?
5. Marketing o'rganadi?
6. Marketing falsafiy ma'noda?
7. Bozor segmentatsiyasi bu?
8. Bozorni o'rganish strategiyasi?

5-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

5.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vazifalari

5.2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda biznes rejaning ahamiyati va asosiy bo'limlari tavsifi

5.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vazifalari

Rejalashtirish – iqtisodiyotning barcha darajalari va sohalarida qonuniy jarayon hisoblanadi. Jamiyatda ishlab chiqarish kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlarining taraqqiyoti bilan bog'liq bo'lgan vazifalar unda o'z aksini topadi.

Rejalashtirish yordamida jamiyatning mehnat, moddiy va moliyaviy manbalaridan oqilona hamda samarali foydalanishga sharoit yaratadi.

Rejalashtirish – korxona tomonidan bajariluvchi vazifalar belgilangan rejalarda o'z aksini topadi.

Bashorat qilish rejalashtirish tavsifida o'z aksini topadi: ishlab chiqarish va korxona iqtisodiy hayotining boshqa jihatlarini strategik rejalashtirish - o'rta va uzoq muddatli bashoratlar asosida hamda joriy rejalashtirish - qisqa muddatli bashoratlar asosida ishlab chiqiladi. Bu yo'nalishlarning ikkalasi ham o'zaro uzviy aloqada bo'lib, ishlab chiqarish strategiyasini fan-texnika taraqqiyoti va hayotning real voqyeligini bilan bog'laydi.

Bashoratning maqsadi - bozorga ta'sir qiluvchi omillarni, shu bilan birga, xo'jalikning umumiy ahvoli, tuzilmaviy siljishlar, investision faollik, fan-texnika taraqqiyotining iste'molchi va ishlab chiqaruvchilarga ta'sir ko'rsatishi, an'anaviy mahsulotlardan tashqari korxonaning barqarorligi va raqobatbardoshligiga olib keluvchi «pioner» (yangi) mahsulot ishlab chiqarish istiqbolida yuzaga kelishi

mumkin bo'lgan holatlarini belgilashdadir. Tadbirkorlik sube'klari uchun talabni prognozashtirish muhim ahamiyatga ega bo'lib, u ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar turi va miqdorining o'zgarishini avvaldan aniqlab beradi. Umuman olganda, prognoz rejalashtirishning ilmiy asosidir.

Rejalashtirishning eng ko'p tarqalgan usullari qatoriga quyidagilarni: balans, normativ, iqtisodiy-matematik, statistik, omillar bo'yicha, ko'p variantli hisob-kitob usuli kabilarni kiritish mumkin. Rejalarning asoslanganlik darajasini oshiruvchi va ularni tezda amalga oshirilishiga xizmat qiluvchi, shuningdek, tavakkalchilik va vujudga kelishi mumkin bo'lgan talofatlarni kamaytiruvchi usul eng samarali usul hisoblanadi.

Bugungi kunda bozor iqtisodiyoti korxonaning ishlab chiqarish faoliyatini rejalashtirish va rasional boshqarish tizimi hamda maksimal ravishda qulay sharoitlarni yaratmoqda. Bunday sharoitlarda rejalashtirish bozor iqtisodiyoti va bozor munosabatlarining barcha imkoniyatlaridan foydalanishga xizmat qilishi lozim. Korxona faoliyatini umuman emas, balki har bir muayyan holdagi vazifalarni hal qilishga yo'naltirgan holda rejalashtirish zarur. Buning uchun rejalashtirishning ilmiylik, komplekslilik, uzluksizlik, optimallik, moslashuvchanlik kabi tamoyillariga tayanish zarur.

Korxona, ayniqsa, agar u yirik bo'lsa, asosiy, yordamchi va xizmat ko'rsatuvchi sexlardan iborat bo'lib, ularning har biri faqat o'ziga xos bo'lgan vazifani bajaradi va shunga mos holda faoliyatni rejalashtirish va tartibga solishning o'ziga xos xususiyatiga ega bo'ladi. Shundan kelib chiqqan holda yetakchi bo'g'inni ajratib ko'rsatish rejalashtirishning asosiy tamoyillaridan biri bo'lib xizmat qiladi. Bunda korxonaning asosiy ishlab chiqarish vazifalari bajarilishini ta'minlovchi bo'linmasini rivojlantirishga ko'proq e'tibor qaratiladi. Masalan, bunday bo'g'in sifatida mashinasozlik zavodida yig'uv sexi, to'qimachilik kombinatida yigiruv va to'quv sexlari, qandolatchilik fabrikasida tayyor masulot sexini ko'rsatish mumkin.

Yetakchi bo'g'inni ajratib ko'rsatish korxonaning barcha bo'linmalarini birgalikda kompleks ravishda rivojlantirishni ko'zda tutadi. Chunki busiz rejalashtirish bir tomonlama bo'lib qolishi hamda ishlab chiqarishni tashkil etishda "tor joylar" va disproporsiya vujudga kelishiga olib kelishi mumkin. Shu sababli korxona faoliyatining iqtisodiy-ishlab chiqarish rejasi ko'rsatkichlari va bo'limlarining o'zaro aloqada bo'lishini hamda kompleks rejalashtirishni ta'minlash muhim ahamiyat kasb etadi. Bu yerda ham rejalashtirishning balans usuli katta ahamiyatga ega.

Rejalashtirishning yana bir muhim tamoyili ilmiylik bo'lib, u avvalo tayyorlanayotgan rejalar va ishlab chiqarishni rivojlantirish dasturlariga, shuningdek, fan-texnika taraqqiyoti talablari, raqobatchilik va bozor talablarini hisobga olishga asoslanadi. Rejalashtirishning ilmiyligi, jonli mehnat va mahsulotga aylangan mehnat xarajatlarining eng kam miqdorida iloji boricha yuqori natijalarga erishishga, shuningdek, korxona xodimlari manfaatdorligini oshirishga ko'maklashadi.

Komplekslilik tamoyili ishlab chiqarishni, birinchidan, zamon va makonda, ikkinchidan, ishlab chiqarishni boshqarishning gorizontal va vertikalida, uchinchidan, ishlab chiqarishning resurs asoslarini ta'minlashda, to'rtinchidan, ishlab chiqarishdagi "tor joylarni" hisobga olish va ularni yo'qotish chora-tadbiralrida, beshinchidan, xodimlarning o'z mehnatlari natijasidan moddiy va ma'naviy qoniqishida, oltinchidan, korxonaning mo'ljallanayotgan daromad yoki foyda olishini amalga oshirishni ko'zda tutadi.

Proporsionallik nafaqat ishlab chiqarishni rejalashtirishda, balki ishlab chiqarishni boshqarishda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Zarur proporsiyalarga amal qilish ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchining sexlar va ish joylari bo'yicha hamda ishlab chiqarish bosqichlarida to'g'ri taqsimlanishiga va ulardan to'g'ri foydalanishga ko'maklashadi. Proporsiyalarga amal qilmaslik esa, aksincha, ishlab chiqarishning ba'zi uchastkalarda kuchayib, boshqalarida pasayishiga, ya'ni disproporsiyalarning vujudga kelishiga hamda korxonalarning

noritmik tarzda faoliyat yuritishiga sabab bo'ladi. Zaruriy proporsionallikni ta'minlashda ishlab chiqarishni tashkil etishni texnik-iqtisodiy normalashtirish katta rol o'ynaydi.

Texnik-iqtisodiy asoslash. Ishlab chiqarish faoliyati bilan bog'liq korxonani tashkil qilishda korxoning texnik-iqtisodiy asoslanishini ishlab chiqish maqsadga muvofiqdir. Texnik-iqtisodiy asoslashga quyidagilarni kiritish lozim:

1. Ishlab chiqarishga mo'ljallangan tovarlarga bo'lgan talabni tahlil qilish.

2. Ishlab chiqarish ko'rsatkichlari:

a) talab qilinuvchi konstruktorlik, texnologik va boshqa hujjatlarning mavjudligi;

b) ishlab chiqarish dasturi;

v) dasturni bajarish zarur bo'ladigan mashina, asbob-uskuna va jihozlarning mavjudligi;

g) ishlab chiqarish quvvatlari mavjudligi yoki ularning loyihasi;

d) asosiy ishlab chiqarish fondlarining mavjudligi;

ye) ayrim turdagi mahsulot yoki xizmatlarning samaradorligi;

yo) amortizasiya to'lovlarining miqdori.

3. Moliyaviy ko'rsatkichlar:

a) mahsulot sotishdan yoki xizmat ko'rsatishdan olinishi mo'ljallangan daromad;

b) moddiy va unga tenglashtirilgan boshqa sarf-harajatlar;

v) byudjetga o'tkaziladigan to'lovlar;

g) sof daromad;

d) ish haqi jamg'armasi;

g) tashkil etilayotgan boshqa jamg'armalar miqdori.

4. Ijtimoiy ko'rsatkichlar:

a) ishchilarning taxminiy soni;

b) kutilayotgan ish haqi miqdori;

v) bir ishchiga to'g'ri kelayotgan sotish miqdori;

g) nogironlar va pensionerlar mehnatidan foydalanish imkoniyati.

5.2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda biznes rejani ahamiyati va asosiy bo'limlari tavsifi

Biznes reja – yangi tadbirkorlik sube'ktini tashkil qilish yoki biron bir tijorat loyihasini amalga oshirish uchun mo'ljallanayotgan xatti harakatlarni o'z ichiga oluvchi hujjat. Uning asosiy vazifasi – korxonaga o'z imkoniyatlarini baholash, bozordagi istiqbolni, zaruriy xarajatlarni aniqlash, korxona faoliyatining birinchi yillarida “suv ostidagi toshlar”ni aniqlash hamda mazkur faoliyat turining foydali yoki zararli ekanligini baholash ko'rsatkichlari yordamida hisoblashga yordam berish.

Biznes-rejani tayyorlash natijasida «Ishni nimadan boshlash kerak?»; «Samarali ishlab chiqarishni qanday tashkil qilish lozim?»; «Birinchi foyda yoki daromad qachon olinadi?», «Investorlar va kreditorlar bilan qachon hisob-kitob qilish mumkin?», «Yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavf-xatarni qanday kamaytirish mumkin?», «Raqobatchilar bilan kurashda qanday choralardan foydalanish mumkin?» kabi savollarga javob olinadi.

Biznes-rejani tuzishda quyidagi shartlarga alohida e'tibor qaratish zarur:

- biznes-reja professional va shu bilan bir paytda sodda, bajarish uchun tushunarli va oson bo'lishi lozim;
- biznes-reja investor yoki boshqa manfaatdor shaxs o'ziga kerakli ma'lumotlarni qidirib topishi uchun bo'limlarga (BOBlarga) bo'linishi lozim;
- biznes-rejani tayyorlashda korxonaning bosh rahbari albatta qatnashishi shart, chunki investor, bank yoki boshqa moliya idorasi korxona rahbari qatnashmaganligi yoki boshqa shaxsga topshirilganligi haqida xabar topsa, biznes-rejani ishonchliligiga shubha uyg'onishi mumkin;
- biznes-rejani obyektiv baholanishiga erishish kerak, ya'ni unda xatolar va noto'g'ri hisob-kitoblar bo'lmasligi lozim;
- biznes-rejani tarqatib yuborilmasligini nazorat qilish zarur, chunki unda biznes to'g'risidagi maxfiy ma'lumotlar joy olgan bo'ladi.

Rejalarning har bir turi kabi, biznes-reja ham, bo'lim va ko'rsatkichlardan iborat bo'ladi. O'ntagacha bo'limni o'z ichiga oluvchi biznes-reja mazmuni va tuzilishiga ko'ra, eng maqbul hisoblanadi. Mavjud adabiyotlarda quyidagi bo'limlarni o'z ichiga oluvchi biznes-rejalar taklif qilinadi:

1. Tanlangan biznes konsepsiyasi.
2. Hozirgi paytdagi holat (maqsad, vazifa va niyatlar).
3. Tashkil qilinayotgan korxona va uning mahsulot hamda xizmatlari tavsifnomasi.
4. Boshqaruv (menedjment).
5. Bozor tadqiqoti va tahlili.
6. Marketing harakatlari rejasi.
7. Ishlab chiqarish rejasi.
8. Tavakkalchilikni baholash.
9. Moliyaviy reja.
10. Biznes-loyihaning samaradorligi.

Tanlangan biznes yo'nalishining konsepsiyasini tuzishda uning raqobatbardoshligi (sifat, narx, iste'molchiga yetkazib berish shakli, tayyorlash texnologiyasi va hokazo); mablag'larga bo'lgan ehtiyojlar; o'ziga jalb qilishning asoslanganligi (taklif qilinayotgan mahsulotning boshqa mahsulotlardan afzalliklari, mahsulot ishlab chiqarishning qaysi bosqichda ekanligi va hokazo)ga katta e'tibor qaratish lozim.

Konsepsiyada tanlangan tovar bozoridagi ahvol; korxonaning tanlangan biznes sohasidagi kuchli va kuchsiz tomonlari; boshqa bozorga chiqish imkoniyatlari; bozorga ta'sir o'tkazuvchi qonunchilik, siyosat, demografik holat kabi omillar aks ettiriladi. Bundan tashqari konsepsiya bahoning o'zgarishi, inflyasiyaning o'sishi, kapital olib chiqish yoki mahsulot olib kirishni cheklovchi qonun hujjatlarini qabul qilinishi kabi sharoitlarda, mahsulotni sotishni ko'paytirish uchun zarur bo'lgan chora-tadbirlarni ham o'z ichiga oladi. Ushbu bo'lim tanlangan biznes yo'nalishi maqsadlari va niyatlarining shakllanishi bilan yakunlanadi.

Korxona, uning mahsulot va xizmatlari tavsifnomasi bo'limida korxonaning joylashgan manzili, bozorga chiqish shakli, bozordagi ulushi, asosiy raqobatchilari va ularning kuchli tomonlari, texnologiya darajasi va xarajatlar tahlili aks ettiriladi.

Mulkchilik shakli, xodimlarning malakasi, tashqi muhit bilan munosabatlar “Boshqaruv” bo'limida ko'rsatiladi.

“Bozor tadqiqoti va tahlili” bo'limida tanlangan bozor asoslab beriladi, xaridorlarni korxona mahsulotlariga jalb etuvchi raqobatchilik usullari hamda bozorda bahoni shakllantirish va hokazolar ko'rib chiqiladi.

Marketing rejasining asosiy vazifasi korxonaning bozordagi imkoniyatlariga baho berishdadir. Marketing rejasining asosiy elementlari sifatida tovarlarni tarqatish tizimi, bahoni shakllantirish, reklama, savdoni rag'batlantirish usullari, sotilgandan keyingi xizmat ko'rsatishni tashkil qilish, korxona (firma) va uning mahsulotlari haqida jamoatchilik fikrini shakllantirish kabilarni ko'rsatib o'tish mumkin.

“Ishlab chiqarish rejasi” potensial xaridorlarga kerakli mahsulotlar hajmini o'z vaqtida ishlab chiqarish imkoniyatining mavjudligini ko'rsatadi. Mazkur bo'limda quyidagilar o'z aksini topadi: yangi tashkil qilingan yoki faoliyat yuritayotgan korxonada tovar ishlab chiqarish joyi; buning uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish quvvatlari va ularning o'sish istiqbollari; xom ashyo va material yetkazib beruvchilar; ishlab chiqarish kooperasiyasi; ishlab chiqarish oqimlari tizimini tuzish; sifatni nazorat qilish jarayoni; foydalaniladigan standartlar; vujudga kelishi mumkin bo'lgan ishlab chiqarish xarajatlari.

“Tavakkalchilik va sug'urtalashni baholash” bo'limi ikki qismga bo'linadi. Birinchi qismda tavakkalchilikning barcha turlari (yong'in, zilzila, soliqni boshqarishdagi o'zgarishlar va valyuta kursining tebranishi) oldindan hisoblab chiqiladi. Ikkinchi qismda esa tavakkalchilik xavfining oldini olish, ya'ni tavakkalchilik va zararlarni

qisqartirish chora-tadbirlari ko'rsatiladi, shuningdek, tavakkalchilik xavfidan sug'urtalash dasturi amalga oshiriladi.

Moliyaviy reja biznes-rejaning yakunlovchi bo'limi bo'lib, korxona faoliyatining natijalarini tavsiflaydi. U quyidagi bo'limlarni o'z ichiga oladi:

- savdo hajmining bashorati;
- pul daromadlari va xarajatlari balansi;
- foyda va zarar bo'yicha reja.

Mazkur rejaning ko'rsatkichlari sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- tovarlarni sotishdan tushgan daromad;
- ishlab chiqarish xarajatlari;
- savdodan tushgan umumiy foyda;
- sof foyda;
- korxona aktiv va passivining solishtirma balansi;
- zararsizlikka erishish grafigi.

Shuningdek, mazkur bo'limda ishlab chiqarishni tashkil qilish yoki kegaytirish uchun mablag' jalb qilish rejalari ham ifodalanadi. Bo'limda korxonaning moliviy barqarorligi yoki nochorligini aniqlash imkonini beruvchi maxsus ko'rsatkichlar hisob-kitobi ham keltiriladi.

Xususiy tadbirkorlik bilan shug'ullanadigan shaxslar yoki kichik bir jamoa vositachilik, oldi-sotdi, maslahat va boshqa xizmatlar bilan shug'ullanishsa, u holda biznes-reja talab qilinmaydi.

Iqtisodiy faoliyatda raqobatchilikning kuchayishi sharoitida tadbirkorlik va tashabbuskorlik "ruhiga" ega bo'lgan mutaxassis yoki mansabdor shaxslar ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va rivojlantirish, mehnat sifatini ko'tarish va korxonaning oladigan daromadlarini ko'paytirish yo'llarini izlaydilar va topadilar. Tadbirkorlik — korxonalar xo'jalik yuritish faoliyatining uzluksiz qismi bo'lib, foyda (daromad) olish va uni ko'paytirishga qaratilgan bo'ladi.

Biznes-rejaning mazmuni. Korxona faoliyatini muvaffaqiyatli olib borishda biznes-reja muhim rol o'ynaydi. Biznes-rejaning tuzilishi va

mazmuni qat'iyon chegaralanmagan. Bizning fikrimizcha, yetti bo'limdan iborat biznes-reja eng maqbuldir.

Ushbu biznes-rejani batafsil ko'rib chiqamiz:

Birinchi bo'lim. Biznes-rejada «Tadbirkorlik faoliyatining maqsadi va vazifalari» markaziy o'rinni egallaydi.

Tadbirkorlik biznesining asosiy maqsadi foyda olishdir. Rejalashtirilayotgan bitimni amalga oshirish oldidan katta mablag' ishlatishni va shu mablag' qancha foyda keltirishini hisob-kitob qilib chiqish lozim. Bunda va umuman, biznes-reja tuzishda vaqt omilini doimo hisobga olish kerak. Boshqacha qilib aytganda, keladigan foyda vaqtga qarab qanday taqsimlanadi va inflyasiyaga nisbatan uning samaradorligi qanday bo'lishligini hisob-kitob qilib chiqish lozim.

Ikkinchi bo'lim. «Biznes-rejaning umumiy xulosasi, asosiy parametrlari va ko'rsatkichlari» umumlashtiruvchi xususiyatga ega bo'lib, biznes-rejaning asosiy g'oya va mazmunining qisqacha ko'rinishidir. U rejani ishlab chiqish jarayonida yaratilib, aniqlanadi va biznes-rejani tuzgandan keyin yakunlanadi.

Umumlashtiruvchi bo'limda quyidagilar taqdim etiladi: bosh maqsadning loyihasi (bitim); ishlab chiqariladigan mahsulot, tuzilayotgan reja yakunining qisqacha tavsifi va ularning bir-biridan farqi; qo'yilgan maqsadlarga erishish yo'llari va usullari; loyihani amalga oshirish muddatlari; uni amalga oshirish bilan bog'liq sarf-harajatlari; kutilayotgan samara va natija; olingan foydani ishlatish sohasi.

Uchinchi bo'lim. «Tadbirkorning iste'molchiga taqdim qilayotgan mahsulot, tovar va xizmatlarning tavsifi» deb nomlanib, unda quyidagilar taqdim etiladi: tadbirkor ishlab chiqargan mahsulotning ko'rsatkichlari yoki uning tavsifi: ta'rifi, modeli, surati va boshqalar; ishbiarmon ishlab chiqargan tovar iste'molchilari va u qoniqtirmoqchi bo'lgan iste'mollar (haridorning tovarni sotib olishga qodirligi haqida bashorat; tovar sotib oluvchi hudud, aholi guruhi, tashkilotlar haqida ma'lumot; tovarlarni ma'lum vaqt doirasida iste'mol qilishi haqida ma'lumot, tovarga bo'lgan talabga ta'sir yetuvchi omillar); ishlab chiqarilgan tovarning sotish narxini bashorat qilish.

To'rtinchi bo'lim. «Bozor kon'yunkturasi, talab va sotuv hajmi-ning tahlili» bo'limida talabni o'rganish va narxlarni bashorat qilishning davomi bo'lib, bu bo'limda ishlab chiqarishning hajmi va tovarning sotilishini vaqt mobaynida belgilab beriladi.

Biznes-rejani tayyorlash jarayonida bozorning tadqiqoti, tahlili va baholanishi bir tomondan, oldindan taxmin qilishga asoslan-sa, ikkinchi tomondan, bo'lajak haridor yoki savdo tashkiloti bilan bo'lgan dastlabki bitimga tayanadi.

Ushbu bo'limni ishlab chiqishda boshqa ishbilarmonlar mavjudligini, raqobatchilar borligini, ularning imkoniyati va qobiliyati, shuningdek, narx siyosatini bilish lozim. Bundan tashqari, biznes-rejaga raqobatni hisobga olgan holda tovarning sotilish hajmi kiritiladi.

Beshinchi bo'lim. «Harakat dasturi va tashkiliy chora-tadbirlar» bo'lib, bu bo'limning mazmuni aksariyat hollarda tadbirkorlik turiga (ishlab chiqarish, tijorat, moliya) bog'liq. Ishbilarmonlik harakat dasturi quyidagilarni o'z ichiga oladi: a) marketing harakatlari (reklama, sotish bozorini aniqlash, iste'molchilar bilan aloqa bog'lash, ularning talabini hisobga olish); b) mahsulotni ishlab chiqarish; v) tovarlarni sotib olish, saqlash, tashish, sotish (asosan, tijorat tadbirkorligiga oid); g) tovarni sotish jarayonida va sotgandan keyin haridorga xizmat ko'rsatish.

Tashkiliy tadbirlar dasturiy harakatlarning uzviy qismi bo'lib, biznes-reja bajarilishining boshqaruv uslubini; loyiha boshqaruvining tashkiliy tuzilmalarini; ijro etuvchi harakatlar-ning muvofiqlashtirish uslubini qamrab oladi. Mehnat haqining maxsus shaklini o'rnatish, rag'batlantirish, kadrlarni tanlab olish, ularni tayyorlash, hisob, nazorat ishlari tashkiliy tadbirlarga kiradi.

Oltinchi bo'lim. «Bitimning resursli ta'minoti». Bu bo'limda tadbirkorlik loyihasini amalga oshirish uchun kerak bo'lgan resurslar turi va hajmi, resurslarni olish manbai va uslubi haqida ma'lumot-lar beriladi.

Resursli ta'minot quyidagilarni qamrab oladi: moddiy resurslar (materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, xom ashyo, energiya, inshootlar, asbob-uskunalar va boshqalar); mehnat resurslari; moliyaviy resurslar (joriy pul mablag'lari, kapital qo'yilmalar, kreditlar, qimmat-baho qog'ozlar); axborot resurslari (statistik, ilmiy-texnik axborot).

Yettinchi bo'lim. «Bitimning samaradorligi». Bu bo'lim biznes-rejaning yakunlovchi qismi bo'lib, unda tadbirkorlik faoliyati samaradorligining umumiy tafsiloti beriladi. Samaradorlikning umumiy ko'rsatkichlari orasida foyda va rentabellik ko'rsatkichlari ustuvor mavqeyga ega. Bundan tashqari, ijtimoiy va ilmiy-texnikaviy samaradorlik (yangi ilmiy natijalarni qo'lga kiritish) ham hisobga olinadi. Ushbu bo'limda ishbilarmonlik faoliyatining uzoq muddatli faoliyatini tahlil qilish maqsadga muvofiqdir.

Loyihalarni asoslash jahon amaliyotida mablag'larni qo'yilishi haqidagi qarorni tayyorlashda bir necha umumiy ko'rsatkichlar qo'llaniladi. Ular quyidagilardan iborat:

- sof joriy qiymat;
- rentabellik;
- samaradorlikning ichki koeffitsiyenti;
- kapital qo'yilmalarning qaytarilish davri;
- pulning maksimal sarf-harajati;
- zararsizlik me'yorlari.

Sof joriy qiymat ba'zida iqtisodiy integral samara deb ham ataladi. Loyihani amalga oshirish vaqtida mahsulot sotishdan olingan umumiy daromaddan shu vaqt davrida ketgan barcha sarf-harajatlarni ayirmasiga sof joriy qiymat deyiladi.

Rentabellik foydaning kapital qo'yilmalarga yoki aksioner kapitaliga nisbati shaklida aniqlanadi. Tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishda rentabellik har bir yilga hisoblab chiqiladi. Bu yerda soliqlar hisobga olinadi.

Integral samaradorlikni nolga tenglashtiruvchi rentabellikning dastlabki sath mazmuni samaradorlikning ichki koeffitsiyenti deb

hisoblanadi. Agar samaradorlikning ichki koeffitsiyenti dastlabki sath mazmunidan past bo'lmasa, loyiha samarali deb hisoblanadi.

Tayanch iboralar:

Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish, rejalashtirish mohiyati, bashorat qilish, rejalashtirish usullari, rejalashtirish tamoyillari, komplekslilik, biznes rejaning mazmuni va mohiyati, tanlangan biznes konsepsiyasi, bozor tadqiqoti tahlili.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Rejalashtirish bu?
2. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarinning faoliyatini rejalashtirish qanday amalga oshiriladi?
3. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarinining rejalashtirish uslubi?
4. Rejalashtirish va bashorat qilishning farqli jixatlari?
5. Texnik iqtisodiy asoslash?
6. Biznes reja nima?
7. Biznes reja nima uchun kerak?
8. Biznes rejaning tarkibiy tuzilishi?

6-BOB. IQTISODIYOTNING KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'YEKTLARIGA XIZMAT KO'RSATUVCHI BOZOR INFRATUZILMALARI

- 6.1. Infratuzilma tushunchasining mohiyati va mazmuni
- 6.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli
- 6.3. Tijorat banklari depozitlariga aholi va xo'jalik subyektlari bo'sh pul mablag'larini jalb etish va bank xizmatlari turini rivojlantirish

6.1. Infratuzilma tushunchasining mohiyati va mazmuni

Respublikamizda kichik tadbirkorlik subyektlarining samarali faoliyat yuritishi va rivojlanib borishi ko'p jihatdan ular uchun yaratilgan shart-sharoitlarga bog'liq. Kichik tadbirkorlik rivojiga qulay imkoniyatlar yaratadigan shart-sharoitlar orasida infratuzilma xizmatini alohida ajratib ko'rsatish lozim.

“Infratuzilma” so'zi lotin tilidan (infrastruktura) tarjima qilinganda “tuzilmadan tashqarida” ma'nosini anglatadi. Iqtisodiy nuqtai nazardan infratuzilma mohiyatiga quyidagi izoh ko'proq mos keladi: “inson hayoti va ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonida faoliyatlar almashinuvi ta'minlovchi tovarlar va xizmatlar yaratishda o'ziga xos mehnat jarayonlari majmuasi”.

Keyingi yillarda infratuzilma yuksak sur'atlar bilan rivojlanib bormoqda. Buni bir qator omillar bilan izohlash mumkin. Xususan, ishlab chiqarishning o'sish sur'atlari infratuzilmalar rivojidan oldinda bormoqda va bu iqtisodiyotning rivojlanishiga ham o'z ta'sirini o'tkazmoqda.

Infratuzilma juda keng qarmovli tushuncha bo'lib, bu eng avvalo ishlab chiqarish jarayoniga har taraflama xizmat ko'rsatadigan xizmat turalarini yaratish bilan bog'liq.

Infratuzilma bo'linmalari rivojlanib borishidan kichik tadbirkorlik subyektlari katta manfaat ko'radi, negaki bunday bo'linmalar ularni ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq

bo'lgan ishlardan ozod etib, kuch-g'ayratini asosiy faoliyatiga qaratishga imkon yaratadi.

Infratuzilma tomonidan yaratiladigan sharoitlarni o'z navbatida quyidagicha turkumlash mumkin:

- Bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatuvchi – moddiy texnika ta'minoti va tayyor mahsulotni sotish, axborotni yig'ish va qayta ishlash, ubxgalteriya xizmati. Texnologik, boshqaruv masalalari bo'yicha maslahat xizmati va boqshalar;
- Ishchi kuchini takror ishlab chiqarish shart-sharoitlari – ishchi va xizmatchilarning sog'lig'ini, ta'lim olishi va kasbiy tayyorgarligini, dam olishlarini qo'llab-quvvatlash.

Shu paytga qadar infratuzilmani ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmalar yig'indisidan iborat deb qarab kelingan. Bozor iqtisodiyotiga asoslangan iqtisodiy tizim kirib kelishi bilan ishlab chiqarish infratuzilmasi ko'lami kengayib, “bozor infratuzilmasi” va “institusional infratuzilma” so'zlari iste'molga kirib bormoqda.

Bozor infratuzilmasi bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlarni o'z ichiga oladi. Uning tarkibiga yuk transporti, elektr, gaz va suv ta'minoti, ombor xo'jaligi, aloqa, axborot, moddiy-texnika ta'minoti, mahsulotni tashish, saqlash va qayta ishlash, texnik xizmat ko'rsatish, marketing va reklama, axborot-maslahat, auditorlik, moliya-kredit va investision kabi xizmat turlari kiradi.

Ijtimoiy infratuzilma ishlab chiqarish jarayonida ishchi va xizmatchilarga normal mehnat faoliyati yaratish va ishchi kuchini takror hosil qilish, shuningdek, tadbirkorlarning turli maishiy xizmat turlariga bo'lgan talabini qondirish uchun xizmat qiladi.

Biznes-maktab – tadbirkorlarni, kichik korxonalarning rahbarlarini, kichik korxonalar uchun mutaxassislarni, ishsizlarni, o'z ishini ochmoqchi bo'lgan boshqa fuqarolarni, kichik tadbirkorlikning rivojlanishi uchun mas'ul bo'lgan xizmatchilarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni amalga oshiruvchi tuzilma.

O'quv-amaliy markazlari – kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va bozor iqtisodiyoti uchun kadrlar tayyorlashning keng miqyosli dasturini amalga oshiruvchi tuzilma.

Biznes-inkubatorlar – maxsus tanlab olingan kichik korxonalarni o'z maydonlariga joylashtiruvchi va ularga maslahat, o'qitish va ofis xizmatlarini ko'rsatuvchi tuzilmalar.

Ijtimoiy-amaliy markaz – ish bilan band bo'lmagan aholi va ishsizlar o'rtasida kichik tadbirkorlikni rivojlantirish orqali yangi ish o'rinlarini yaratish bilan shug'ullanuvchi, odatda bandlik markazlari qoshida tashkil etiluvchi tuzilma.

Texnopark – o'z hududida kichik innovasion korxonalarni yaratish va rivojlantirish orqali ilmiy salohiyatdan foydalanish va ishlab chiqilgan texnologiyalarni tijoratlashtirish maqsadida tashkil etiluvchi tuzilma.

Biznes-markaz – tadbirkorlar va biznesmenlarga servis xizmatlari ko'rsatuvchi tuzilma.

Konsalting – bu ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko'rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o'z mijozlariga maslahat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyihalarni ekspertiza qilish bilan bog'liq iqtisodiy faoliyat.

Auditorlik kompaniyasi – bu turli yo'nalishdagi firmalarning bozor va biznes sohasidagi imkoniyatlarini aniqlab beruvchi moliya-xo'jalik faoliyatini yalpi taftishi bilan shug'ullanuvchi muassasa.

Sug'urta kompaniyasi – sug'urtalovchi rolida maydonga tushuvchi, ya'ni sug'urta hodisasi ro'y bergan chog'da sug'urtalangan shaxsning zararlarini qoplash majburiyatini o'ziga oluvchi tashkilot.

Buning natijasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining mamlakatimizda yangi ish o'rinlarini tashkil qilish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatidagi natijalari salmoqli bo'lib bormoqda.

6.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli

Bozor iqtisodiyoti o'tilishi tufayli mamlakatda yangi moliyaviy siyosat ishlab chiqildi va hukumat tomonidan real hayotda amalga oshirilmoqda. Jamiyatdagi har bir iqtisodiy faoliyatning boshla-nishi davlatning yaqindan turib bergan moliyaviy yordami tufayli rivojlanib, takomillashib boradi. Jumladan, kichik va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda banklarning rolini oshirib borishga alohida e'tibor beriladi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarining asosiy faoliyati banklar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ular olib borayotgan faoliyat – xom ashyoni sotib olish, ishlab chiqarilgan tovarlar, ko'rsatiladigan xizmatlarga haq to'lash, ishlovchilarni ish haqi bilan ta'minlash, turli toifadagi korxonalar, firmalar va boshqalar yuridik shaxslar bilan bo'ladigan iqtisodiy munosabat-lar, ya'ni olingan foydadan, daromaddan soliq to'lash, transport, kommunal xizmatlar uchun to'lovlarning barcha turlari banklar orqali, o'z navbatida, olinadigan kreditlar va boshqa hisob-kitoblar ham banklar orqali amalga oshadi.

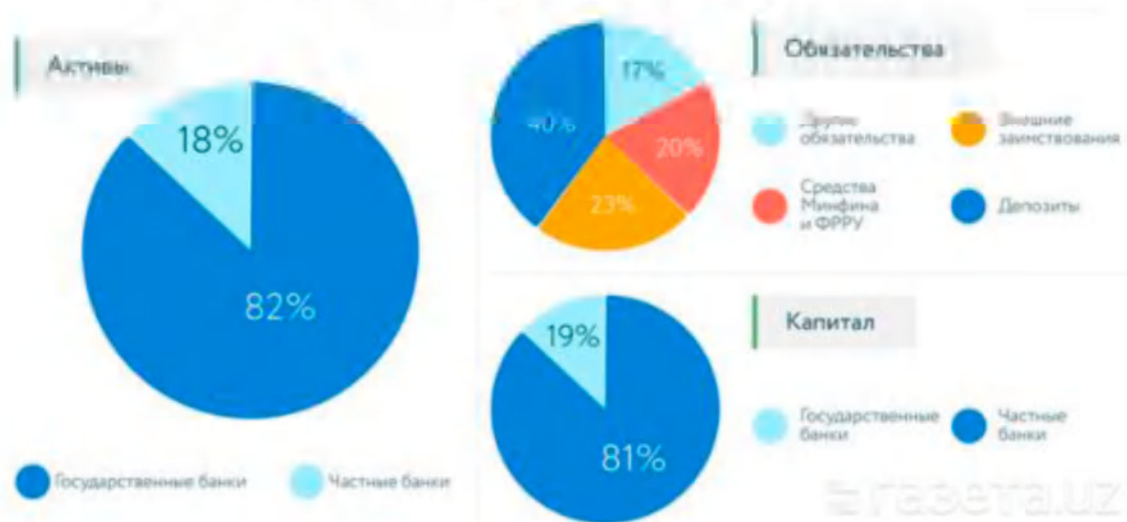
Shuni alohida ta'kidlash kerakki, mamlakatimiz mustaqillikka erishgunga qadar bank va banklar bilan bo'ladigan turli iqtisodiy munosabatlar unchalik oshkora etilmas edi. Jahon xo'jaligining muhim xo'jalik yuritish qismi bo'lgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini barcha faoliyati banklar bilan bog'langanligi bugungi kunda hammaga ma'lumdir. Shuning uchun ham rivojlangan mamlakatlarda, masalan, AQShda bank tizimining faoliyati nihoyatda rivojlangan bo'lib, tadbirkorlikning aktiv iqtisodiy faoliyat ko'rsatishida banklar barcha mulk shaklidagi korxonalarga kompleks ravishda xizmat ko'rsatadi.

Tijorat banklari kredit orqali, birinchidan, jamiyatimizda fondlar aylanishi jarayonida chetga chiqib bo'sh qolgan mablag'larning harakasiz turib qolishining oldini oladi, ikkinchidan, takror ishlab chiqarishni keng doirada uzluksiz davom ettirishga imkoniyat yaratadi.

Ma'lumki, mamlakatimizda bozor iqtisodiyotini rivojlantirish, raqobat muhitini yaxshilash maqsadida davlat korxonalari transformasiya qilinmoqda. Yig'ilishda bu boradagi ishlarni jadallashtirish va davlat aktivlarini xususiylashtirish masalalari muhokama qilindi. Jumladan, 25 ta davlat korxonasida operasion samaradorlikni oshirishda sustkashlikka yo'l qo'yilgani ko'rsatib o'tildi. Hozirgi zamon talabiga javob bermaydigan, zarar bilan ishlayotgan korxonalarni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash amaliyotidan butunlay voz kechish kerakligi davlat rahbari tomonidan ham qayd etilmoqda¹⁰.

O'zbekiston bank tizimida 33 ta bank, jumladan, 12 ta davlat ulushiga ega, shuningdek, 15 ta xususiy va 5 ta xorijiy banklar mavjud. 1 noyabr holatiga ko'ra, banklar aktivlari 39 mlrd dollarni (419 trln so'm) tashkil etib, ularning 82 foizi davlat banklariga tegishli. Banklarning majburiyatlari 33 mlrd dollarga (352,6 trln so'm) yetdi, shundan 40 foizini depozitlar tashkil etadi¹¹.

O'zbekistonda 2021 yilda bank tizimi holati¹²



Hozirgi zamon bozor munosabatlari sharoitida ishlab chiqarishni rivojlantirish asosida iqtisodiy taraqqiyotga erishish kreditdan

¹⁰ <https://xs.uz/uz/kr/post/iqtisodiyotni-rivojlanirish-bojicha-qoshimcha-chora-tadbirlar-belgilandi>

¹¹ <https://www.gazeta.uz/uz/2021/12/01/bank-system/>

¹² <https://www.gazeta.uz/uz/2021/12/01/bank-system/>

foydalanish va bank tizimi faoliyati samaradorligini oshirishni taqozo qiladi. Shu bilan bir qatorda kredit munosabatlarini shakllantirishda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan salbiy holatlarning oldini olish muhim hisoblanadi.

Tijorat banklarining kapitali va mijozlardan jalb qilingan depozitlar hajmining o'sishi respublika iqtisodiyotining bazaviy tarmoqlarida ishlab chiqarishni tarkibiy o'zgartirish, modernizasiya qilish, istiqbolli va yuqori samarali investisiya loyihalarini amalga oshirish, iste'mol mahsulotlari ishlab chiqarishni kengaytirish, xususiy tadbirkorlik va kichik biznesni moliyaviy qo'llab-quvvatlashda banklar ishtirokini yanada kengaytirish imkonini bermoqda. Banklar tomonidan uzoq muddatga ajratilgan investision kreditlardan olingan daromadlar bo'yicha soliq imtiyozlarining berilganligi banklarning ushbu jarayonlardagi ishtirokini rag'batlantirib kelmoqda. Natijada, tijorat banklari tomonidan ustuvor tarmoq korxonalarini modernizasiya qilish hamda texnik qayta jihozlash uchun kreditlar ajratilishi yanada faollashdi.

Respublikamizda keng qamrovli bank tizimining shakllanishi, kompyuter aloqalarining rivojlanishi ma'lumotlar bazasining kengayishi va axborot texnologiyasinnng iqtisodiyotni boshqarishda tutgan o'rnining oshishi kredit munosabatlarini yanada yuqoriroq sifat darajasiga ko'tarish imkoniyatlarini tug'dirdi.

Mamlakat iqtisodiyotining tadrijiy tarzda rivojlanishi sharoitida kreditning rolini oshirish uchun banklar kredit resurslaridan foydalanish samaradorligini ta'minlashlari, likvidlikka ega bo'lmagan zahiralar va harajatlarga kreditlar bermasliklari, kreditning muomala harajatlarini iqtisod qilishlari zarur.

6.3. Tijorat banklari depozitlariga aholi va xo'jalik subyektlari bo'sh pul mablag'larini jalb etish va bank xizmatlari turini rivojlantirish

Tijorat banklari – bank tizimining kuyi bugini bo'lib, mijozlarga tijorat tomoyillarida turli xizmatlarni ko'rsatish yuzasidan bevosita vazifalarini bajaradigan subyektdir.

O'zbekistonda bank tizimini shakllantirishda davlatning roli bor. Uning roli ishlab chikarishdagi jamgarishni jadallashtirishda, moliyaviy resurslarni jalb etish hamda iqtisodiyotni rivojlantirish uchun ulardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish maksadida iqtisodiy va moliyaviy muhitni yaratishda yaqqol ko'rinadi.

O'zbekistonda davlat ishtirokida ixtisoslashtirilgan tijorat banklari shakllantirildi, Ularning faoliyati asosan ustuvor tarmoqlar: qishloq xo'jaligi va uning mahsulotini kayta ishlash bilan bog'liq ishlab chikarishlarni, avtomobilsozlikni, uy-joy kurilishini, savdoni va xokazolarni rivojlantirishga karatildi. Ular aksiyadorlik-tijorat banklari hisoblanadi va yangi iqtisodiy tizimda ishlashga moslashtirilgan. Ular, nafaqat, milliy moliya bozorida, ayni paytda, jaxon moliya bozorida ham turli xil xizmatlar ko'rsatish imkoniyatiga ega.

Tijorat banklarining ixtisoslashishi iqtisodiyotning muhim bo'lgan tarmoqlarining davlat tomonidan qo'llab-kuvvatlanishi zaruriyati bilan bog'liqdir. Banklar iqtisodiyotning lokamativ tarmoqlarini kreditlashda davlat bilan birgalikda ancha imtiyozli shartlar asosida amalga oshiradilar.

Tijorat banklari faoliyatining asosiy maksadi – mijozlarga turli moliya xizmatlarini taklif etish va amalga oshirishdir.

Aralash iqtisodiyot sharoitida banklar an'anaviy tarzdagi faoliyatning tor doirasidagi xizmatlar segmentida emas, balki moliyaviy xizmatlarining ko'p tarmoqli sohasida ish olib borishadi. Moliyaviy xizmatlar sohasidagi o'zgarishlar bugungi kunda texnologiya, foiz xatari, mijoz uchun rakobat, sarmoya adekvatligi kabi asosiy tushunchalar bilan bog'liq.

Tijorat banklari moliya bozorida qarz mablag'larini shakllantiruvchi, tartibga soluvchi va boshkaruvchi subyektlardan biridir. Shu munosabat bilan ular zimmasiga sarmoyalar saqlanishi va ko'paytirilishini hamda ularni samarali ishga solinishini ta'minlash, shuningdek, zarur miqdorda daromadlar olinishini ta'minlash kabi vazifasi yuklatiladi.

Tijorat banklari o'z mijozlarining asosiy agenti – ishonch bildirgan shaxsi, topshiriklarni bajaruvchisi, ular mablag'larining bosh tasarrufchisi, (aksiyalar hamda bankdagi hisob varaklar egalarining aksariyat ko'pchiligi uchun) eng yaqin maslaxatchi va ekspert hisoblanadi. Ularda faoliyat yuritayotgan mutaxassislar iqtisodiy, moliyaviy masalalar hamda shu bilan bog'liq yuridik muammolarni chuqur va juda yaxshi bilishi, rivojlangan axborot-tahlil bazasiga ega bo'lishi va ayni paytda o'z vazifalariga taallukli har kanday so'rov bo'yicha konkret yordam bera olishi lozim.

Bank tizimining taraqqiy topishi mamlakat iqtisodiyotining hamda jaxon xo'jaligi rivojlanishi bilan bog'liq. Xozirgi paytda tijorat banklari sof bank operatsiyalarini bajarish bilan bir qatorda moliyaviy xizmatlar ko'rsatadigan subyektg aylanmokda. Jumladan, ular valyuta operatsiyalarini bajarganda sarroflar-brokerlar sifatida maydonga chikadilar va katta miqdorda vositachilik haqi oladilar.

Xozirgi paytda yirik tijorat banklari kariyb 350 turdagi moliyaviy xizmat ko'rsatmokda. Ularning asosiylari quyidagilardir:

- mijozlarning hisob varaqalarini olib borish;
- mijozlarga kassa xizmati ko'rsatish;
- mijozning topshirigiga binoan nakd pulsiz hisob-kitoblarni bajarish;
- qisqa yoki uzok muddatli kreditlar berish;
- shartnoma yoki pullik asosida buyurtmachining topshirigiga binoan kapital kuyilmalarni mablag' bilan ta'minlash;
- bo'sh pul mablag'lari-depozitlarini muomilaga jalb qilish;

- aholidan omonatlarni kabul qilish;
- investisiya operatsiyalarini amalga oshirish;
- lizing operatsiyalarini tashkil etish;
- tijorat banki davlatning hamda boshkalarining qimmatbaho qog'ozlarini harid qilish va sotish;
- xorijiy valyuta va qimmatbaho metallarni harid qilish va sotish;
- o'z mijozlari uchun kafolatlar berish;
- byudjetning kassa ijrosini ta'minlash;
- bank operatsiyalari bo'yicha maslaxatlar berish va hokazo.

Tijorat banklarining mijozlarga ko'rsatayotgan xizmat turlaridan biri – bu hisob to'lovlarini amalga oshirishdir. Bugungi kunda korxonalar o'rtasidagi hisob-kitoblarning asosiy kismi pul o'tkazish yo'li bilan amalga oshirilmokda. Bu jarayonlarda tijorat banklari vositachi sifatida ishtirok etmoqdalar. To'lov hujjatlarining o'z vaqtida o'tishi hamda hisob-kitob jarayonlarining uzluksizligini ta'minlash zaruriyati bugungi kunda banklardan hisob-kitoblarni tashkil qilish va nazorat qilishning mukammal metodlarini ishlab chikishni talab etmoqda.

Hisob-kitoblarni tezlikda amalga oshirish va bu jarayonlarning ishonchligini ta'minlash, shuningdek, bu jarayonlar bilan bog'liq harajatlarni kamaytirish maksadida tijorat banklari bugungi kunda kompyuter texnikasi bilan jihozlanmokda. Buning natijasida mamlakat bo'yicha joylashtirilgan filiallar yordamida to'lovlar jarayoni yanada tezlashtirishmoqda. Joylarda tijorat banklarining bo'limlari hamda filiallarining tashkil etilishi kamida uchta asosiy vazifani ko'zlaydi:

- umuman mamlakat iqtisodiyoti manfaatlari;
- bank uz infrastrukturasini rivojlantirish;
- bankning eng katta mijozlari manfaatlarini nazarda tutish.

Tijorat banklarining muhim funksiyalaridan biri to'lov operatsiyalarini bajarishdir. Korxonalar bilan korxonalar, korxonalar

bilan davlat, korxonalar bilan xodimlar, aholi bilan davlat o'rtasida ro'y beradigan turli mazmundagi to'lovlar tijorat banklari orqali amalga oshiriladi. Bugungi kunda yuridik shaxslarning davlat byudjetiga bo'lgan majburiyatlari tijorat banklari orqali nazorat kilinmokda.

Tijorat banklarining kerakli axborot bazalariga va malakali kadrlarga egaligi hamda zamonaviy texnikalar bilan jixozlanganligi ularni kimmatli qog'ozlar bozorining asosiy ishtirokchilaridan biri bo'lishiga zamin yaratdi. Ular qimmatbaho qog'ozlar bozorida bir vaqtning o'zida ham investor ham emitent sifatida katnashmokda.

Banklarning boshqa xo'jalik subyektlariga nisbatan barqaror moliyaviy xolatga egaligi ham, ularning qimmatbaho qog'ozlar bozoridagi operasiyalarda katnashishiga imkon bermokda. Bundan tashqari tijorat banklarning qimmatbaho qog'ozlar bozorida aktiv ishtirok etishining sabablaridan yana biri – banklarning Ustav kapitalini oshirish sohasida o'z aksiyalarini sotishga bo'lgan intilishidir.

Hozirgi paytda tijorat banklari o'z mijozlariga moliyaviy broker sifatida ham xizmat ko'rsatmoqda. Ularning bunday funksiyalarni bajarishlari korxona tashkilotlarning kimmatli qog'ozlar bozori operasiyalarida qatnashishlari uchun qulay sharoit yaratmoqda.

Tijorat banklari qimmatbaho qog'ozlar bozorida aksiyalardan tashqari depozit va jamg'arma sertifikatlar bilan ishlashni ham yo'lga qo'ymoqdalar.

Shuni alohida ta'kidlash lozimki, bugungi kunda, davlat mulkini xususiyashtirish bilan bog'liq jarayonlar davom etayotganligi sababli, korxonalarga tegishli qimmatli qog'ozlar bozoriga nisbatan, davlat qimmatli qog'ozlar bozori aktiv harakat qilmoqda. Tijorat banklari bu bozorda asosiy ishtirokchilar sifatida maydonga chiqmoqdalar va o'zlarining brokerlik funksiyalarini amalga oshirish bilan bir qatorda mavjud resurslarini hech qanday tavakalchilikka bormagan holda qisqa muddatlarga joylashtirish imkoniyatiga ega bo'lmoqdalar.

Ma'lumki, tijorat banklarining asosiy faoliyati – yuridik va jismoniy shaxslarning bo'sh turgan mablag'larini jalb qilgan holda mijozlarga (daromad olish maqsadida) turli muddatlarga kredit taqdim etish bilan bog'liqdir. Shu sababdan ham tijorat banklari o'zlarining kredit siyosatini ishlab chiqishda (kreditlash tizimining samaradorligiga e'tibor qaratish orqali) o'zlarining daromadlarini oshirishga harakat qiladilar.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 2 martdagi PF-5953-son Farmoni bilan tasdiqlangan 2017 — 2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasini «Ilm, ma'rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili»da amalga oshirishga oid Davlat dasturida belgilangan vazifalardan kelib chiqqan holda, shuningdek, xususiy sektor rivojlanishini rag'batlantirish, banklarning investisiyaviy jozibadorligini, bank xizmatlari ommabopligi va sifatini oshirish uchun bank sektorini tubdan transformasiya qilish maqsadida:

1. Quyidagilar O'zbekiston Respublikasida bank sektorini isloh qilishning asosiy yo'nalishlari etib belgilansin:

moliya bozorida teng raqobat sharoitlarini yaratish, kreditlashni faqat bozor shartlari asosida amalga oshirish, banklarning davlat resurslariga qaramligini pasaytirish, bank xizmati ko'rsatishni modernizasiya qilish, banklarning samarali infratuzilmasini yaratish va faoliyatini avtomatlashtirish, shuningdek, banklar faoliyatiga xos bo'lmagan funksiyalarni bosqichma-bosqich bekor qilish orqali bank tizimining samaradorligini oshirish;

kredit portfeli va tavakkalchiliklarni boshqarish sifatini yaxshilash, kreditlash hajmlarining mo'tadil o'sishiga amal qilish, muvozanatlashgan makroiqtisodiy siyosat yuritish, korporativ boshqaruvni takomillashtirish va xalqaro amaliy tajribaga ega bo'lgan menejerlarni jalb qilish, moliyaviy tavakkalchiliklarni baholash uchun texnologik yechimlarni tatbiq etish orqali bank tizimining moliyaviy barqarorligini ta'minlash;

davlat ulushi mavjud tijorat banklarini kompleks transformasiya qilish, bank ishining zamonaviy standartlarini, axborot texnologiyalari va dasturiy mahsulotlarni joriy etish, banklardagi davlat aksiyalari paketini zarur tajriba va bilimga ega bo'lgan investorlarga tanlov asosida sotish, shuningdek, davlat ulushi mavjud tijorat banklari va korxonalarni bir vaqtning o'zida isloh qilish orqali bank sektorida davlatning ulushini kamaytirish;

yetarli darajada xizmat ko'rsatilmayotgan va zaif qatlamlarda davlat ishtirokini kuchaytirish va manzilli chora-tadbirlarni amalga oshirish, aholi va kichik biznes uchun masofaviy xizmatlarni keng joriy qilish, kamxarj xizmat ko'rsatish nuqtalari tarmog'ini rivojlantirish, shuningdek, respublika yagona moliya tizimining o'zaro to'ldiruvchi qismi sifatida nobank kredit tashkilotlarining shakllanishi va rivojlanishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratish orqali moliyaviy xizmatlar ommabopligini va sifatini oshirish.

Quyidagilar:

2020 — 2025 yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi 1-ilogava muvofiq;

O'zbekiston Respublikasi bank tizimini isloh qilish bo'yicha «Yo'l xaritasi» 2-ilogava muvofiq tasdiqlansin.

3. 2020 — 2025 yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasini amalga oshirish bo'yicha, shu jumladan quyidagilarni nazarda tutuvchi maqsadli ko'rsatkichlar 3-ilogava muvofiq belgilansin:

bank tizimi aktivlarining umumiy hajmida davlat ulushi bo'lmagan banklar aktivlari ulushini joriy 15 foizdan 2025 yilga kelib 60 foizgacha oshirish;

banklar majburiyatlarining umumiy hajmida banklarning xususiy sektor oldidagi majburiyatlari ulushini joriy 28 foizdan 2025 yil yakuniga 70 foizgacha oshirish;

2025 yilga kelib davlat ulushi mavjud kamida uchta bank kapitallariga zarur tajriba, bilim va obro'ga ega kamida uchta strategik xorijiy investorlarni jalb qilish;

umumiy kreditlash hajmida nobank kredit tashkilotlari ulushini joriy 0,35 foizdan 2025 yilga kelib 4 foizgacha oshirish¹³.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, sosial va iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari o'zaro bog'liq va bir-birini taqozo qiladi. Sosial samarani oshirmasdan turib iqtisodiy samarani oshirib bo'lmaydi va aksincha. Shu sababdan ham tijorat banklari faoliyatida innovasion xizmatlarni keng tadbiq etish sosial-iqtisodiy rivojlanishning muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi.

Tayanch iboralar:

Infratuzilma, biznes maktab, o'quv amaliy markazlar, biznes inkubatorlar, biznes markaz, konsalting, sug'urta kompaniyasi, bank, tijorat banklari, davlat byujeti, xo'jalik subektlari, bank sektori.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Biznes-maktab – bu?
2. O'quv-amaliy markazlari – bu?
3. Biznes-inkubatorlar – bu?
4. Ijtimoiy-amaliy markaz – bu?
5. Texnopark – bu?
6. Biznes-markaz – bu?
7. Konsalting – bu?
8. Auditorlik kompaniyasi – bu?
9. Sug'urta kompaniyasi – bu?
10. Tijorat banklarining asosiy faoliyati?
11. Davlat mulkini xususiylashtirish bilan bog'liq jarayonlar qanday amalga oshiriladi?

¹³ <https://lex.uz/ru/docs/4811025>

7-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK IQTISODIYOTI SUB'YEKTLARIDA ISHLAB CHIQUARISH HARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXI TAHLILI

7.1. Kichik biznes va tadbirkorlik sube'ktlarida ishlab chiqarish harajatlari to'g'risida tushuncha

7.2. Mahsulot tannarxiga kiritiladigan harajatlar

7.3. Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari

7.1. Kichik biznes va tadbirkorlik sube'ktlarida ishlab chiqarish harajatlari to'g'risida tushuncha

Har bir korxona mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq harajatlarni amalga oshiradi. Mahsulot ishlab chiqarish jarayonida sarf qilingan moddiy resurslar (asosiy vositalar eskirishi, xom-ashyo va materiallar, yonilg'i-moylash materiallari, ehtiyot qismlar va boshqa) va jonli mehnat sarfi ishlab chiqarish harajatlarini tashkil qiladi.

Korxonaning ishlab chiqarish, sotish va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan harajatlarini quyidagicha turkumlash mumkin:

1. Ishlab chiqarish jarayonidagi ishtirokiga ko'ra:
 - ishlab chiqarish harajatlari;
 - noishlab chiqarish harajatlari.
2. Ishlab chiqarishda sarf etiladigan resurslar manbaiga ko'ra:
 - ichki harajatlar;
 - tashqi harajatlar.
3. Mahsulot ishlab chiqarish hajmining o'zgarishiga nisbatai:
 - doimiy harajatlar;
 - o'zgaruvchan harajatlar.
4. Mahsulot tannarxiga olib borilishi jihatidan:
 - bevosita harajatlar;
 - bilvosita harajatlar.
5. Korxonaning umumiy ishlab chiqarish, moliyaviy va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan:
 - mahsulot tannarxiga kiritiladigan harajatlar;

- davr harajatlari;
- moliyaviy faoliyat bo'yicha harajatlar;
- favqulodda zararlar.

Ishlab chiqarish harajatlari bevosita ishlab chiqarish jarayoni amalga oshirish bilan bog'liq quyidagi harajatlardan tashkil topadi:

- bevosita moddiy material harajatlari;
- bevosita mehnatga haq to'lash harajatlari;
- ishlab chiqarishga taalluqli ustama harajatlar.

Bevosita mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'lmagan harajat turlari noishlab chiqarish harajatlari deb yuritiladi. Uning tarkibiga:

- mahsulotni sotish bilan bog'liq harajatlar;
- boshqaruv harajatlari;
- boshqa operasion harajatlar va zararlar;
- favqulodda zararlar kiradi.

Ishlab chiqarish jarayonida foydalaniladigan korxonaning o'ziga tegishli resurslar sarfi (masalan, fermer xo'jaligida asosiy vositalar eskirishi, xo'jalikning o'zida ishlab chiqarilgan yem-xashak, organik o'g'itlar, asosiy podaga o'tkazilayotgan yosh chorva mollari va boshqalar) darxonaning ichki harajatlarini, tashqi mol yetkazib beruvchilar va boshqa subyektlardan sotib olingan resurslar uchun to'lovlar korxoananing tashqi harajatlarini tashkil qiladi.

Qisqa muddatli davrada mahsulot hajmining o'sishiga nisbatan doimiy va o'zgaruvchi harajatlar farq qiladi.

Doimiy harajatlar mahsulot hajmining o'zgarishiga bog'liq bo'lmay, korxonaning ma'lum bir vaqt oralig'ida sarflashi qat'iy belgilab qo'yilgan o'zgarmas harajatlari ifoda etadi. Bunga asosiy vositalarning amortizasiyasi, boshqaruv xodimlarining ish xaqi, sug'urta to'lovlari, telefon uchun abonentlik to'lovi va ijara to'lovlarini misol qilib keltirish mumkin. Doimiy harajatlarning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, mahsulot hajmining oshib borishi bilan bir birlik mahsulotga to'g'ri keluvchi o'rtacha doimiy harajatlar kamayib boradi.

O'zgaruvchi harajatlar miqdori mahsulot ishlab chiqarish hajining o'sishi yoki kamayishiga qarab o'zgarib turadi, ya'ni mahsulot hajmi o'zagrishiga mutanosib bo'ladi. O'zgaruvchan harajatlar tarkibiga ishchilarning ish xaqi va unga nisbatan ajratmalar, xom-ashyo, yonilg'i-moylash materiallari, yoqilg'i va energiya, transport harajatlari va boshqa vositalar farqi kiradi. Uzgaruvchan harajatlarning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, mahsulot hajmining oshib borishi bir birlik mahsulotga to'g'ri keluvchi o'rtacha o'zgaruvchi harajatlarning o'zgarishiga unchalik ta'sir ko'rsatmaydi.

7.2. Mahsulot tannarxiga kiritiladigan harajatlar

Tannarxda korxona ishlab chiqarish faoliyatining sifat ko'rsatkichlari - ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligi, ishlab chiqarish texnologiyasi va mehnatni tashkil etish darajasi, korxonani tejamkorlik bilan va oqilona yuritish omillari, mahsulot ishlab chiqarishni yuksaltirish sharoitlari o'z aksini topadi.

Mahsulot tannarxini hisoblashdan ko'zda tutilgan asosiy maqsad - uni ishlab chiqarishga sarflangan haqiqiy harajatlarni tegishli hujjatlarda o'z vaqtida, to'liq va ishonchli aks ettirish hamda moddiy, mehnat va moliyaviy resurslardan tejamkorlik asosida, oqilona foydalanish ustidan nazorat o'rnatishdir.

Mahsulot tannarxi korxona harajatlari tushunchasidan farq qiladi. Korxonaning mahsulot ishlab chiqarish, sotish va boshqa moliyaviy-xo'jalik faoliyati natijasida yuzaga keladigan barcha harajatlari mahsulot tannarxiga kiritilmaydi. Mahsulotgning (ishning, hizmatning) ishlab chiqarish tannarxiga uni bevosita ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan harajatlar kiritiladi. Ularga quyidagilar tegishli bo'ladi:

- bevosita moddiy harajatlar;
- bevosita mehnat harajatlari;
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan bilvosita ustama harajatlar. Bu harajatlarning ko'pchiligini naturada, ya'ni dona, kg, metr va boshqa ko'rinishlarda hisobga olib borish va rejalashtirish

mumkin. Ammo, mahsulot ishlab chiqarishga sarflangan barcha harajatlarni birgalikda hisobga olish uchun ularni yagona o'lchov birligiga - qiymat-pul ko'rinishiga keltirish talab etiladi.

Ayrim turdagi ishlab chiqarish harajatlarini yaratilayotgan mahsulot tannarxiga to'g'ridan-to'g'ri kiritish mumkin. Unga ishlab chiqarishdagi ishchilarning ish haqini va iste'mol qilingan moddiy resurslar sarfini kiritish mumkin. Bunday harajat turlari bevosita ishlab chiqarish harajatlari deb yuritiladi.

Ikkinchi bir harajat turlari bir necha xil mahsulot yetishtirish jarayonida ishtirok etishi tufayli (masalan, bir necha xil ekinlarga o'g'it tashigan traktor amortizasiyasi) ularga ketgan harajatlarni shu mahsulotlarni ishlab chiqarishdagi ishtirokiga mutanosib taqsimlashga to'g'ri keladi. Bunday harajatlar bilvosita ishlab chiqarish harajatlari yoki ishlab chiqarishga tegishli ustama harajatpar deb yuritiladi.

Mahsulot tannarxi bir turdagi mahsulotni bevosita va bilvosita ishlab chiqarish harajatlarini shu mahsulot miqdoriga bo'lish orqali topiladi:

$$MT = MX + IX + ST + A + BIX / M$$

Bu yerda:

MT - mahsulot tannarxi, so'm / dona, so'm / kg va boshqa;

MX - ishlab chiqarishning moddiy harajatlari, so'm;

IX - ishlab chiqarish xususiyatidagi mehnatga haq to'lash harajatlari, so'm;

ST - ishlab chiqarishga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urta to'lovlari, so'm;

A - asosiy vositalar amortizasiyasi, so'm;

BIX - boshqa ishlab chiqarish harajatlari, so'm;

M - mahsulot miqdori, sentner, dona, kg, tonna va hakazo.

Korxonada rejadagi (biznes-rejada belgilangan) va haqiqiy (hisobot bo'yicha haqiqatda erishilgan) tannarx hisoblab borilishi mumkin. Bu rejalashtirilgan ishlab chiqarish harajatlarini haqiqatda erishilgan daraja bilan solishtirish, ortiqcha moddiy va mehnat

resurslari sarflariga yo'l qo'yilgan yoki tejamga erishilganini aniqlash va kelgusida tegishli xulosalar chiqarishga imkon beradi.

Korxonalar xarajatlarining tasnifi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999 yil 05 fevraldagi 54-son qarori bilan tasdiqlangan "Mahsulot (ish, xizmat)larni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish to'g'risida Nizom"da keltirilgan. Unga ko'ra mahsulot (ish, xizmat)larni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari ikkita guruhga va oltita quyi guruhga bo'linadi (chizmaga qarang).

Asosiy faoliyatga doir xarajatlar — bu korxona Ustavida belgilangan asosiy faoliyat bilan bog'liq xarajatlardir.

Asosiy bo'lmagan faoliyatga doir xarajatlar — bu bevosita asosiy faoliyatga taalluqli bo'lmagan faoliyat turlari bilan bog'liq xarajatlardir

Xarajatlarni elementlar bo'yicha guruhlariga ajratgan holda, ular tuzilmasi va dinamikasini tahlil qilish muhim hisoblanadi.

Xo'jalik yurituvchi subyektlar ishlab chiqarish xarajatlarini tahlil etishning uslubiy shakli O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999 yil 5 fevraldagi 54-son qarori bilan tasdiqlangan «Mahsulot (bajarilgan ish, ko'rsatilgan xizmat)lar ishlab chiqarish tannarxi, mahsulot (ish bajarish va xizmat qo'rsatish) ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi va moliyaviy natijalarning shakllanish tartibi to'g'risida»gi Nizomda keltirilgan.

7.3. Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari

Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

- ishlab chiqarishga yuqori unumli, ishonchli va arzon ishlab chiqarish vositalarini joriy etish;
- asosiy aylanma fondlardan oqilona va samarali foydalanish;
- ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish va tejamkorlikka erishish;
- mashina va texnikalarning kunlik va yillik ish unumini ko'tarish;

- resurslarni tejovchi va chiqisiz texnologiyalardan keng foydalanish;
- ishlab chiqarish vamehnatni tashkil etishning ilg'or shakllaridan foydalanish;
- mehnat unumdorligini oshirish;
- mahsulotlar sifatini oshirish va nobudgarchilik, yo'qotishlarga yo'l qo'ymaslik;
- qishloq xo'jaligida ekinlar hosildorligi va chorva mollari mahsuldorligin oshirish va boshqalar.

Yuqorida keltirilgan barcha rezervlar, ya'ni foydalanilmayotgan imkoniyatlarni safarbar etish, ishga solish hamda shu asosda tannarxni keskin pasaytirish uchun bir qator omillardan keng foydalanish va ularni hisoblab chiqish kerak.

Mahsulot tannarxini rejalashtirish mehnat, moddiy va moliyaviy mablag'lardan oqilona foydalanish asosida ishlab chiqarishning yuqori samaradorligiga erishishga qaratilgandir. Tannarx rejasi quyidagi bo'limlarni o'z ichiga oladi:

1. Mahsulot tannarxini pasaytirish rejasi;
2. Mahsulot tannarxini kalkulyasiyalash;
3. Ishlab chiqarish xarajatlari smetasi;
4. Tovar va sotiladigan mahsulot tannarxining hisobi.

Tannarx rejasi, ikki bosqichda ishlab chiqiladi. Birinchi bosqichda, eng avvalo, hisobot yilida rejalarning bajaralishi tahlil etiladi, mahsulot tannarxini pasaytirish, foyda va rentabellikni oshirish rezervlari aniqlanadi va aniqlangan rezervlardan foydalanish tadbirlari belgilanadi, reja loyihasi ishlab chiqiladi.

Ikkinchi bosqichda esa rejaning uzil-kesil loyihasi ishlab chiqiladi va bu reja toppshriqlari korxona bo'limlariga yetkaziladi.

Mahsulot tannarxi va uni pasaytirish topshiriqlari davlat va korxona rejasida yuqoridan belgilanmaydigan, aksincha, korxonalarning o'zida hisob qilinadigan ko'rsatkich hisoblanadi. Shunga qaramay, mahsulot tannarxi sanoat ko'rsatkichlaridan biri bo'lib qolaveradi. Chunki sanoat mahsuloti tannarxini pasaytirish

ishlab chiqarishning rentabellik darajasini oshirish rezervlaridan biri hisoblanadi.

Foyda muhim iqtisodiy ko'rsatkich bo'lsada, yagona va universal ko'rsatkich emas, u korxona faoliyatining samaradorligini to'la tavsiflab bermaydi. Shu sababdan korxona faoliyati samaradorligini aniqlash uchun foydani, unga erishish uchun sarflangan resurslar bilan taqqoslash maqsadga muvofiqdir.

Tayanch iboralar:

Ishlab chiqarish, sotish, doimiy xarajatlar, xarajat turlari, davr xarajatlari, mahsulot tannarxiga kiritilgan xarajatlar, favqulotta zararlar, mahsulot tannarxi, moddiy xarajatlar, mehnat xarajatlari, xarajat smetasi tannarx rejasi, foyda.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Ishlab chiqarish harajatlariga nimalar kiradi?
2. Mahsulot tannarxi nima?
3. Mahsulot tannarxi qanday usullar bilan hisoblanadi?
4. Sanoat korxonalarida mahsulot tannarxi qanaday hisoblanadi?
5. Asosiy vositalar amortizasiyasi deganda nimani tushunasiz?
6. Qishloq xo'jaligida mahsulot tanarxi qanday hisoblanadi?
7. Qishloq xo'jaligida mahsulot tannarxini hisoblashda harajat moddalarini sanab bering?
8. "Boshqa harajatlar" moddasiga qanday harajatlar kiritiladi?
9. Mahsulot tannarxini hisoblash ketma-ketligi qanday amalga oshiriladi?
10. Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari nimalardan iborat?

8-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'YEKTLARINING MOLIVaVIY FAOLIVaTI TAHLILI

8.1. Kichik biznes va tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko'rsatkichlar

8.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni kredit bilan ta'minlash shakllari

8.3. Kichik biznes va tadbirkorlik sube'ktlarida berilayotgan kredit stavkasini aniqlash tartibi

8.1. Kichik biznes va tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko'rsatkichlar

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonasi rahbari o'z korxonasining moliyaviy sog'lomligini tushunishlari juda muhim. Shu sababli moliyaviy ko'rsatkichlar va asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari (ASK) bu tushunchani bildiradi. Kichik biznesning moliyaviy ko'rsatkichlari korxonaning hozirgi moliyaviy holatini va uning qisqa va uzoq muddatli istiqbollari yoritib beradi.

Moliyaviy ko'rsatkichlar (ASK) kichik korxonalarga katta kapital qo'yilmalarni moliyalashtirish uchun balansida naqd pul bor-yo'qligini yoki to'lovga qodir emasligini tushunishga yordam beradi. Bu raqamlar biznes egalari uchun juda muhim, shu sababli kreditorlar va investorlar ham kompaniya bilan shartnoma imzolashdan oldin ularni ko'rib chiqishni xohlashadi.

Kichik biznesning muvaffaqiyati uchun muhim bo'lgan ba'zi ko'rsatkichlar mavjud.

Ko'rsatkichlar - bu korxonaning biznesdagi samaradorligi va yaxshilanishlarini kuzatish uchun, kuzatishi mumkin bo'lgan har qanday miqdoriy ma'lumotlar. Moliyaviy ko'rsatkichlar eng muhim va keng tarqalgan bo'lib qo'llaniladigan bo'lsada, biznes o'z operatsiyalarining har qanday jihatida muvaffaqiyatini kuzatish uchun ko'rsatkichlardan foydalanishi mumkin, masalan, oylik veb-saytga

tashrif buyuruvchilar yoki buyurtmaning o'rtacha bajarilishi vaqtlari kabilar shular jumlasidan.

Tadbirkorlik sube'kti muhim ko'rsatkichni kuzatishni boshlagandan so'ng, u turli jarayonlar yoki jamoalarning ishlashi vaqt o'tishi bilan qanday o'zgarganligini ko'rish uchun kelajakdagi raqamlarni solishtirishi mumkin bo'lgan bazaga ega. Biznes o'sib borishi bilan u ko'proq ko'rsatkichlarni, shu jumladan muayyan tashabbuslar yoki bo'limlarga xos bo'lganlarni kuzatishni boshlaydi.

ASKlar nima? Asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari – Tadbirkorlik faoliyatida muhim bo'lgan ko'rsatkichlardir. Bu raqamlar sizning kompaniyangiz gullab-yashnashi va o'sishi yoki kurashayotgani va yopilishi haqida eng katta ta'sir ko'rsatadi. ASK ning o'ziga xos xususiyati shundaki, ular odatda oldindan belgilangan maqsadlarga ega bo'lib, bu barcha ko'rsatkichlarga to'g'ri kelmaydi - kompaniya ma'lum ko'rsatkichlarni aniq maqsadlarni hisobga olmasdan yillar davomida kuzatishi mumkin. Ba'zi moliyaviy ko'rsatkichlar ham ASK hisoblanadi, chunki rentabellik va pul oqimi biznesning bevosita va kelajakda hayotiyligida muhim rol o'ynaydi.

Kichik biznes rahbarlari o'zlarining muhim ASKlarini o'z vaqtida aniqlashlari va qaysi raqamlar muvaffaqiyatni ko'rsatishini aniq tushunishlari kerak. ASK asosiy biznes maqsadlari bilan chambarchas bog'liq bo'lishi kerak. Masalan, agar kompaniya joriy yilda daromadni 10% ga oshirmoqchi bo'lsa, mijozlar hisobining o'rtacha hajmi ishlab chiqarish ASK bo'lishi zarur. Agar ushbu ishlab chiqaruvchi o'z korxonasida samaradorlikni oshirmoqchi bo'lsa, boshqa ASK aniqlashi, ishlab chiqarilgan mahsulotlar sonini bo'lishi mumkin.

Kichik biznes rahbarlari e'tibor berishlari kerak bo'lgan ko'rsatkichlar qatorida ko'rsatkichlarning boshqa bir tadbirkorlik sube'ktidan farq qilishini, tadbirkorlik faoliyatining aniqligi, biznes va moliyaviy model va maqsadlarga bog'liqligini bilishlari yuqori ahamiyat kasb etadi. Rahbarlar jamoasi birinchi navbatda chorak yoki yil uchun biznes maqsadlarini belgilashlari va quyi bug'inga qarab ishlashlari, maqsadga erishishda yordam beradigan ASK va

ko'rsatkichlarni aniqlashlari kerak. Maqsadlar butun kompaniya uchun tegishli bo'lishini ta'minlash uchun ushbu muhokamalar barcha asosiy bo'limlarning xodimlarini o'z ichiga olishi kerak.

Biroq, barcha tadbirkorlik sube'ktlari diqqat qilishlari kerak bo'lgan bir nechta umumiy moliyaviy ko'rsatkichlar mavjud. Ular umumiy daromadlar, xarajatlar, aktivlar va majburiyatlar va ularning har biri vaqt o'tishi bilan qanday o'zgarishini aniq tushunishlari kerak. Mijozlarni sotib olish narxi va bu mijozlar qancha vaqt turishi, ya'ni ishdan chiqish darajasi ko'plab yosh tadbirkorlik sube'ktlari uchun muhim boshqa ko'rsatkichlardir. Mahsulotga asoslangan tadbirkorlik sube'ktlari uchun ishlab chiqarish sehlari yoki omborlarda turli jarayonlar samaradorligini va xodimlarning mahsuldorligini kuzatish odatda muhim hisoblanadi.

Tadbirkorlar ularni muvaffaqiyatga olib keladigan natijalarni muhimligini aniq tushunishlari zarur. Aksariyat korxonalar uchun tegishli ko'rsatkichlar mavjud. Biz ushbu samaradorlik ko'rsatkichiga 15 ta ko'rsatkichni kirgizdik:

1. **Daromad**

Daromad - bu har qanday xarajatlar olinmasidan oldin korxona o'z mahsuloti yoki xizmatlarini sotish uchun oladigan pul miqdori. Sotish yoki yuqori darajadagi daromad deb ham ataladigan daromad ko'pgina moliyaviy ko'rsatkichlar uchun hisob-kitoblarning bir qismidir.

$$\text{Daromad} = \text{Sotish narxi} \times \text{Sotilgan birlik}$$

2. **Xarajatlar**

Xarajatlar - bu biznesning ishlashi va daromad olishi uchun qoplashi kerak bo'lgan sarflardir. Xarajatlarga ishchi kuchi, asbob-uskunalar va materiallar misol bo'la oladi. Daromadda bo'lgani kabi, ular hali to'lanmagan bo'lsa ham, xarajatlarni hisobga olish omillarini

hisobga oladi, kassa hisobi esa bu xarajatlarni faqat ular to'langandan keyin o'z ichiga oladi.

Xarajatlarni ikkita katta toifaga bo'lish mumkin: operatsion xarajatlar va operatsion bo'lmagan xarajatlar. Operatsion xarajatlar ipoteka, ishlab chiqarish xarajatlari va ma'muriy xarajatlar kabi biznes yuritishning bevosita natijasidir. Operatsion bo'lmagan xarajatlar ko'proq bilvosita bo'lib, foizlar va boshqa kredit to'lovlarini o'z ichiga oladi.

$$\text{Xarajatlar} = \text{Sotilgan mahsulot tannarxi} + \text{Ish haqi} + \text{Savdo komissiyalari} + \text{Marketing xarajatlari} + \text{Ko'chmas mulk xarajatlari} + \text{Kommunal xizmatlar}$$

3. Sof daromad

Sof daromad yoki sof foyda daromaddan barcha xarajatlar va soliqlarni ayirgandan keyin qolgan puldir. Sarmoyadorlar tomonidan qo'llab-quvvatlanadigan, pul yo'qotadigan startaplar mavjud bo'lsada, ko'pchilik kichik biznes o'z xarajatlarini qoplash uchun etarli daromad keltirishi kerak. Aks holda, ular qarzgacha tushib qolish va oxir-oqibat biznesdan chiqib ketish xavfi bor.

Sof daromad "pastki chiziq" deb ham ataladi, chunki u foyda va zarar hisobotida daromaddan pastroqda ("yuqori chiziq") ko'rsatiladi.

$$\text{Sof foyda} = \text{Daromad} - \text{umumiy xarajatlar}$$

4. Pul oqimi/Operatsion pul oqimi

Naqd pul kichik biznesning qon tomiridir - ular xarajatlarni to'lash uchun keladigan pulga tayanadilar. Naqd pul oqimi - bu ma'lum vaqt

oralig'ida biznesga kirish va undan tashqarida harakatlanadigan pul miqdori. Agar chiqib ketgandan ko'ra ko'proq pul tushsa, biznes ijobiy pul oqimiga ega va agar u olganidan ko'ra ko'proq pul to'layotgan bo'lsa, u salbiy pul oqimiga ega.

Operatsion pul oqimi (Opo) - bu kichik biznesning odatdagi operatsiyalari orqali ishlab chiqaradigan pul mablag'lari miqdori. Ushbu ko'rsatkich biznesga yaqin kelajakda qancha naqd pul sarflashi mumkinligi va xarajatlarni kamaytirish kerakmi yoki yo'qligini tushunishi mumkin. (Opo) Shuningdek, mijozlarning o'z to'lovlarini to'lash uchun juda ko'p vaqt talab qilishi yoki umuman to'lamaslik kabi muammolarni ham aniqlashi mumkin.

$$\text{Operatsion pul oqimi} = \text{sof daromad} + \text{naqd bo'lmagan xarajatlar} - \text{aylanma kapitalning o'sishi}$$

5. Aylanma kapital

Aylanma mablag'lar - bu joriy aktivlar (pul mablag'lari, debitorlik qarzlari va qisqa muddatli investitsiyalar) va majburiyatlar (kreditorlik qarzlari, ish haqi, soliqlar va qarz to'lovlari) o'rtasidagi farq. Ushbu ko'rsatkich biznesning yaqin muddatdagi moliyaviy holatini bevosita xarajatlarni qoplash uchun mavjud likvidlikni ko'rib chiqishga yordam beradi.

$$\text{Aylanma kapital} = \text{Aylanma aktivlar} - \text{Qisqa muddatli majburiyatlar}$$

6. Byudjet va haqiqiy nisbatdan

Ko'rinib turganidek, byudjet va haqiqiy ma'lumot kompaniyaning ma'lum bir sohadagi haqiqiy sarf-xarajatlarini yoki sotishlarini byudjet summolari bilan taqqoslaydi. Byudjet va xarajatlar o'zaro bog'liq bo'lsada, daromad va xarajatlarni solishtirish uchun byudjet va haqiqiy nisbatdan foydalanish mumkin.

Ushbu "byudjet tafovutlari tahlili" kichik biznes rahbarlariga biznesning ortiqcha xarajat qiladigan va qo'shimcha e'tibor talab qiladigan sohalarini aniqlashga yordam beradi. Shuningdek, u biznesning kutilganidan oshib ketgan sohalarini ham ochib beradi.

$$\text{Byudjet farqi foizi} = \text{Haqiqiy/Prognoz} - 1 \times 100$$

7. Debitorlik qarzlarning eskirishi

Debitorlik qarzlarning eskirishi - bu sizning mijozlaringiz hisoblarini to'lash uchun qancha kun kerakligini o'lchaydigan hisobot. Kompaniyalar ko'pincha schyot-fakturada mijozning necha kun to'lovni topshirishi kerakligini ko'rsatadigan kredit shartlarini o'z ichiga oladi; 30 kun odatiy hisoblanadi.

Debitorlik qarzlarning eskirishi to'g'risidagi hisobotda biznes odatda mijozlarni turli kompaniyalar va vaqt oralig'ida qancha pul yig'ish mumkinligini ko'rish uchun to'lov sanasi bo'yicha - darhol, 1-30 kun kechikish, 31-60 kun kechikish bilan tashkil qiladi.

Debitorlik qarzlari doimiy ravishda orqada qolsa, bu pul oqimi va aylanma mablag'larga zarar etkazadi. Vaqt o'tishi bilan bu daromadni yig'ish imkoniyati kamayadi. Korxonalar doimiy ravishda kechikayotgan mijozlar bilan aloqalarini uzishi kerak bo'lishi mumkin, chunki bu kechikishlar pul oqimining siqilishiga olib kelishi mumkin. Kompaniyalar kechikishlarning oldini olish uchun mijozlarga

erta to'lov uchun kichik chegirma taklif qilishni o'ylab ko'rishlari kerak.

8. Kreditorlik qarzlarning eskirishi

Kreditorlik qarzlarning eskirishi debitorlik qarzlarning eskirishiga o'xshash hisobotdir, bundan tashqari u sizning biznesingiz hisob-kitoblarini to'lash uchun qancha kun ketishini ko'rib chiqadi. Debitorlik qarzlarning qarishi kabi, kompaniya barcha majburiyatlarni bajarishi va har qanday muammolarni muddatidan oldin hal qilishiga ishonch hosil qilishi kerak bo'lgan vaqtga qarab, kelgusi hisob-kitoblarni sanab o'tadi. Daromad, naqd pul oqimi va debitorlik qarzlarning qarishi sizning yetkazib beruvchilar, texnologiya sotuvchilari va boshqa biznes hamkorlarning hisob-fakturalarini kuzatib borish qobiliyatingizga ta'sir qilishi mumkin.

Kompaniyaning hisob-kitoblarni qanchalik tez to'lashi uning kredit qobiliyatiga va kredit olish qobiliyatiga ta'sir qiladi. O'z moliyaviy majburiyatlarini bajarishga qodir bo'lgan kompaniyalar erta to'lovlardan tushgan mablag'larni biznesga qaytarishlari mumkin.

9. Zararsizlanish nuqtasi

Zararsizlik nuqtasi daromad xarajatlarga teng bo'lganda, foyda yoki zarar yo'q degan ma'noni anglatadi. Xavfsizlik marjasi sifatida ham tanilgan zararsizlik nuqtasi biznesga qachon sarflaganidan ko'proq daromad olishini bilishga yordam beradi va foyda olishni boshlaydi. Zararsizlik nuqtasini hisoblab, dasturiy ta'minot provayderi qancha litsenziyani sotishi kerakligini biladi yoki ishlab chiqaruvchi oylik xarajatlarni qoplash uchun qancha mahsulotni ko'chirish kerakligini tushunadi.

Zararsizlanish nuqtasi = $\text{Ruxsat etilgan xarajatlar} / (\text{bir birlik uchun sotish narxi} - \text{bir birlik uchun o'zgaruvchan xarajatlar})$

10. **Yalpi foyda marjasi nisbati**

Yalpi foyda marjasi koeffitsienti sotilgan mahsulot tannarxi ya'ni mahsulotni ishlab chiqarish bilan bog'liq to'g'ridan-to'g'ri xarajatlarni chegirib tashlaganidan keyin daromadni ko'rsatadi. Foiz sifatida yozilgan bu nisbat korxona oladigan har bir so'm daromad uchun yalpi foydani ochib beradi. Masalan, 60% nisbati kompaniya daromadning har bir dollari uchun 60 so'm foyda olishini bildiradi.

$$\text{Yalpi foyda marjasi nisbati} = (\text{mahsulot tannarxi}) / \text{daromad} \times 100$$

11. **Foyda marjasi nisbati**

Foyda marjasi nisbati yalpi foyda marjasi nisbatiga o'xshaydi, lekin faqat mahsulot tannarxi emas, balki ish haqi va boshqa operatsion xarajatlar kabi *barcha xarajatlarni hisobga oladi*. Standart foyda marjalari tarmoqlar o'rtasida farq qilsada, ko'plab kompaniyalar foyda marjasi nisbatini kamida 25% ni maqsad qilgan.

$$\text{Foyda marjasi nisbati} = (\text{daromad} - \text{xarajatlar}) / \text{daromad}$$

12. **Tez nisbat (sinov nisbati)**

Tezkor nisbat, shuningdek sinovi nisbati deb ataladi, korxona o'zining joriy majburiyatlarini to'lash uchun etarli aktivlarga ega yoki yo'qligini baholash orqali o'zining qisqa muddatli moliyaviy majburiyatlarini bajara olishini o'lchaydi. Tez nisbat o'nlik kasr sifatida yoziladi, 1,0 nisbati kompaniyaning o'z majburiyatlarini qoplash uchun etarli aktivlarga ega ekanligini anglatadi.

$$\text{Tez nisbat} = (\text{Naqd pul} + \text{bozor qimmatli qog'ozlari} + \text{debitorlik qarzlari}) / \text{joriy majburiyatlar}$$

13. Mijozlarni sotib olishning o'rtacha narxi

Mijozlarni sotib olishning o'rtacha qiymati kompaniya ma'lum vaqt davomida yangi mijozlarni qo'shish uchun o'rtacha qancha pul sarflashini aniqlaydi. Ushbu ko'rsatkich marketing, texnologiya, ish haqi va boshqalar uchun xarajatlarga ta'sir qiladi. Mijozlarni sotib olish qiymati odatda mahsulot yoki xizmat narxiga mutanosib bo'ladi, shuning uchun u sohaga qarab keng farq qiladi - o'rtacha chakana sotuvchi xaridorni sotib olish uchun 10000 ming so'm sarflaydi.

Tashkilot o'zining biznes modeli barqaror ekanligiga ishonch hosil qilish uchun mijozlarni sotib olish narxini mijozning umr bo'yi qiymatiga solishtirishi mumkin. Agar kerak bo'lsa, kompaniya marketing xarajatlarini kamaytirish va mijozlarni ushlab turish va sotishga e'tibor qaratish orqali mijozlarni sotib olish xarajatlarini kamaytirishi mumkin.

$$\text{Mijozlarni sotib olish qiymati} = (\text{Sotuv xarajatlari} + \text{Marketing xarajatlari}) / \text{Qabul qilingan yangi mijozlar}$$

14. Chiqib ketish darajasi

Chiqib ketish darajasi mijozlar ma'lum vaqt oralig'ida mahsulotingiz yoki xizmatigingizdan qanchalik tez-tez foydalanishni to'xtatayotganini hisoblab chiqadi. Mijozlarning chorak qismi sizning xizmatigingizdan bir yildan keyin voz kechadimi yoki ko'pchilik undan besh yil davomida foydalanadimi? Sizning sanoatingiz yoki biznes modelingiz uchun bu ishlamay qolish darajasi mantiqiyimi? Yuqori

ishlamay qolish darajasi kompaniyaga o'z takliflari haqida biror narsani o'zgartirishi, o'z mijozlarini yaxshiroq tarbiyalashi va yoki mijozlarni sotib olish narxini pasaytirishi kerakligini ko'rsatadi.

$$\text{Chiqib ketish darajasi} = \text{Yo'qolgan mijozlar} / \text{Mijozlarning boshlang'ich soni} \times 100$$

15. Naqd pul darajasi

Naqd pul darajasi kompaniyaning naqd puli tugashidan oldin qancha vaqt borligini hozirda mavjud bo'lgan pul va oyiga qancha sarflaganiga qarab hisoblab chiqadi. Ushbu ko'rsatkich korxonalarga qachon xarajatlarni qisqartirish yoki qo'shimcha mablag' olish kerakligini tushunishga yordam beradi. Agar sizning naqd pulingizning uchish-qo'nish yo'lagi vaqt o'tishi bilan qisqarsa, bu sizning kompaniyaning imkoni boricha ko'proq pul sarflayotganining belgisidir.

Naqd pul darajasi yo'lagi aylanish tezligi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, u kompaniyaning ma'lum bir vaqt ichida (odatda oylik) qancha pul sarflashini o'lchaydi. Yonish darajasi tez-tez investor tomonidan qo'llab-quvvatlanadigan startaplar tomonidan qo'llaniladi, ular o'zlarining dastlabki kunlarida pul yo'qotadilar.

8.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni kredit bilan ta'minlash shakllari

Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash deganda, bu ularga pul yoki tovar shaklidagi vositalarni ma'lum muddatga haq to'lash sharti bilan qarzga olish va qaytarib berish yuzasidan kelib chiqadigan munosabatlar tushuniladi.

Kredit berilish muddatiga ko'ra, uch turga bo'linadi:

1. Qisqa muddatli kreditlar (muddati bir yilgacha bo'lgan

kreditlar).

2. O'rta muddatli kreditlar (muddati bir yildan uch yilgacha bo'lgan kreditlar).

3. Uzoq muddatli kreditlar (muddati uch yildan ortiq bo'lgan kreditlar).

Halqaro kreditlar berilish muddatiga ko'ra birmuncha farq qiladi. Bunda bir yildan besh yilgacha muddatga berilgan kreditlar o'rta muddatli, besh yil va undan ortiq muddatga berilgan kreditlar uzoq muddatli kreditlar deb hisoblanadi.

Kredit obyekti – bu har qanday pul emas, balki faqat vaqtincha bo'sh turgan, berilishi mumkin bo'lgan pullar va tovarlardir.

Kredit to'rt xil vazifani bajaradi:

Birinchidan, pulga tenglashtirilgan to'lov vositalari (masalan, veksel, chek, sertifikat va hokazolar)ni yuzaga chiqarib, ularni xo'jalik oborotiga jalb qiladi.

Ikkinchidan, bo'sh pul mablag'larini harakatdagi, ishdagi kapitalga aylantirib, pulni pul topadi, degan qoidani amalga oshiradi.

Uchinchidan, qarz berish orqali pul mablag'larini turli tarmoqlar o'rtasida qayta taqsimlash bilan ishlab chiqarish resurslarining ko'chib turishini ta'minlaydi.

To'rtinchidan, qarz berish, qarzni undirish vositalari orqali iqtisodiy o'sishni rag'batlantiriladi.

Kreditning quyidagi asosiy shakllari mavjud:

1. Tijorat krediti.
2. Bank krediti.
3. Iste'molchi krediti.
4. Davlat krediti.
5. Halqaro kredit.

Tijorat krediti – bu sotuvchilarning haridorlarga tovar shaklida beriladigan kreditidir. Bunda tovarlar ma'lum muddatda pulini to'lash sharti bilan nasiyaga beriladi. Tijorat kreditini nasiyaga oluvchi uning egasiga veksel (qarzning majburiyatnomasi)ni beradi.

Bank krediti. Bank va boshqa kredit tashkilotlari pulni uning

sohiblariga foiz to'lash sharti bilan o'z qo'lida jamlaydilar va o'z nomidan qarzga berib, foiz oladilar. Bunda uch subyekt:

- pul egasi;
- kredit tashkiloti;
- qarz oluvchining kredit aloqasi paydo bo'ladi.

Banklar orasida tijorat banklari markaziy bo'g'in hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasining «Banklar va bank faoliyati» to'g'risidagi Qonuniga ko'ra, tijorat banklari aksiyali, pay asosida tashkil topgan va xususiy bo'ladiki, ular «kredit hisob-kitob va o'zga xil bank xizmati»ni ko'rsatadilar.

Iste'molchi krediti. Tijorat banklari tadbirkorlik uchun firmalarga, iste'molchilarga tovar sotib olish uchun qarz beradi. Buning natijasida iste'molchi krediti paydo bo'ladi. Masalan, AKShda banklar iste'molchilarga kredit kartochkalari beradi, ularga narxi 2500 dollarga qadar tovarlar harid etiladi, harid puli banklar va magazinlar bergan schyotga qarab to'lanadi. Bunday kredit g'oyat imtiyozli bo'ladi, uning foizi boshqacha qarz foizidan kam bo'ladi, xatto foizsiz ham bo'lishi mumkin.

Iste'molchi krediti aholining iste'mol ehtiyojlarini qondi-rishga mo'ljallangan. U tovar va pul shaklida bo'lishi mumkin. Xususan, yakka tartibda uy-joy qurish maqsadlariga beriladigan uzoq muddatli kreditlar – pul shaklidagi iste'molchi kreditlaridir.

Davlat krediti. Banklar davlatga ham qarz beradi. Shu bilan birga undan qarz ham oladi. Bunda davlat krediti paydo bo'ladi. Qarz va uning foizi byudjet hisobidan qaytariladi. Davlat krediti sharoitida qarz beruvchilar kamdan-kam hollarda banklar bo'ladi. Ko'pincha bu vazifani aholi, firma, korxona va tashkilotlar bajaradi.

Davlat qarzni turli shaklda, avvalo, davlat zayomlari shaklida oladi. Zayom davlatning qarzdorlik guvohnomasi bo'lib, u qarzni vaqti kelganda qaytarib olish va foiz to'lashni kafolatlaydi. Zayomlarni markaziy va mahalliy xokimiyatlar chiqaradi. Zayomlar qarz haqi to'lash jihatdan foiz to'lanadigan, yutuq chiqadigan, ham yutuq, ham foiz beriladigan va ba'zan, foizsiz ham bo'ladi.

Halqaro kredit – bu ssuda kapitalining halqaro miqyosdagi harakati bo'lib, bu harakat tovar va valyuta ko'rinishidagi mablag'larni qaytarib berishlik, muddatlilik va haq to'lashlik asosida berish bilan bog'liqdir.

Halqaro kredit munosabatlarida qatnashuvchi subyektlar bo'lib, tijorat banklari, markaziy banklar, davlat organlari, xukumat, yirik korporasiyalar hamda halqaro va regional moliya-kredit tashkilotlari hisoblanadi.

8.3. Kichik biznes va tadbirkorlik sube'ktlarida berilayotgan kredit stavkasini aniqlash tartibi

Kreditning asosiy sharti – bu qarz uchun haq to'lash. Bu haq qarz qilingan summaga nisbatan foiz hisobida olinganidan uni **qarz foizi** yoki **kreditning foiz stavkasi** deb yuritiladi. Qarz foizi pul bozorida amal qiladi. Bozorga chiqarilgan pulning narxi foiz bo'ladi. Boshqa tovarlardan farqliroq, qarz pulining narxi – bu uning ma'lum to'lov ehtiyojini qondirish xossasidagi foydalanganlik uchun beriladigan haq bo'ladi. Qarz puli kapital sifatida yoki odatdagi to'lov yoki harid vositasida ishlatiladi.

Mana shuning uchun ham qarzdor shaxs pul egasiga foiz stvakasini to'laydi. Foiz stavkasi oldindan belgilanadi.

Kreditning foiz stavkasi quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$\mathbf{KFS = KF / KM * 100;}$$

Bu yerda, KFS – kreditning foiz stavkasi, %;

KF – qarz foizi, so'm;

KM – qarz miqdori, so'm.

Kreditlarning foiz stavkasi mamlakatning ssuda kapitallari bozorida aniqlanadi. Halqaro kreditlarning foiz stavkasi esa jahon ssuda kapitallari bozorida aniqlanib, bu bozorlarning asosiy qismi London, Tokio, Nyu-York, Frankfurt, Parij va Bryussel shaharlarida joylashgan.

Kreditlarning foiz stavkasi turli omillar ta'sirida o'zgarib turadi. Bu omillarning asosiylari quyidagilardir:

Pul bozoridagi talab va taklifning nisbati, ya'ni bozorda qanday miqdorda qarz puliga talab bor va unga nisbatan qanday miqdorda qarzga beriladigan pul chiqarilgan. Talab oshsa, foiz ortadi, taklif tushsa, u kamayadi.

Tayanch iboralar:

Daromad, Asosiy samaradorlik ko'rsatgichi, xarajalar, sof daromad, pul oqimi, aylanma capital, byudjet, debitorli qarzlari, kreditorlik qarzlari, zararsizlik nuqtasi, yalpi foyda, foyda marjasi, naqd pul darajasi, kredit berish muddatlari, kredit obe'kti, bank krediti, davlat krediti, xalqaro kredit, foiz stavkasi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonasi moliyasi deb nimaga aytiladi?
2. Ko'rsatkich nima?
3. Moliyaviy ko'rsatkich deb qanaqa ko'rsatkichlarga aytiladi?
4. Tadbirkorlik sube'ktining muhim ko'rsatkichi bo'lib nima hisoblanadi?
5. Asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari qanaqa ko'rsatkich bo'lib hisoblanadi?
6. Daromad bu?
7. Aylanma kapital deb nimaga aytiladi?
8. Yalpi foyda qanday aniqlanadi?
9. Iste'mol kredit turi bu?
10. Kredit berilish muddatlariga ko'ra nechi turga bo'linadi?

9-BOB. TADBIRKORLIK ETIKASI VA MADANIYATI

9.1. Tadbirkor rahbar etikasi

9.2. Tadbirkor madaniyati

9.1. Tadbirkor rahbar etikasi

Tadbirkor faoliyati faqat tadbirkorlikning huquqiy va tashkiliy asoslariga bog'liq bo'lmasdan, u insonlar, o'zining qo'l ostida xizmat qiluvchi mutaxassislar va ishchilar, ayniqsa, chet ellik hamkasblari – biznesmenlar doirasida umumaxloqiy me'yorlarga rioya qilishi bilan ham bahoanadi. Ishdagi muvaffaqiyatning yarmidan ko'prog'i uning odobiga, madaniyatiga, dunyoqarashiga, ishbilarmonlik qoidalarini qay darajada bilishiga bevosita bog'liqdir.

Umuman, tadbirkorlik – bu madaniyat. Aytishlariga qaraganda, madaniyatli odam tadbirkor bo'lishi shart emas, ammo tadbirkor inson madaniyatli bo'lishi lozim. Arastu (Arestotel) o'z zamonida birinchi bo'lib axloq to'g'risida gapirib: “Axloq – nimani qilishimiz va nimadan o'zimizni tiyishimiz kerakligini aniqlashimizga yordam beradi”, - degan edi. Prezidentimiz I. Karimov axloq tushunchasiga quyidagicha ta'rif berdi: “Axloq – ma'naviyatning o'zagi. Inson axloqi shunchalik salom-alik, xushmuomaladangina iborat emas. Axloq bu, avvalo, insof va adolat tuyg'usi, iymon, halollik degani”.

Darhaqiqat, axloq biz uchun – avvalo, insoniy munosabatlarni shuningdek, insonlarning fe'l-atvorlarini, ularning qanchalik maqbul nuqtai-nazardan ko'rib chiqishga va baholashga imkon beruvchi bilim sohasidir. Taraqqiy etgan davlatlarda, ayniqsa, Yaponiya va AQShda firmalarning “Yetika kodeksi” va biznesmenlarning alohida kasb ustalari guruhlarining “Ishbilarmonlik kodeksi” keng qo'llaniladi. “Biznesmenlarning axloq koyedksi” birinchi marta AQShda 1913 yili ishlab chiqilgan bo'lib, unda tadbirkorlik faoliyatini yuritishning asosiy qoidalari qabul qilingan. Bu qoidalar yagona asosga jamlangan bo'lib, ular biznes sohasidagi usul va siyosatni baholashda, haqiqat va adolatlilik tushunchalari bilan uyg'unlashishi belgilangan.

Vaqt o'tishi bilan kodeks bir necha bor takomillashdi. Natijada, bu borada turli firmalar va kompaniyalar tomonidan to'plangan, ularning tajribasiga asoslangan, umumlashgan G'arb ishbilarmonlik dunyosida keng ma'lum bo'lgan quyidagi "Biznesmenning axloq kodeksi" shakllandi:

1. Umumiy qoidalar

-xususiy mulk muqaddas, daxlsiz va mulkchilikning qolgan barcha shakllari bilan bir qatorda teppa-tengdir;

-tadbirkor – ishchanlik va yaratuvchanlik missiyasining jonkuyaridir. Uning kasbi astoydil faoliyatni, ishlab pul topishni talab qiladi. Bu uning obro'-ye'tibori manbaidir;

-tadbirkor o'z mehnatining ahamiyatini anglay oladi. U o'z hamkorlaridan ishga mas'uliyat bilan yondashishni talab qiladi va uni qo'llab-quvvatlaydi;

-xususiy xo'jalik faoliyati ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanishiga olib keladi va tadbirkorga o'ziga xos majburiyatlar yuklaydi.

2. Tadbirkor va davlat

- tadbirkor davlat va uning qonunlarini to'g'ridan-to'g'ri hurmat qilishi va ularga amal qilishi lozim. O'z navbatida, u bunday yondashuvni davlatdan ham talab qilishi kerak.

3. Tadbirkor va mijoz

-tadbirkor mijoz manfaatlari, jamiyat, davlat va atrof-muhit uchun zarar keltirmaslikka, unga amal qilishga majburdir;

-mijoz manfaatlari davlatning qonun va manfaatlariga zid bo'lgan hollarda tadbirkor bu to'g'rida mijozlarni ogoh qilishga majburdir;

-mijoz ofertlar va ishlab chiqaruvchilarni tanlash huquqiga egadir. Raqobat yuksak sifat kafolatidir;

-tadbirkor mijozni bilmaslik yoki ataylab uni adashtirish, shuningdek, bajara olishga ishonchi bo'lmagan buyurtalarni qabul qilish hollariga yo'l qo'yishi mumkin emas;

-va'daga vafo va aniqlik tadbirkorning qimmatli kapitalidir. Qo'l berib tasdiqlangan so'z, imzo chekilgan shartnoma kuchiga egadir. Zero, unga ibnoan majburiy tartibda og'zaki kelishuvni aks ettiruvchi yozma shartnoma rasmiylashtiriladi;

-shartnoma munosabatlarini bajarmaslik va yomon sifat tadbirkorning jamiyat va hamkasblari olididagi g'oyat og'ir aybidir, chunki bu tadbirkorinng sharafi, nufuzi va yaxshiga nomiga zarar keltiradi;

-tadbirkor va mijoz o'rtasidagi munosabatlar majburlash asosida emas, balki ixtiyoriy va o'zaro ishonch asosida vujudga keladi.

4. Tadbirkor va yollangan ishchilar

-tadbirkor yollangan ishchilarning iqtisodiy manfaatlari va insoniy qadr-qiymatlariga nisbatan barcha mas'uliyatni o'z zimmasiga oladi. U o'z ishchilaridan qonunlarga amal qilishini talab etadi va o'zi ham shunga rioya qiladi;

5. Tadbirkor va tadbirkorlar ittifoqining boshqa a'zolari

-tadbirkorlar ittifoqi a'zolari uchun qonunga muvofiq bo'lgan (loyalniy) raqobat majburiydir va axloqning muayyan tamoyillariga amal qilishni talab qiladi;

-teng huquqli bo'lmagan sharoitdagi har qanday bozor faoliyati (raqobat) qabul qilingan me'yorlarga zid hisoblanadi. O'z xususiy mahsuloti yoki xizmatlarini raqobatchilar zaifligi hisobiga reklama qilish axloqsizlikka kiradi;

-raqobatchilik kurashida tadbirkor siyosiy mansubligi yoki jamiyatdagi egallagan mavqeyidan, afzalliklaridan foydalanishga haqqi yo'q. Tadbirkorlar raqobatchilarning mualliflik huquqi yoki patent huquqini tan olishi shart;

-kredit va nafaqalarga taalluqli takliflar tanlov asosida taqsimlanadi, natijalar zudlik bilan barcha manfaatdor tomonlarga yetkaziladi. Ittifoq a'zolari o'rtasida munozarali masalalar vujudga kelgan taaqdirda, ular o'zaro kelishuvga muvofiq bu masalani ittifoq

nazorat kengashiga kirtishi mumkin. Qabul qilingan qaror ikkala tomon uchun ham bajarilishi majburiy hisoblanadi.

6. Javobgarlik va taqiqlar

- tadbirkorlar ittifoqiga a'zolik, har bir tadbirkordan mazkur axloq kodeksiga rioya etilishini talab qiladi;

- axloq kodeksiga amal qilmaslik va uning har qanday tamoyillarini buzish, ittifoqdagi muayyan a'zoning a'ziligini to'xtatish uchun asos bo'ladi. Har bir aloqida hol ittifoq boshqaruvi tomonidan ittifoq a'zosi ishtirokida ko'rib chiqiladi;

- qaror ustidan shikoyat qilishga faqat tadbirkorlar ittifoqi syezdi oldidan imkoniyat mavjud bo'lib, uni bekor qilish yoki kuchda qoldirish masalasi ko'rilishi mumkin.

Ko'rib turibmizki, kodeksda gap tadbirkorning xulq-atvori me'yorlari to'g'risida, uning ish usuliga, kishilar bilan muomala qilish tabiatiga, ijtimoiy qiyofasiga nisbatan madaniy jamiyat qurayotgan talablar to'g'risida bormoqda.

9.2. Tadbirkor madaniyati

Tadbirkor madaniyati deganda tadbirkor adabi va iqtidori o'rtasidagi dialektik bog'lanish tushuniladi. Bu bog'lanish quyidagi fazilatlar majmuasida o'z aksini topadi:

Adab – aqlning suyanchig'i, barcha fazilatlarning mezoni. Behudaga xalqimizda: “Aql bilan adab - egizak”, deyishmaydi. Adab – yaxshilik bilan yomonlikning farqini bilish, foyda bilan zarar orasidagi tafovutni anglashdir. Adab vositasida kishi o'z jonini yomon hislatlardan davolaydi, yoqimsiz ayblardan poklaydi, chiroyli fazilatlardan bezaydi.

Adab tadbirkorni eng chiroyli xulq bilan qurollantiradi. Natijada aql egalari bunday tadbirkordan har ishda rozi bo'lishadi. Adabli tadbirkor esa kundan kunga obro' topadi, nufuzi oshadi, ishalri ravnaq topadi.

Ba'zi hakimlar adabni eng mas'um va ko'rkam fe'lga ega bo'lish desalar, ba'zilari nafsni barcha qabih odatlardan tozalash deb ta'rif berishadi. Demak, tadbirkordagi adabning mavjudligi, bu noyob ne'matning mavjudligidir.

Umuman adab ikki xil bo'ladi:

- hikmat adabi;
- xizmat adabi.

Hikmat adabi poklik va to'g'ri yo'lga yetaklaydi. **Xizmat adabi** esa badavlatlik va obro'ga yetkazadi. Har ikkisi ham ulug' fazilat bo'lib, biri aziz qilsa, ikkinchisi qudratli qiladi.

Adab rahbarni aql va axloq egasi bo'lishga, vijdonli, or-nomusli, sof ko'ngilli, subutli bo'lishga da'vat etadi.

Iymon arabcha so'z bo'lib, lug'aviy ma'nosi – ishonchdir.

Sodda qilib aytganda:

Iymon uya narsaning butunligidan hosil bo'ladi: e'tiqod, iqror va amal. E'tiqod – bu ishonch. Iqror – so'zda buni tan olish. Amal – ya'shi ishlar bilan uni isbotlash.

Insof – bu adolat va vijdon amri bilan ish tutish tuyg'usi va qobiliyati, ishda, kishilarga munosabatda halollik, to'g'rilik. Barobarlik, sofdillik va haqiqatgo'ylikdir. O'zgani o'z o'rniga va shuningdek, o'zini o'zgani o'rniga xayolan qo'yib ko'rish ham insofga kiradi. Yuqorida ta'kidlaganimizdek, to'q ochni, boy kambag'alni, baxtli baxsizni, tolei baland tolei zabunni, omadli omadsizni, sog'lom va bemorni o'z o'rniga qo'yib ko'rolsa va aksincha ham xuddi shunday bo'lsa olam guliston – insoflilar safi ko'payaveradi.

Adolat – bu barcha fazilatlar ichidagi eng oliy fazilatdir. Adolatparvar tadbirkor yoki rahbarning axloqiy hislatlari bimalol qonun o'rnini bosa oladi. Ulug' alloma Nasriddin Tusiy ijtimoiy adolatning uch asosiy talabi mavjudligini va jamiyat taraqqiyotini belgilovchi muhim omil ekanini alohida uqtirgan edi:

Adolatning birinchi talabi, aholi turli tabaqalarining o'zaro uyg'un bo'lishini ta'minlashdir.

Adolatning ikkinchi talabi, el-ulusning haq-huquqini teng ta'minlagan holda kishilarni xizmatga tayinlashda shaxsning salohiyati va imkoniyatlaridan kelib chiqish.

Adolatning uchinchi talabi, barchaning teng farovonligini himoya qilish bilan birga bu farovonlikni yuzaga keltirishdagi xizmati va huquqiga qarab, har bir inson o'z ulushini olishga imkon yaratishdan iborat.

Bundan shu xulosa kelib chiqadiki, har turli qing'ir yo'llar bilan haddan tashqari boylik orttirib o'zini qo'yarga joy topolmay, "to'qlikka sho'xlik" qiladigan kimsalarning jilovini torti qo'yish bilan birga, halol mehnat kishilariga imkoniyat yaratib berish, ularni qo'llab-quvvatlash, zarur bo'lsa, rag'batlantirib borish davlat siyosatining muhim yo'nalishlariga aylangan.

Iqtidorli deganda biror soha bo'yicha layoqatini ongli ravishda sezgan, o'zidagi qobiliyatni to'la namoyon qilish uchun qat'iyat ko'rsata oladigan kishilar tushuniladi. Iqtidorli odamlar kuch-quvvatini ayamaydi va kutiladigan natijasiga – maqsadiga yetadi, ya'ni o'zini bor bo'yicha ko'rsatadi.

Ular ishda mardlik, chidamlilik, o'z-o'zini boshqara olish, tashabbuskorlik kabi hislat va fazilatlariga ega bo'lishadi, o'z xatti-harakatlariga hamisha tanqidiy ko'z bilan qaraydilar, doimo olg'a qarab intiladilar, erishgan samaralari bilan hyech qachon cheklanib qolishmaydi. Iqtidorli insonlar o'z faoliyatlari bilan hatto ba'zi bir kamharakat katta iste'dod egalariga qaraganda ham jamiyatga ko'proq foyda yetkazishadi.

Qayd qilingan fazilatlar mujassamlanmagan rahbar rahbarlik lavozimiga yoki tanish-bilish yoki qarindosh-urug'chilik, yoinki pora berib erishgan. Bu nafaqat davlatning, balki butun xalqning turgan-bitgan sho'ridir.

Tayanch iboralar:

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonasining xuquqiy va tashkiliy asoslari, tadbirkorlik ma'daniyati, yollanma ishchilar, ahloqsizlik,

qonunlarga amal qilish talabi, iqtisodiy manfaatlar, vadaga fafo qilish, shartnima, kelishuv, hikmat adabi, adab, xizmat adabi, iymon.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati tadbirkor etik qobilyati bilan qanchalik bog'liq?
2. Biznesmenlarning axloq-odob qoidalarida nimalar yoritilgan?
3. Arastuning ilk tadbirkorlikga bog'liq qarashlari nimalardan iborat?
4. Tadbirkor faoliyatida axloq-odob qoidalariga rioya etishi uning faoliyatiga qanchalik ta'sir etadi?
5. Tadbirkor va mijoz munosabatlari qanday bo'lishi kerak?
6. Adab bu – tadbirkorlik faoliyat me'zonlaridan bo'la oladimi?
7. Tadbirkor yollanma ishchilar manfaatini qanday ko'zlaydi?

10-BOB. IQTISODIYOTDA FAOLIYAT KO'RSATAYOTGAN KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'YEKTLARINING EKSPORT SALOHIYATINI BAHOLASH

10.1. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportyor korxonalarning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi

10.1. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportyor korxonalarning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi

Eksport diversifikatsiyasi, ya'ni xorijga sotilayotgan tovarlar va xizmatlar nomenklaturasining kengayishi, jami eksportda alohida tovar yoki xizmat turi (ayniqsa, xom ashyo) ulushining katta bo'lishiga barham berilishi, mahsulotlarimiz eksport qilinayotgan mamlakatlar geografiyasini kengaytirish eksport hajmining barqaror bo'lishini ta'minlaydi, milliy iqtisodiyotning tashqi bozordagi salbiy o'zarishlarga ta'sirchanligi darajasini pasaytiradi.

Eksport tarkibida bir yoki bir necha tovarlar ulushining sezilarli darajada ortib ketishi bu tovarlar narxi pasaygan yoki ularga tashqi talab qisqargan holatlarda eksportchi korxonalarni og'ir ahvolga solib qo'yishi mumkin. Buning natijasida eksport hajmining qisqarishi valyuta tushumlarining kamayishi, tashqi savdo balansining yomonlashuvi va korxonalar moliyaviy ahvolining tanglikka yuz tutishiga olib kelishi mumkin. Shuningdek, eksport umumiy hajmining kam sonli davlatlarga bog'lanib qolishi ham qaltis holat hisoblanadi.

Prezidentimiz tomonidan ma'ruzada ilgari surilgan tayyor raqobatbardosh mahsulotlar eksportini faol oshirish va bu mahsulotlar yetkazib beriladigan mamlakatlar geografiyasini yanada kengaytirish vazifasini amalga oshirish eksport hajmini barqaror o'stirish, tashqi bozordagi o'zgarishlar ta'sirida uning hajmi keskin kamayishi xavfini bartaraf etish imkonini beradi.

Eksport qilinayotgan tovarlarni diversifikatsiya qilish, ularni import qiluvchi mamlakatlar geografiyasini kengaytirish bu

mamlakatlardan biri yoki bir guruhining iqtisodiyotida muammolar ro'y berganda ham eksport hajmining keskin pasayib ketishiga yo'l qo'ymaslik imkonini beradi.

O'tgan yillar mobaynida eksport qiluvchi korxonalarni qo'llab-quvvatlash borasida amalga oshirilgan chora-tadbirlar iqtisodiyotimizning eksport salohiyatini yuksaltirish, tashqi savdo tarkibida ijobiy siljishlarga erishish, uning hajmini barqaror o'stirish imkonini bermogda .

Shu o'rinda, O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidentining 2014 yil 7 apreldagi PF-4609-son "O'zbekiston Respublikasida investisiya iqlimi va ishbilarmonlik muhitini yanada takomillashtirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoniga muvofiq, sanoatning sermehnat tarmoqlari bo'lmish oziq-ovqat sanoati, yengil sanoat va qurilish materiallari sanoati tarmoqlarida kichik korxonalar xodimlarining o'rtacha yillik cheklangan soni 200 kishigacha oshirilganligi mazkur tarmoqlarda faoliyat yuritayotgan kichik biznes subyektlari sonining ko'payishiga imkoniyat yaratib berayotganligini alohida qayd etish zarur.

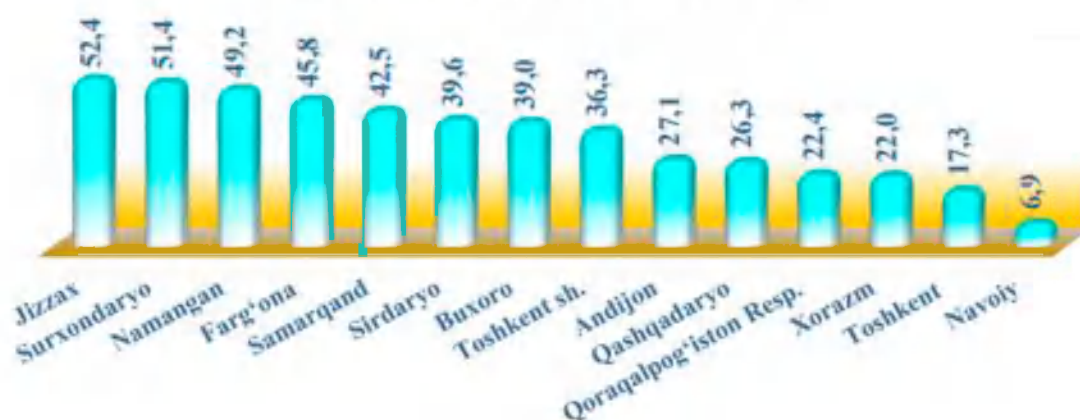
2021 yilda hududlar bo'yicha kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning sanoatdagi ulushi bo'yicha eng yuqori ko'rsatkich Jizzax 52,4 foizni tashkil etgan. Shuningdek, Surxondaryo viloyatida bu ko'rsatkich 51,4 foizni va Farg'ona 45,8 Samarqand viloyatida 42,5 foizni tashkil etgan. Mazkur ko'rsatkich bo'yicha o'rta darajada bo'lgan Andijon, Xorazm, Sirdaryo, Buxoro, va Qashqadaryo Surxondaryo viloyatlari 39-26 foiz oralig'idagi ko'rsatkichlarni qayd etgan. Toshkent viloyatida bu ko'rsatkich 17,3 foizni, Xorazm viloyatida 22,0 foizni, Qoraqalpog'iston Respublikasida 22,4 foizni va Navoiy viloyatida 6,9 foizni tashkil etib, past darajani qayd etgan (2-rasm).

Mamlakatimizda mustaqillik yillarida qishloq xo'jaligida chuqur tarkibiy islohotlar o'tkazilib, sohada bozor munosabatlarini shakllantirish, mulkchilikning nodavlat shakliga o'tish, mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish, dehqon va fermer

xo'jaliklari faoliyatini yo'lga qo'yish kabi muhim masalalarni hal etishga katta e'tibor berildi. Bugungi kunda fermerlik farakati jadal rivojlanib, dehqonchilikda: g'allachilik, paxtachilik, sholikorlik, mevasavzavotchilik hamda chorvachilikda: qoramolchilik, qo'ychilik, qorako'lchilik, parrandachilik, asalarichilik, baliqchilik yo'nalishlarida hamda mahsulotlarni qayta ishlash sohalarida faoliyat ko'rsatayotgan ko'p tarmoqli fermer xo'jaliklari rivojlanib bormoqda.

2-rasm

2021- yilda sanoat mahsulotidagi kichik tadbirkorlikning hududlar bo'yicha ulushi, % da



Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining mamlakatimiz iqtisodiyotiga kiritilayotgan jami investisiyalar hajmidagi ulushining oshib borishi ularning yangi turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarishni o'zlashtirishga qaratilgan investisiya maqsadlarida jalb qilinayotgan uzoq muddatli kreditlari hajmining oshishi bilan bog'liqdir. Shu sababli kichik biznes subyektlari tomonidan asosiy kapitalga kiritilgan investisiyalarning moliyalashtirish manbalari bo'yicha tarkibida o'z mablag'lari va bank kreditlarining ulushi eng yuqori salmoqni tashkil etadi.

2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi doirasida respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishini yanada rag'batlantirish maqsadida keng ko'lamli institutsional va tizimli islohotlar amalga oshirilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi tizimi qaytadan isloh qilinib, biznes rivojlanishini qo'llab-quvvatlashda yangi yondashuvlar tadbiq etilgani, tadbirkorlik sub'yektlarining qonuniy manfaat va huquqlarini himoya qilishning mutlaqo yangi tizimi joriy etilgani, biznes bilan muloqot qilishning, ayniqsa viloyat, shahar va tumanlarda samarali mexanizmi joriy etilgani mamlakatimizda ushbu sohada olib borilayotgan ishlarga misol bo'la oladi.

Shu bilan birga, respublikamiz tadbirkorlik sub'yektlarining tashqi bozorlardagi ishtiroki va eksport faoliyatini yanada kengaytirish uchun tegishli shart-sharoitlar yaratish ustuvor vazifalardan hisoblanadi. Ma'lumki, hozirda tashqi bozorlarda keskin raqobat va davom etayotgan iqtisodiy inqiroz sharoitida emin-erkin eksport faoliyatini yuritish, yangi bozorlarga kirib borish murakkab masala. Ushbu vaziyatda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik o'zining egiluvchanligi, qiyin sharoitlarga tezda moslasha olishi bilan eksport faoliyatining dinamikasini ta'minlaydi.

Shuni inobatga olgan holda, davlatimiz tomonidan tadbirkorlik sub'yektlari eksport faoliyatini rivojlantirish uchun ham so'nggi yillarda keng ko'lamli ishlar amalga oshirilgan. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari eksport salohiyatini yanada kengaytirish, ularga zamonaviy, chet el bozorlarida raqobatdosh mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirishda va uni eksportga chiqarishda zarur huquqiy, moliyaviy va tashkiliy yordam ko'rsatish, mamlakatimizning eksport qiluvchi tadbirkorlarini tashqi bozor kon'yunkturasi o'zgarishlari xavf-xatarlaridan ishonchli himoya qilishni ta'minlash maqsadida Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining eksportini qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tashkil etildi.

Joriy yilning o'zida ushbu Fond tomonidan 2162 ta tadbirkorlik sub'yektlariga o'z tovar va xizmatlarini eksport qilishda xuquqiy, moliyaviy va tashkiliy xizmatlar ko'rsatilgan, jumladan 1 767 ta tadbirkorlik sub'yektlariga tashqi bozorlarni o'rganishda, 127 ta tadbirkorlik sub'yektlariga xorijiy hamkor topishda, 135 ta tadbirkorlik

sub'yektlariga xalqaro ko'rgazmalarda ishtirok etish, xalqaro sertifikatlar olish va bojxona rasmiylashtiruvini amalga oshirishda ko'mak berilgan. Buning natijasida joriy yilning to'qqiz oyi yakunlari bo'yicha 395 ta tadbirkorlik sub'yektlari tomonidan 1 093 mln. dollarlik eksport amalga oshirilgan.

Tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash maqsadida esa Fond tomonidan umumiy qiymati 5 219 mln. so'm, shundan 4 030 mln. so'm miqdorida foizsiz moliyaviy qarzga moliyaviy ko'mak ajratilgan.

Bundan tashqari, yaratilayotgan imkoniyatlar va kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishi iqtisodiyotimiz raqobatbardoshligining oshishiga zamin bo'lib, kichik biznes va xususiy tadbirkorlar eksportining mamlakatimiz umumiy eksportidagi ulushi oxirgi 15 yilda 3 marotaba oshgan va bugungi kunda 27 foizga yetgan. Keyingi 5 yilda esa, eksport faoliyati bilan shug'ullanadigan korxonalar soni 1,5 barobar, kichik biznes sub'yektlari soni 1,6 barobarga oshgan.

Shuni ta'kidlash joizki, joriy yilning 7-8 iyul kunlari davlatimiz rahbarining Namangan viloyatiga tashrifi doirasida o'tkazilgan kengaytirilgan yig'ilishda belgilab berilgan Fond faoliyatini yanada takomillashtirish, viloyatlarda tadbirkorlik sub'yektlariga eksport faoliyatini amalga oshirishda ko'maklashish samarali faoliyatini tashkil etishga qaratilgan markazlar tashkil etishni nazarda tutuvchi hukumat qarori loyihasi Vazirlar Mahkamasiga kiritilgan. Uning qabul qilinishi tashqi bozorlarga chiqishda zarur moliyaviy, marketing va tashkiliy yordam ko'rsatishni yanada takomillashtiradi.

Shuningdek, tadbirkorlik sub'yekt-larining eksportga qaratilgan faoliyatini rag'batlantirish uchun bir qator soliq, bojxona imtiyozlari, boshqa preferensiyalar yaratishni taqozo etadi.

O'zbekiston Respublikasi Soliq kodeksining mos ravishda 212 va 230 moddalariga asosan:

- tovarlarni chet el valyutasida eksportga realizatsiya qilish oborotiga nol darajali stavka bo'yicha qo'shilgan qiymat solig'i solinadi;

- aksiz to'lanadigan tovarlarni ularning ishlab chiqaruvchilari tomonidan eksportga realizatsiya qilishga aksiz solig'i solinmaydi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2000 yilning 5 iyundagi 2613-sonli Farmoniga asosan eksport qiluvchi mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovi stavkasi umumiy sotish hajmida o'zlari ishlab chiqargan va erkin almashtiriladigan valyutaga sotilgan tovar (ish, xizmat)lar eksportidagi ulushi 15 foizdan 30 foizgacha miqdorda bo'lganida - 30 foizga qisqarishi va 30 va undan ko'proq foiz bo'lganida - 2 marotaba kamaytirilishi belgilab berilgan bo'lsa, joriy yilning 21 iyunida qabul qilingan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 3077-sonli qaroriga asosan, ushbu imtiyozlar o'zlari egasi bo'lgan mahsulotlarni eksport qiluvchi tadbirkorlik sub'yektlariga ham tadbqiq etilishi belgilab berildi. Shuningdek, tadbirkorlik sub'yektlariga yangi meva-sabzavot, uzum va poliz mahsulotlari haqini oldindan 100 foiz to'lash sharti bilan to'g'ridan-to'g'ri shartnomalar asosida eksport qilishga ham ruxsat etildi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining joriy yilning 2 sentyabrida qabul qilingan «Valyuta siyosatini liberallashtirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida» 5177-sonli Farmoni bilan respublikamizda ishlab chiqariladigan mahsulotlarning tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirishga, ishlab chiqarish uchun zarur mahsulotlarni import qilishda xorijiy valyutaga ehtiyoj bo'yicha mavjud bo'lgan muammolarni bartaraf etishga qaratilgan zarur shart-sharoitlar yaratib berildi. Ma'lumki, ushbu Farmon bilan yana joriy yilning sentyabr oyidan eksport qiluvchi xo'jalik sub'yektlari uchun mahsulotlar (ishlar, xizmatlar) eksport qilishdan valyuta tushumlarining majburiy sotish bo'yicha talab ham bekor qilindi.

Yana shuni alohida ta'kidlash zarurki, eksportbop, sifatli mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirish, korxonalarimiz raqobatbardoshligi yanada oshirish maqsadida, 2021 yil 29 sentyabr kuni Prezidentimiz tomonidan «O'zbekiston Respublikasi tashqi iqtisodiy faoliyatini yanada tartibga solish chora-tadbirlari

to'g'risida»gi 3303-sonli qarori qabul qilindi. Ushbu qaror bilan respublikamizda ishlab chiqarilmaydigan xom-ashyo, material, asbob-uskuna bilan korxonalarni ta'minlash maqsadida ushbu tovarlarga bojxona boji va aksiz solig'i stavkalari deyarli olib tashlandi.

Yaratilayotgan bunday imkoniyatlar shubhasiz iqtisodiyotimiz raqobatbardoshligini oshirishga, uning tayanchi bo'lgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yanada rivojlanishiga, ularning qulay ishlab chiqarish muhitida faoliyat olib borishiga va pirovardida eksportni yanada rag'batlantirishga xizmat qiladi¹⁴.

Tayanch iboralar:

Eksport, ekspotr salohiyati, eksport diversifikatsiyasi, eksport tarkibi, ekspotrning umumiy xajmi, mahsulot etkazish, tovar realizatsiyasi, aksiz solig'i, tovar va chet el valyutasi, valyuta siyosati, raqobatbardoshlik, valyuta tushumlari, sifatli mahsulotlar.

Nazorat va mulohaza uchun savollar:

1. Mamlakatning raqobatbardoshligini ta'minlovchi omillarni sharhlab bering?
2. Tarkibiy o'zgarishlar siyosatining maqsadi va vazifalari nimalardan iborat?
3. Tarmoq ichidagi, tarmoqlararo va halqaro sanoat kooperasiyasining ahamiyati va iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini takomillashtirishdagi rolini izohlang?
4. Mamlakatimizda loyihalarni mahalliyashtirish dasturiga kiritish va monitoringini olib borish mexanizmi qanday joriy etilgan?
5. Respublikamizda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish omillari va yo'nalishlari nimalardan iborat?
6. Kichik biznesni rivojlantirishda bozor infratuzilmalarining rolini tushuntiring?

¹⁴ <https://mineconomy.uz/uz/info/1864>

11-BOB. O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

11.1. Kichik biznes va tadbirkorlikni milliy iqtisodiyotning turli tarmoqlarida rivojlanishi

11.2. Kichik biznesni jadal rivojlantirish, uning iqtisodiy rivojlanishidagi rolini oshirish

11.1. Kichik biznes va tadbirkorlikni milliy iqtisodiyotning turli tarmoqlarida rivojlanishi.

Respublikamizning iqtisodiy taraqqiyoti, iqtisodiy mustaqilligi, xalqining faravon turmush darajasi, qolaversa mehnat resurslarining ish bilan bandlik darajasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivoji bilan bog'liqdir. Bu holat esa korxonalarning iqtisodiy erkinligini rag'batlantirish darajasining rivojlanishi bilan tavsiflanadi.

Istiqbolda iqtisodiyot tarmoqlarida ham o'zgarishlar yuzaga keladi. Bu holat ham kichik tadbirkorlikning rivojlanishi asosida ro'y berdi.

Hududlarning mashinasozlik va metallga ishlov berish, yengil sanoat, ayniqsa, trikotaj, tikuvchilik buyumlari tayyor mahsulot ishlab chiqarishga ixtisoslashgan sohalarida kichik biznesning o'rni va ulushi mutlaqo yetarli darajada emas. Vaholanki barcha sohada ishlab chiqarish faolligi tenglashsa ijobiy natijalarga erishamiz.

Respublikamizda kichik korxonalar tomonidan tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishning o'sishini yaratilgan imkoniyatlardan faollik bilan foydalanish evaziga ta'minlash mumkin.

Hududlar bo'yicha mahsulot ishlab chiqarish hajmining istiqbolda o'sib borish dinamikasini korxonalar miqdorining o'sib borish holati bo'yicha tahlil esak, bu holat qo'shimcha yangi kichik korxonalarning tashkil etilishi hisobiga amalga oshadi.

Yaratilgan imkoniyatlardan samarali foydalangan hududlarda yalpi hududiy mahsulotning yuqori sur'atlar bilan o'sishi ta'minlanadi. Jumladan kichik korxonalarning ishlab chiqarish samaradorligini oshirish evaziga istiqbolda ko'zlangan natijalarga erishish ta'minlanadi.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi iqtisodiy faoliyat jarayonlari va uning natijalarini aks ettiruvchi ko'rsatkichlarda kichik biznes ulushining yuqori bo'lishiga ham bog'liq ekanligi shubhasizdir.

Kam harajat hisobiga yangi ish o'rinlari yaratish imkoniyati, yirik biznes kirib bora olmaydigan bozor segmentlarini egallay olish qobiliyati, ayniqsa, xizmat ko'rsatish sohasida va uncha katta bo'lmagan mahalliy resurs bazalarini o'zlashtirishda juda qulay tashkiliy shakl ekanligi kichik biznesni rivojlantirishning ahamiyati beqiyosligini ko'rsatadi. Shu sababli ham kichik biznesni jadal rivojlantirish masalasi mahsulot ishlab chiqarishni mahalliyashtirish, xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish va shuningdek, mamlakatning eksport salohiyatini oshirish masalalari bilan chambarchas bog'langan.

Kichik biznesni rivojlantirish borasida amalga oshirilgan chora-tadbirlarning natijasi quyidagilar orqali namoyon bo'ladi:

Mamlakatimizda ishbilarmonlik muhitini yanada yaxshilash bo'yicha amalga oshirilayotgan kompleks chora-tadbirlar kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish va barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlash imkonini bermoqda. 2020-2021 yillarda yangi tashkil etilgan kichik biznes sube'ktlari soni 2021 yilga kelib 5672 tani 106 foizga o'sgan. YaIMdagi ulushi 2021 yil 2020 yilga nisbatan -0,6 birlikka pasaygan. Aynan -0,6 birlikka YAIMda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ulushining pasayishidan samarasiz iqtisodiy faoliyat yuritayapti degan xulosaga kelish mumkin (1-rasm).

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati bo'yicha ma'lumot¹⁵

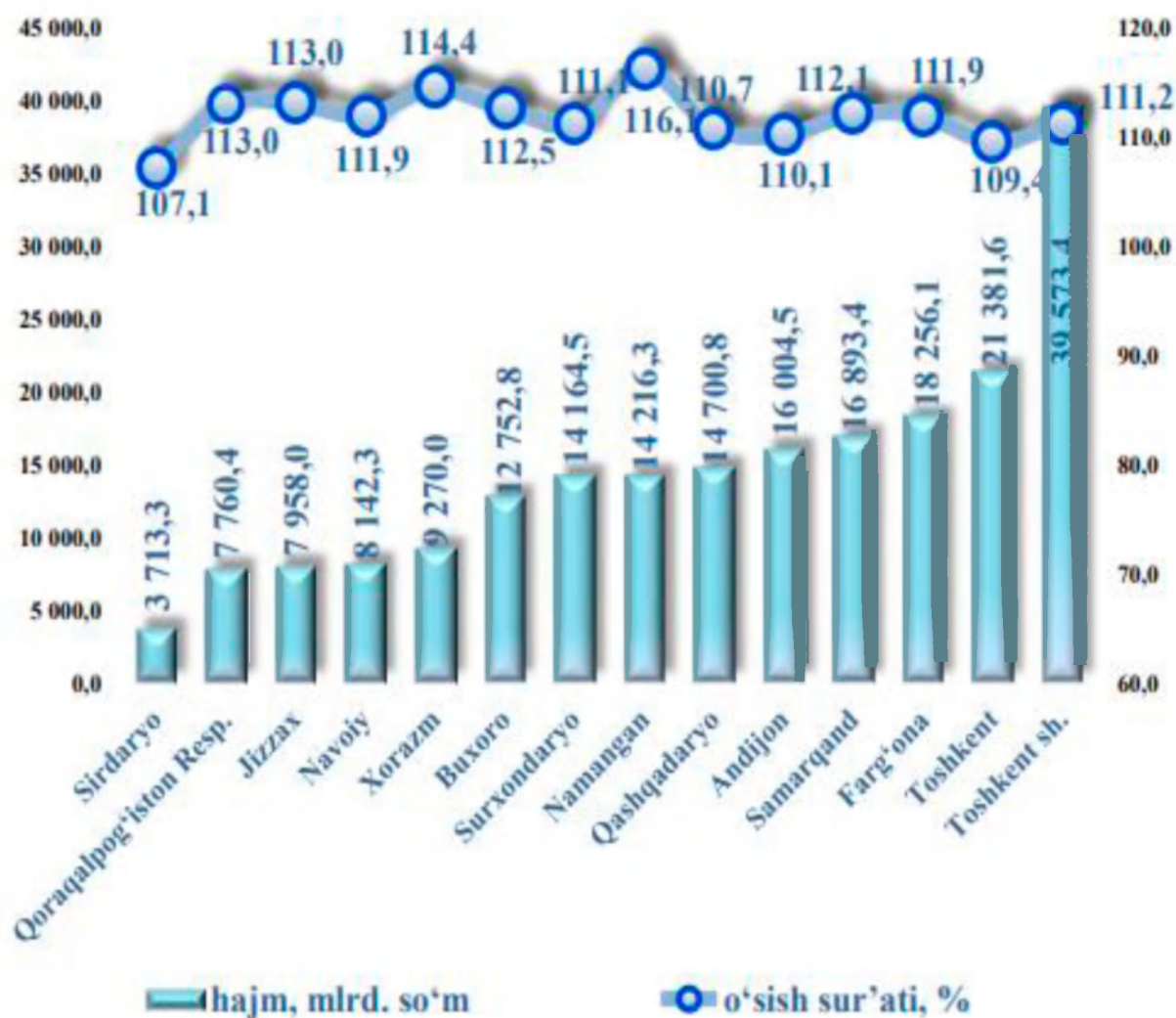
	<i>O'lov</i> <i>birligi</i>	<i>2020- y.</i>	<i>2021- y.</i>	<i>(+;-)</i>
Faoliyat yuritayotgan kichik korxona va mikrofirmalar	birlikda	411 203	462 834	51631
Yangi tashkil etilgan kichik korxona va mikrofirmalar	birlikda	93 214	98 886	5672
<i>Kichik tadbirkorlik ulushlari:</i>				
YAIM	%	55,5	54,9	-0,6
Sanoat	%	27,9	27,0	-0,9
Qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligi	%	96,7	96,7	-
Investitsiya	%	46,0	47,9	1,9
Qurilish	%	72,5	72,4	-0,1
Savdo	%	82,3	82,1	-0,2
Xizmatlar	%	51,8	51,1	-0,7
Yuk tashish	%	51,6	49,4	-2,2
Yuk aylanmasi	%	75,8	73,4	-2,4
Yo'lovchi tashish	%	93,5	92,8	-0,7
Yo'lovchi aylanmasi	%	95,2	95,2	-
Eksport	%	20,5	22,3	1,8
Import	%	51,7	48,7	-3,0

2021- yilda hududlar bo'yicha kichik tadbirkorlik (biznes)da chakana savdo tovar aylanmasi hajmi va o'sish sur'ati¹⁶

¹⁵

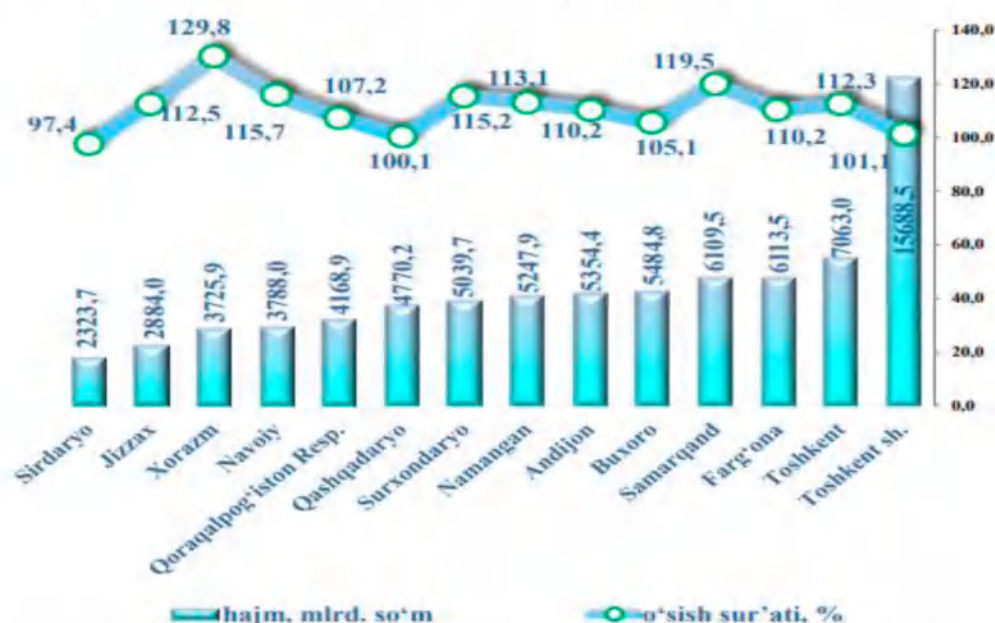
https://stat.uz/uz/?preview=1&option=com_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=366&id=2312&Itemid=10000000000000

¹⁶https://stat.uz/uz/?preview=1&option=com_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=366&id=2312&Itemid=10000000000000



2021 yilda hududlar kesimida kichik tadbirkorlik subyektlarining eng ko'p chakana savdo tovar aylanmasi hajmi Toshkent shahri (39573,4 mlrd.so'm), Toshkent (21381,6 mlrd. so'm), Farg'ona (18256,1 mlrd.so'm), Samarqand (16893,4 mlrd. so'm), Andijon (16004,5 mlrd.so'm) va Qashqadaryo (14700,8 mlrd.so'm) viloyatlari hissasiga to'g'ri keldi (2-rasm).

2021- yilda hududlar bo'yicha kichik tadbirkorlik (biznes)da bajarilgan qurilish ishlari hajmi va o'sish sur'ati



2021 yilda hududlar kesimida kichik tadbirkorlik subyektlarining eng ko'p bajarilgan qurilish ishlari hajmi Toshkent shahri (15688,5 mlrd. so'm), Toshkent (7063,0 mlrd. so'm), Farg'ona (6113,5 mlrd. so'm), Samarqand (6109,5 mlrd. so'm), Buxoro (5484,8 mlrd. so'm), Andijon (5354,4 mlrd. so'm) hamda Namangan (5247,9 mlrd. so'm) viloyatlarida qayd etildi (3-rasm).

11.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish, ularning iqtisodiy rivojlanishdagi rolini oshirish

Milly iqtisodiyotni rivojlantirish va erkinlashtirish sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni har tomonlama jadal rivojlantirish, uning qonuniy-me'yoriy asoslarini yaratish va mustahkamlashga qaratilgan iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy islohatlar dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Ushbu masala O'zbekiston Respublikasi hukumatining iqtisodiyot sohasida amalga oshirayotgan islohatlarida eng ustivor, davlat siyosati darajasida ko'tarilgan masalalardan biri bo'lib, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning jadal rivojlanishini har tomonlama qo'llab-quvvatlash, shu asosda aholining bandligi va farovonligini oshirish muammolarini hal

etishdan iborat ekanligini ko'rsatdi. Shu sababli biznes muhitini shakllantirish asosida mamlakat iqtisodiyotini har tomonlama rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy vazifalari sifatida quyidagilarni amalga oshirish vazifasi yotadi:

Birinchidan, jahon tajribasini mamlakat iqtisodiyotiga bo'lgan kichik biznes subektlari tomonidan ishlab chiqiladigan ichki bozorni zarur tovar va xizmatlar bilan to'ldiradigan, iqtisodiyotning tarkibiy negizini belgilab beradigan eng muhim sektor hisoblanadigan, shuningdek, aholini ish bilan ta'minlashda, uning daromadlarini oshirishda eng asosiy omil va manba bo'lib xizmat qilishini ta'minlash;

Ikkinchidan, Kichik biznes o'zining harakatchanligi, kam sarmoya talab qilishi hisobidan ishlab chiqarishni yengilroq va tez modernizatsiya qilish, ishlab chiqarilayotgan mahsulot turlarini yangilash imkoniyatiga ega ekani va shu tariqa bozor kon'yunkturasining o'zgaruvchan talablariga yaxshi moslasha olish qobiliyatini oshirish;

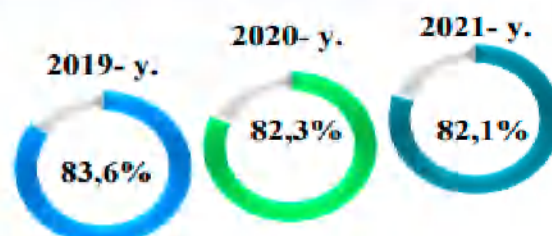
Uchinchidan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik o'sishi bilan mamlakat tayanchi va suyanchi bo'lgan mulkdorlar sinfini shakllantirish;

To'rtinchidan, Eksport va import o'rnini bosadigan tavarlar ishlab chiqarishda ustuvor mahsulotlarga ishlab chiqarayotgan biznes sube'ktlatini har tomonlama rag'batlantirish.

Shu jihatdan, respublikamizning bozor iqtisodiyotiga o'tishi sharoitida iqtisodiyotning ijtimoiy yo'naltirilishini kuchaytirish, ishlab chiqarishni iste'molchilar talablari asosida amalga oshirish va tashkil etish hamda fuqarolarni tadbirkorlik bilan shug'ullanishlariga keng yo'l ochib berish, ularning mavjud imkoniyatlardan to'la foydalanishi, yuqori samara, tashabbus va tashkilotchilik asosida tadbirkorlik faoliyatini olib borishlariga katta e'tibor qaratilayapti.

Hududlar kesimida kichik tadbirkorlikning jami sanoat mahsulotidagi eng yuqori ulushini Jizzax viloyati (52,4 %), Surxondaryo viloyati (51,4 %), Namangan viloyati (49,2 %), Farg'ona viloyati (45,8 %), Samarqand viloyati (42,5 %), Sirdaryo viloyati (39,6 %), Buxoro viloyati (39,0 %), Toshkent sh. (36,3 %), Andijon (27,1 %) va Qashqadaryo (26,3 %) viloyatlari tashkil etdi. Navoiy viloyatida (6,9 %) kichik tadbirkorlikning ulushi eng past bo'lib qolmoqda.

2021- yil yanvar-dekabr oylarida kichik tadbirkorlik subyektlarining chakana savdo tovar aylanmasi hajmi 204 787,4 mlrd. so'mni yoki umumiy chakana savdo tovar aylanmasining 82,1 % ini tashkil etib, o'sish sur'ati 2020- yil yanvar-dekabr oylariga nisbatan 111,8 % ni tashkil qildi.



Tadbirkorlarimiz oldilariga qo'ygan yuksak maqsadlariga erishishda bir qator muammolarga duch kelmoqdaki, bu - qonuniyatlari darajasida to'la anglamaslik, biznesni tashkil etish, rejalashtirish, moliyalashtirish, soliqqa tortish va boshqarishda kerakli bilim hamda ko'nikmaga ega emasliklarida namoyon bo'lmoqda. Bu esa albatta, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mamlakatimizda sust rivojlanishini asosiy sabablaridan biridir.

Tayanch iboralar:

Iqtisodiy taraqqiyot, sanoat, mashinasozlik, metallurgiya, yalpi hududiy mahsulot, samarasiz iqtisodiy faoliyat, eksport va import, tadbirkorlikni jadal rivojlantirish, ustuvor mahsulotlar, harakatlar strategiyasi, investitsiyalar xajmi, bozor konyukturasi, tashqi bozor konyukturasi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar:

1. Respublikaning iqtisodiy taraqqiyoti nimaga bog'liq?
2. Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi qanday oshadi?
3. Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi bu?
4. Mamlakatimizda hududlarni kompleks rivojlantirish ahamiyati?
5. Respublikamizda kichik biznesni rivojlantirish chora-tadbirlari nimalarda namoyon bo'ladi?
6. Kichik biznesni rivojlantirishda ishbilarmonlik rolini yaxshilash qanday amalga oshirilayapti?

GLOSSARIY

Tadbirkorlik – (ingl. yenterprise) shaxsiy daromad, foyda olishga qaratilgan fuqarolarning mustaqil faoliyati. Bu faoliyat o'z nomidan, o'z mulkiy mas'uliyati va yuridik shaxsning yuridik mas'uliyati evaziga amalga oshiriladi. Tadbirkor (frn. yentrepreneur) qonun tomonidan taqiqlanmagan barcha xo'jalik faoliyati, shu jumladan, vositachilik, sotish, sotib olish, maslahat berish, qimmatbaho qog'ozlar bilan ish olib borish bilan shug'ullanishi mumkin.

Iqtisodiy omillar – bu omil qolgan omillarga nisbatan murakab harakterga ega bo'lib, ishlab chiqaruvchi va xizmat ko'rsatuvchi korxonalar soni, iqtisodiy resurslar hajmi va sifati, asosiy fondlar miqdori, talab va taklif mutanosibligi, inflatsiya darajasi, bozor iqtisodiyoti tamoyillarining ishlayotganligi, aholining daromadlari miqdori kabi omillar.

Ijtimoiy omillar – boshqalarga nisbatan o'zining tarkibi jihatidan anchagina murakkab hisoblanadi. Sababi ba'zi omillardan farqli ularoq ijtimoiy omillarning ba'zi fragmentlarini iqtisodiy nuqtayi nazardan raqamlashtirib bo'lmaydi.

Mulkdor – moddiy va intellektual mulk obyektlariga ega bo'lgan, ularni tasarruf etish va ulardan o'z xohishiga qaratib, shu jumladan daromad olish maqsadida foydalanish huquqiga ega jismoniy shaxsdir.

Tovar birjasi – tovar namunalari haridor tomonidan oldindan ko'zdan kechirilmagan va tovarlarni minimal partiyasi belgilangan ulgurji tovar bozorining turi.

Fond birjasi. Moliyaviy tadbirkorlikning elementlaridan yana biri fond birjasidir.

Ekspertli maslahat – konsaltingning eng passiv shaklidir. Maslahatning bu turida maslahatchi diagnostika, qaror qabul qilish va ularni joriy etishni mustaqil ravishda amalga oshiradi. Mijoz esa bunday hollarda maslahatchiga kerakli axborot yetkazib berishi zarur bo'ladi.

Jarayon maslahatida – loyihani ishlab chiqish bosqichlarida konsalting firma maslahatchilari mijoz bilan faol ish olib borib, yuzaga kelgan muammolarni hamkorlikda tahlil qiladi va kerakli takliflar beradi.

O'rgatuvchi maslahatida – mutaxassislarning asosiy maqsadi g'oyalarning yuzaga kelishi, yechimlar qabul qilish uchun asos tayyorlashdir. Shu maqsadda mijozlar uchun ma'ruzalar o'qiladi, seminarlar o'tkaziladi, o'quv qo'llanmalari ishlab chiqiladi. Umuman olganda mijozlar kerakli nazariy va amaliy axborotlar bilan ta'minlanadi. Amalda esa yuqoridagi har bir maslahat turlari sof holda qo'llanilmaydi, ular kombinasiyalashgan shaklda uchraydi.

Muhtojlik – kishini biron bir narsani yetishmasligini his etishidir.

Yehtiyoj – individ shaxsning madaniy darajasiga asosan maxsus shaklga muhtojlikdir.

Talab – bu harid quvvatiga ega bo'lgan ehtiyoj.

Tovar – bu ehtiyojni yoki muhtojlikni qondira oladigan hamda bozorga e'tiborni tortish, sotib olish, ishlatish yoki iste'mol qilish maqsadida taklif etilgan barcha narsalardir.

Tijorat banki – aksiyador turdagi moliyaviy-kredit muassasasi bo'lib, asosan pul omonatlarini (depozitlarni) qabul qiluvchi va mijoz ko'rsatmasi bilan boshqa hisob-kitob operatsiyalarni amalga oshiruvchi tijorat tashkilotlariga pulli xizmat ko'rsatadi. Tijorat banklarining daromad manbai depozit (jalb etilgan) va ssuda mablag'lari o'rtasidagi farqlardan shakllanadi.

Samara – bu, ishlab chiqarilayotgan mahsulot (ish, xizmat), foyda va daromad hajmini oshirish, mahsulot tannarxini kamaytirish, sifatsiz mahsulot ishlab chiqarishni kamaytirish yoki umuman, yo'q qilish bilan bog'liq bo'lgan korxona faoliyatining ijobiy natijalaridir. Bu yutuqlar natural shaklda *ishlab chiqarish samarasini*, pul shaklida esa *iqtisodiy samarani* tavsiflaydi.

Samaradorlik, avvalo, korxona faoliyatining sifat jihatlarini tavsiflovchi tushunchadir. U “samara” toifasidan kelib chiqadi hamda unga qaraganda murakkab va kompleks tavsifga ega.

Iqtisodiy samaradorlik samaradorlikka qaraganda bir muncha tor ma'noni anglatadi. U qabul qilinayotgan qarorlarning xo'jalik yuritishda maqsadga muvofiqligini tavsiflaydi hamda barcha hollarda samaraning unga erishish uchun ketgan xarajatlar(ishlab chiqarish resurslari)ga nisbati sifatida aniqlanadi. Xarajatlar qanchalik kam bo'lsa (mahsulot sifatiga ta'sir qilmagan holda), samara shunchalik ortadi, demak, iqtisodiy samaradorlik ham ortadi.

Ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik ishlab chiqarish samaradorligini mehnat sharoitlarini, uning ijodkorlik mazmunini boyitish, aqliy va jismoniy mehnat o'rtasidagi farqni yo'qotishni inobatga olgan holda tavsiflaydi. Ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik bir vaqtning o'zida, ishlab chiqarish samaradorligini kuchaytirish, korxonaning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi, shaxsning har tomonlama rivojlanishi va uning barcha qobiliyatlaridan foydalanishning sabab va natijasi hisoblanadi. Bevosita ijtimoiy samara, xodimlarning bilim va malakasi, tajriba va madaniyatining o'sishi, aholi sog'lig'ining yaxshilanishi va umr ko'rishining uzayishida aks ettiriladi.

Mehnat qurollari (asosiy fondlar)dan foydalanish samaradorligi mahsulotning fond sig'imi va fond qaytimi ko'rsatkichlari yordamida aniqlanadi. Bunda fond qaytimi korxona asosiy fondlarining bir birligiga to'g'ri keluvchi ishlab chiqarilgan mahsulotni anglatadi, fond sig'imi esa fond qaytimiga teskari kattalik bo'lib, yangi asosiy fondlarni tashkil qilish uchun zarur bo'lgan kapital qo'yilmalarni aniqlash vazifasini bajaradi.

To'lov qobiliyati koeffitsiyenti (K_{pl}) korxonaning debitorlar bilan o'z vaqtida hisob-kitob qilish hamda tayyor mahsulot va boshqa moddiy vositalarini sotishning qulay sharoitlarda sotish orqali baholanadigan to'liq imkoniyatlarini ko'rsatadi.

Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsiyenti (K_{ss}) ularning shakllanish manbalarini inobatga olgan holda, pul mablag'lari bilan ta'minlanganlik darajasini aniqlaydi.

Moliyaviy mustaqillik koeffitsiyenti (K_{fn}) korxona moliyaviy mustaqilligining kamayishi (ko'payishi), kelajakda moliyaviy

qiyinchiliklarga uchrash xavfining kuchayishi (pasayishi) haqida ma'lumot beradi hamda korxona o'z majburiyatlari oldida javob berishining kafolatlarini belgilab beradi.

Ishlab chiqarish va korxona faoliyatining samaradorligi «moda»ga ergashish yoki avvalgi rejali iqtisodiyotning aks-sadosi emas. Korxonaning muvaffaqiyati va iqtisodiy jihatdan barqarorligi samarali xo'jalik yuritishga asoslanadi.

Sotishlar strategiyasidagi o'zgarishlar. Kompaniya-gigantlar (monopoliyalar), muvaffaqiyatida marketing katta rol o'ynagan va o'ynaydi. Lekin uning vositalari yordamida sotishlarni rag'batlantirish sohasidagi muommolar amaliy jihatdan hal etilmaydigan bo'lib bormoqda. Vujudga kelgan holatdan chiqishning yo'li bo'lib, ixtisoslashtirilgan korxonalar distribyuterlar va dillerlarni yaratishni o'z ichiga oladigan mahsulotlarni tarqatishning qiyin tizimlarini tuzish hisoblanadi. Ammo ushbu korxonalar hamma vaqt ham asosiy firma balansida bo'lishlari va bozorga faqat uning mahsulotlarini siljitishlarining imkoni bo'lmaydi. Undan tashqari distribyuterlar va dillerlar tanlash «kengligi» nuqtai nazaridan mijozlarning xoxishlarini maksimal darajada qondirish maqsadida raqobatchi gigant kompaniyalar mahsulotlarini bir joyga to'plashadilar. Shuning uchun mahsulotlarni bozorga siljitish uchun harakat qilinayotganda, kompaniya juda ko'p sonli bug'inlarga suyanishga majbur bo'ladi. Ushbu bug'inlar ichida asosiy o'rinni tadbirkor-sotuvchi (qayta sotuvchi tadbirkor) egallay boshladi.

Servis tadbirkori. Mahsulot o'zi haqida gapirishi yoki sotishni rag'batlantirishi mumkin emas. Zamonaviy iqtisodiyotning ko'pchilik mahsulotlari qiyin tarkib va harakat prinsplariga egadirlar. Bunday mahsulotlarni sistemaga birlashtirish, sistemali yaxlitlikka erishish va qo'shimcha iqtisodiy samara olishga imkon beradi. Tadbirkor-sotuvchi dastlabki mahsulot qiymatini qo'shimcha oshiradi va uning asosida (masalan blok modullar) konkret foydalanuvchi uchun konkret sistemani quradi. Shu bilan birga servis tadbirkori o'z malakasi orqali, buyurtmachiga noyob xizmatlar ko'rsata borib, bir firma

mahsulotlariga bog'lanib qolmaydi. Uning o'z kelgusi sistema uchun, hatto bir nusxadagi alohida blok modullarini yaratishi va ishlab chiqarishga buyurtma berishi mumkin.

Asosiy fondlar *korxona ishlab chiqarish vositalarining bir qismi bo'lib, ishlab chiqarish jarayonida uzoq vaqt ishtirok etada va o'zining natural-moddiy holatini yo'qotmaydi hamda o'z qiymatini tayyorlanayotgan mahsulotlarga qismlab o'tkazib beradi.* Asosiy fondlar qiymatini tayyorlanayotgan mahsulotga o'tkazish jarayoni amortizasiya deb, ushbu jarayonda to'plangan mablag'lar esa *amortizasiya ajratmalari* deb ataladi.

Noishlab chiqarish asosiy fondlari *korxona asosiy fondlarining ishlab chiqarishda bevosita ishtirok etmaydigan qismi bo'lib, shu sababli o'z qiymatini tayyor mahsulotga o'tkazmaydi.* Bular qatoriga asosan korxona balansida turuvchi turarjoy (uy-joy fondi), oshxona, profilaktoriya, klub, bolalar bog'chasi va yaslilar, sport-sog'lomlashtirish va boshqa obyektlar kiritiladi. Madaniy-maishiy va sog'lomlashtirish yo'nalishidagi noishlab chiqarish asosiy fondlari ishlab chiqarish asosiy fondlari bilan foydalanish muddati, natural shaklning saqlanishi, o'z qiymatini sekin-asta yo'qotishi kabi ko'p jihatlari bilan o'xshashdir.

Tiklanish qiymati bo'yicha - asosiy fondlar yoki ularning biron-bir qismini (binolar, qurilmalar, mashinalar, ishlab chiqarish uskunalari va hokazo) hozirgi paytdagi inflyasiya va boshqa omillarni hisobga olgan holda baholash. Baholashning bu usuli obyektning hozirgi paytdagi qayta ishlab chiqarish davrida qancha turishini ko'rsatadi. Korxona asosiy fondlarining tiklanish qiymati, taftish va inventarizasiya paytida, mamlakat miqyosida va davlat chora-tadbiri sifatida esa, asosiy fondlarni qayta baholash paytida amalga oshiriladi.

Qoldiq qiymati bo'yicha - asosiy fondlarning eskirishini inobatga olgan holda, birlamchi va qayta tiklash qiymatlari o'rtasidagi farq ko'rinishidagi baholashdir. Boshqacha qilib aytganda, bu asosiy fondlarning ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarga hali o'tkazilmagan qismidir. Korxonalar tomonidan foydalanilmaydigan hamda hisobdan

chiqarish yoki sotib yuborish mo'ljallangan asosiy fondlar ham, ko'pincha qoldiq qiymati bo'yicha, mazkur xo'jalik yilidagi narxlarda baholanadi.

Jismoniy (moddiy) eskirish asosiy fondlarning birlamchi xislatlarini ishlab chiqarishda foydalanish va tabiiy eskirish natijasida yo'qotishdan yuzaga keladi. U asosan bir xilda kechmaydi hamda ko'p jihatdan iqlimning ta'siri, asosiy fondlardan foydalanish qoidalariga rioya qilish, jumladan, xodimlarning malakasiga ham bog'liq bo'ladi.

Ma'naviy eskirish - asosiy fondlarning qadrsizlanishi yoki texnik jihatdan muddatidan avval ish qobiliyatini yo'qotilishidir. U ikki shaklda yuzaga keladi: birinchi shaklda asosiy fondlar ularning ishlab chiqarish qiymatlari pasayishi natijasida qadrsizlansa, ikkinchi shaklda asosiy fondlarning qadrsizlanishi yangi, fan-texnika taraqqiyoti ta'siri ostida, yanada samaraliroq fondlarning paydo bo'lishi natijasida ro'y beradi.

O'rtacha ta'mirlash texnik mazmuni, murakkabligi, bajariladigan ish hajmi va davriyligiga ko'ra, kapital ta'mirlashdan farq qiladi hamda sarflanuvchi mablag', vaqt va kuchni nisbatan kamroq talab etadi. Joriy ta'mirlash kabi u ham mashina yoki uskunadan foydalanuvchi korxonaning o'zida amalga oshirilishi mumkin.

Joriy ta'mirlashda asosan asbob-uskunalar tozalanadi, moylanadi, tekshiriladi, mayda kamchiliklari bartaraf qilinadi, ya'ni uskunalarining foydalanishga doimiy tayyorligi ta'minlanadi.

Ishlab chiqarish quvvati – bu, ma'lum bir vaqt davomida ilg'or texnologiyalardan foydalanish, ishlab chiqarish va mehnatni tashkil qilishning ilg'or sharoitlarida ishlab chiqarish mumkin bo'lgan mahsulotlarning maksimal darajasidir. U qoidaga ko'ra, ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmining natural ko'rinishda, ushbu korxonaning ixtisoslashganligi va mahsulotning alohida turlari o'rtasidagi o'zaro nisbatiga ko'ra aniqlanadi.

Xususiy aylanma mablag'lar doimo korxona ixtiyorida bo'lib, xususiy resurslar, asosan foyda hisobiga shakllanadi. Korxonaning

xususiy aylanma mablag'lari qatoriga ish haqi bo'yicha qarzlar, ta'minotchilar yoki hamkorlar qarzlari, buyurtmachilarning tayyorlangan mahsulot uchun to'lagan pullari kabilarni kiritish mumkin. Bu mablag'lar xususiy mablag'larga tenglashtirilgan mablag'lar yoki korxonaning barqaror passivlari deb ataladi.

Qarzga olingan aylanma mablag'lar doimo harakatda bo'lmaydi hamda korxonaning mahsulotlarni sotishdagi qiyinchiliklar, moddiy-tovar boyliklar bilan ta'minlash, mahsulot ishlab chiqarish dasturini oshirib bajarish va boshqa vaqtinchalik ehtiyojlarni qoplash uchun foydalaniladi. Ular qatoriga bank kreditlari, kreditorlik qarzlari (tijorat kreditlari) va boshqa passivlarni kiritish mumkin.

Aylanma mablag'larni normalashtirish korxonaning uzluksiz ishlashi ta'minlaydigan moddiy boylik va boshqa resurslarning minimal, lekin yetarli zahiralarini shakllantirish uchun zarur bo'lgan pul mablag'larini aniqlashda ifodalanadi. U ichki zahiralarini aniqlash, ishlab chiqarish sikli davomiyligini qisqartirish va tayyor mahsulotni tezroq sotish imkon yaratadi.

Ishlab chiqarish zahiralarini normalashtirish, korxonaning uzluksiz faoliyat yuritishini ta'minlash maqsadida amalga oshiriladi. Agar ishlab chiqarish zahiralarini normativlardan past bo'lsa, ishlab chiqarish jarayonining izdan chiqishi, ishchi kuchi va uskunalarning bekor turib qolishi, korxonaning ishlab chiqarish va iqtisodiy ko'rsatkichlari pasayishiga olib kelishi mumkin. Shu bilan bir paytda, ishlab chiqarish zahiralarining belgilangan norma va normativlardan oshib ketishiga ham yo'l qo'ymaslik kerak, chunki bu mablag'larning "muzlab" qolishiga va natijada korxona va davlatning zarar ko'rishiga olib keladi.

Joriy zahira – bu, materiallar yetkazib berish oralig'ida ishlab chiqarishni moddiy resurslar bilan ta'minlash uchun zarur bo'lgan zahiradir. Joriy zahiralar material yetkazib berish davri, oralig'i hamda xom ashyo va boshqa materiallarning sutkalik sarflanishiga to'g'ridan-to'g'ri bog'liq bo'ladi.

Tayyorlov (texnologik) zahirasidan xom ashyo va materiallarni ishlab chiqarishga kiritish uchun tayyor holga keltirishda foydalaniladi. Bunday zahiralar ishlab chiqarishning o'ziga xos xususiyatlari va texnologiyalariga ega bo'lgan korxonalardagina yaratiladi. Bunday korxonalar qatoriga yog'-moy kombinati, yog'ochni qayta ishlash korxonasi kabilarni kiritish mumkin. Mazkur hollarda tayyorlov zahirasi miqdori tayyorlov texnologiyasi va operatsiyalariga mos holda normaga solinadi.

Mavsumiy zahiralar asosan uchta sababga ko'ra yuzaga keladi: birinchidan, xom ashyo tayyorlashning mavsumiyligi; ikkinchidan, uni iste'mol qilishning mavsumiyligi; uchinchidan, materiallarni yetkazib berishning mavsumiyligi. Mavsumiy zahiralar hajmi xuddi joriy zahiralar hajmi kabi, o'rtacha bir sutkada iste'mol qilish va mavsumiy zahiralar yaratilishi lozim bo'lgan vaqtga asosan aniqlanadi.

Tugallanmagan ishlab chiqarishni normalashtirish. Tugallanmagan ishlab chiqarish bo'yicha aylanma mablag'lar normativini aniqlash korxona faoliyatidagi eng murakkab va ko'p mehnat talab qiluvchi jarayon hisoblanadi. Tugallanmagan ishlab chiqarish sifatida ishlab chiqarishning turli bosqichlarida - xom ashyoni texnik nazorat bo'limi (TNB) tomonidan qabul qilishdan to tayyor mahsulot omboriga topshirgunga qadar ishlov berilayotgan mahsulotlarni ko'rsatishi mumkin.

Aylanish koeffitsiyenti korxona aylanma mablag'larining ma'lum bir vaqt (yil, chorak) davomida amalga oshiruvchi aylanishini tavsiflaydi yoki aylanma mablag'larning har 1 so'miga to'g'ri keluvchi sotilgan mahsulotlarni ko'rsatadi.

Aylanma mablag'larni yuklanish koeffitsiyenti aylanish koeffitsiyentiga teskari bo'lgan qiymatdir. U sotilgan har 1 so'm mahsulotga sarflangan aylanma mablag'larni tavsiflaydi

Bir marta aylanish davomiyligi kunlarda o'lchanadi hamda shu davrdagi kunlar sonini aylanish koeffitsiyentiga nisbati orqali quyidagi formula asosida hisoblanadi:

Mutlaq ozod qilish korxonaning aylanma mablag'larga bo'lgan ehtiyojini kamaytirishni tavsiflaydi hamda mavjud resurslardan rasional foydalanishga oid turli tashkiliy-texnik chora-tadbirlar hisobiga amalga oshiriladi.

Nisbiy ozod qilish aylanma mablag'lari hajmining o'zgarishi hamda sotilgan mahsulot hajmining o'zgarishini aks ettiradi. Uni aniqlash uchun hisobot yilida aylanma mablag'larga ehtiyojni, mahsulotni mazkur davr mobaynida sotish bo'yicha haqiqiy aylanish hamda o'tgan davrdagi aylanishni (kunlarda) inobatga olgan holda hisoblash zarur. Ular o'rtasidagi farq ozod qilingan vositalar miqdorini beradi.

Basharot – bu, korxona, obyekt yoki hodisaning kelajakdagi ahvoli va ularni amalga oshirish variantlari va muddati to'g'risidagi ilmiy jihatdan asoslangan mulohazadir. Bashoratlarni ishlab chiqish jarayoni bashorat qilish, ya'ni kelajakni hozirgi paytdan kelib chiqqan holda oldindan ko'ra bilish deb ataladi.

Rejalashtirish – qaror qabul qilishning uzluksiz bir jarayoni bo'lib, bu jarayon davomida korxona faoliyati va rivojlanishining maqsad va vazifalari atrofda ro'y berayotgan o'zgarishlarni inobatga olgan holda vaqt bo'yicha aniqlanadi va belgilanadi hamda ularni amalga oshirish uchun resurslar aniqlanadi. Mazmuniga ko'ra, rejalashtirish texnik-iqtisodiy va tezkor-ishlab chiqarish turlariga bo'linadi.

Texnik-iqtisodiy rejalashtirish korxona faoliyatining barcha (iqtisodiy, texnik, ijtimoiy va hokazo) jihatlarini qamrab oluvchi rejalashtirish turi bo'lib, asosan bir yilga mo'ljallangan iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanish rejasi shaklida amalga oshiriladi. Mazkur rejalashtirish turining soddalashtirilgan ko'rinishi ko'pincha korxona faoliyatining yillik rejasi deb ataladi.

Tezkor – **ishlab chiqarish rejalashtirish** texnik-iqtisodiy rejalashtirishning davomi bo'lib, korxona faoliyati yillik rejasini yanada qisqaroq muddatga - sutka, o'n kunlik, oyga bo'lib muayyanlashtirish bilan tavsiflanadi. Tezkor-ishlab chiqarish

rejalashtirish-kalendar rejalashtirish va dispetcherlashdan iborat bo'ladi.

Kalendar rejalashtirishda korxona yillik rejasida va birinchi o'rinda ishlab chiqarish dasturi(mahsulot tayyorlash rejasi)ni o'n kunlik, hafta, kun va smena bo'yicha aniqlashtirish hamda bu ko'rsatkichlarni bajaruvchilarga yetkazish ko'zda tutilgan.

Dispetcherlashtirish oylik, o'n kunlik, kunlik sutka-smenalik rejalarni bajarishni tezkor boshqarishda ifodalanadi.

Strategik rejalashtirish xo'jalik yuritishning bozor tizimidagina vujudga kelib, 10-15 yillik davrni o'z ichiga oladi. U korxona rahbariyatining mas'uliyatli vazifasi hisoblanadi hamda rivojlanishning ustivor yo'nalishlarini topish va bozorda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan talabni inobatga olgan holda resurs bilan ta'minlashga qaratilgan.

Strategik rejalashtirish asosida yaqin 3-5 yilga mo'ljallangan ***uzoq muddatli rejalashtirish*** amalga oshiriladi. U korxona faoliyatining ishlab chiqarish, sotish, xarajatlar, moliya kabi turlarini o'z ichiga oladi hamda o'z mazmuni va maqsadli funksiyalariga ko'ra, strategik rejalashtirishdan farq qilmaydi.

Qisqa muddatli rejalashtirishda korxona faoliyati va rivojlanishi 1-3 yilga mo'ljallab rejalashtiriladi. Uning o'ziga xosligi shundaki, birinchi yil ko'rsatkichlari har chorakda, ikkinchi va uchinchi yil ko'rsatkichlari esa har yarim yil yoki bir yilda aniqlashtiriladi va to'g'rilashlar kiritilib boriladi. Buning maqsadi sifatida esa, reja ko'rsatkichlarining iqtisodiy muhit, bozor va fan-texnika taraqqiyotida yuz berayotgan o'zgarishlarni to'laroq aks ettirishga intilishni ko'rsatish mumkin.

Bozor munosabatlarida raqobatchilikni kuchaytirish hamda xo'jalik yuritish va hayotiy jarayonlar dinamikasi hisobiga ***joriy rejalashtirish*** amalga oshirilib, unga choraklarga bo'lingan yillik rejalar asos qilib olinadi. Ushbu rejalar qoidaga ko'ra, o'zgaruvchan bo'lib, joriy yilning birinchi uch oyi uchun ***qat'iy, hayotiy ko'rsatkichlar*** belgilanib, keyingi to'qqiz oy davomida ularga

to'g'rilashlar (korrektirovka) kiritiladi. Ular qisqa muddatli rejalarga qaraganda, ayniqsa, ishlab chiqarish harakati va moddiy-tovar boyliklari zahirasi, bahoni shakllantirish qismida yanada aniqroq hisoblanadi. Umuman olganda, korxonaning turli bo'lim va xizmatlari vazifalari bunday rejalarda o'zaro bog'lanadi.

Umumiy va umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar korxonada ishlab chiqarish rivojlanishining yo'nalishi va darajasini aks ettiradi. Bunday ko'rsatkichlar qatoriga ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmi, mehnat, tannarx va jamg'armalar bo'yicha ko'rsatkichlarni kiritish mumkin.

Xususiy ko'rsatkichlar umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar asosini tashkil qiluvchi alohida elementlarni, masalan, material, yoqilg'i, energiya va shu kabilarning mahsulot tannarxidagi salmog'ini tavsiflaydi. Shuningdek, bu ko'rsatkichlar asosiy ko'rsatkichlar darajasiga ta'sir o'tkazuvchi alohida omillarni ham tavsiflab beradi. Masalan, yordam ko'rsatuvchi ishchilar salmog'ining mehnat, ishlab chiqarishi darajasiga ta'siri; asbob-uskunalarni ish bilan ta'minlash ko'effitsiyentining ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmi va korxona ishlab chiqarish dasturining bajarilishiga ta'siri; xom ashyo va materiallardan foydalanish ko'effitsiyentining mahsulot tannarxi pasayishiga ta'siri va hokazolar.

Umumlashtiruvchi hamda xususiy ko'rsatkichlar ikkita kategoriyaga - miqdor (absolyut) va sifat (nisbiy) kategoriyalariga bo'linishi mumkin.

Miqdor ko'rsatkichlari korxonaning ishlab chiqarish va xo'jalik yuritish faoliyatini hajm o'lchamida izohlaydi. Bunday ko'rsatkichlar qatoriga ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar miqdori, ishlayotgan xodimlar soni va mehnatga haq to'lash fondi, mashina va asbob-uskunalar parki, ishlab chiqarish dasturini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan materiallar miqdori, sex hamda ish joylari soni va hokazolarni kiritish mumkin.

Sifat ko'rsatkichlari korxonaning ishlab chiqarish faoliyatidagi o'zgarishlarni nisbiy kattaliklar: mehnat mahsuldorligining o'sishi, mahsulot tannarxining bazis davrga (yoki reja hisobotiga) nisbatan

foizlarda kamayishi, mahsulotning to'liq tannarxiga nisbatan foizlarda daromad hajmi, korxona rentabellik darajasining o'sishi va shu kabilar yordamida tavsiflaydi.

Rejalashtirish uslubiyati – bu iqtisodiyotni boshqarishning turli bo'g'inlarida, jumladan, korxonalarni boshqarishda rejalarni ishlab chiqish usullari majmuasidir. Avvalgi rejali iqtisodiyot sharoitlarida u avvalo reja organlarining, ham sobiq ittifoq miqyosida, ham alohida respublikalar miqyosida amal qilgan ***iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishning asosiy yo'nalishlarini ishlab chiqish bo'yicha uslubiy ko'rsatmalarga*** tayanar edi. Iqtisodiyotning muhim soha va tarmoqlarini joriy va istiqbolli rejalashtirish ushbu ko'rsatmalar asosida amalga oshiriladi.

Norma (me'yor) – bu, belgilangan sifatdag mahsulot birligi (ish, xizmat) tayyorlash uchun sarflanuvchi xom ashyo, material, yoqilg'i, energiya va boshqa resurslardan foydalanishning yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan maksimal yoki minimal chegarasidir. Agar resurslardan foydalanish normalarini kamaytirish mahsulot sifatining pasayishiga yoki belgilangan standartlar talablarining buzilishiga olib keladigan bo'lsa, u holda bu normalarni kamaytirish mumkin emas.

Normativ – bu, nisbiy kattalik bo'lib, asosan foizlar yoki koeffitsiyentlar yordamida aks ettiriladi. U mehnat vositalari va predmetlaridan foydalanish darajasini, ularning har bir maydon birligi, og'irlik birligi, hajm birligiga sarflanishini tavsiflab beradi. Masalan, asosiy fondlarning birlik qiymatiga mahsulot ishlab chiqarish (fond qaytimi), sutning moylilik, vinoning spirtlilik darajasi (foizlarda), avtomashinaning bosib o'tgan yo'li, avtomobil shinasining ekspluatatsiyasi va hokazo.

Komplekslilik tamoyili ishlab chiqarishni, birinchidan, zamon va makonda, ikkinchidan, ishlab chiqarishni boshqarishning gorizontal va vertikalida, uchinchidan, ishlab chiqarishning resurs asoslarini ta'minlashda, to'rtinchidan, ishlab chiqarishdagi "tor joylarni" hisobga olish va ularni yo'qotish chora-tadbiralrida, beshinchidan, xodimlarning o'z mehnatlari natijasidan moddiy va ma'naviy

qoniqishida, oltinchidan, korxonaning mo'ljallanayotgan daromad yoki foyda olishini amalga oshirishni ko'zda tutadi.

Proporsionallik nafaqat ishlab chiqarishni rejalashtirishda, balki ishlab chiqarishni boshqarishda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Zarur proporsiyalarga amal qilish ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchining sexlar va ish joylari bo'yicha hamda ishlab chiqarish bosqichlarida to'g'ri taqsimlanishiga va ulardan to'g'ri foydalanishga ko'maklashadi. Proporsiyalarga amal qilmaslik esa, aksincha, ishlab chiqarishning ba'zi uchastkalarda kuchayib, boshqalarida pasayishiga, ya'ni disproporsiyalarning vujudga kelishiga hamda korxonalarning noritmik tarzda faoliyat yuritishiga sabab bo'ladi. Zaruriy proporsionallikni ta'minlashda ishlab chiqarishni tashkil etishni texnik-iqtisodiy normalashtirish katta rol o'ynaydi.

Rejalashtirishning uzluksizligi ishlab chiqarishni va umuman, korxona faoliyatini tashkil etishning muhim tamoyili hisoblanadi. Bu tamoyil amalda joriy rejalarning istiqboldagi rejalar bilan, istiqboldagi rejalarning esa bashoratlar (prognoz) bilan bog'liq bo'lishida o'z aksini topadi. Boshqacha qilib aytganda, rejalashtirish qisqa muddatli tavsifga ega bo'lgan indikativ reja tabiatiga mos kelmovchi, yanvardan martgacha yoki martdan dekabrgacha, ya'ni "...dan" "...gacha" tamoyili asosida amalga oshirilmasligi lozim. Rejalashtirishning "...dan" "...gacha" tamoyilini inkor qilganda biz avvalo vaqt bo'yicha rejalashtirish uzilishining oldini olishni ko'zda tutamiz. Masalan, o'sha indikativ reja o'z davomiga ega bo'lishi, ya'ni korxona o'z faolitini yanvar-mart oylariga rejalashtirganda keyingi davrlarda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan vazifalarni ham, albatta, bozor kon'yunkturasi, iste'molchilar manfaati va ishlab chiqarish holatlarining o'zgarishini ko'zda tutishi lozim. Bu vazifa asosan yil davomida amalga oshiriluvchi rejalarni aniqlashtirish va muayyanlashtirish yo'li bilan bajariladi.

Optimallik ham rejalashtirish tamoyillari qatoriga kiradi. Rejalar barcha ishlab chiqarish resurslaridan chiqitlar va yo'ldosh mahsulotlardan keng foydalanishni inobatga olgan holda iloji boricha

rasional va unumli foydalanishni ta'minlashi hamda yuqori natijalarga erishish uchun eng samarali yo'llarni tanlashi kerak.

Moslashuvchanlik rejalashtirishning bozor sharoitlaridagi muhim tamoyili hisoblanadi. U ishlab chiqarish rejalariga o'z vaqtida o'zgartirishlar kiritish, iste'molchilar va xaridorlar talablarini hisobga olish, ishlab chiqarishning yuzaga kelishi mumkin bo'lgan pasayishi va inqirozlarning oldini olishga yordam beradi. "Korxonalar to'g'risida"gi qonun ishlab chiqarishni rejalashtirishda ushbu tamoyilni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan sharoitlarni yaratadi.

Tadbirkorlik - korxonalar xo'jalik yuritish faoliyatining uzluksiz qismi bo'lib, foyda (daromad) olish va uni ko'paytirishga qaratilgan bo'ladi. Korxonalar hayotida u, boqibeg'amlikka berilish, turg'unlik va isrofgarchilikni inkor qilishni anglatadi. Korxona rahbari yoki mutaxassis tadbirkorlik va tashabbuskorlik "ruhiga" ega bo'lmasa, demak, u bo'sh yoki yomon xodim, xizmatda belgilangan soatlarni o'tkazib o'tiruvchi shaxs hisoblanadi. Aksincha, tadbirkorlik va tashabbuskorlik "ruhiga" ega bo'lgan mutaxassis yoki mansabdor shaxslar ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va rivojlantirish, mehnat sifatini ko'tarish va korxonaning oladigan daromadlarini ko'paytirish yo'llarini izlab topadilar.

Korxona, uning mahsulot va xizmatlari tavsifnomasi bo'limida korxonaning joylashgan manzili, bozorga chiqish shakli, bozordagi ulushi, asosiy raqobatchilari va ularning kuchli tomonlari, texnologiya darajasi va xarajatlar tahlili aks ettiriladi.

Ish haqi - har bir xodimning sarflagan mehnati miqdori va sifatiga mos ravishda taqsimlanuvchi va xodim tasarrufiga pul shaklida kelib tushuvchi milliy daromadning bir qismidir. Ish haqi—bu mehnat uchun mukofotdir.

Xodimlar mehnatiga haq to'lash ishlab chiqarish jarayoniga jalb qilingan mehnat resurslarining bahosidir. Boshqacha qilib aytganda, ish haqi – bu, mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining korxona xodimlari mehnatiga haq to'lash uchun sarflanuvchi qismidir.

Ish haqining *nominal* va *real* turlari mavjud.

Nominal ish haqi—bu xodimning ma'lum bir vaqt mobaynida bajargan mehnati uchun hisoblangan va to'langan ish haqidir.

65) Real ish haqi—nominal ish haqiga sotib olish mumkin bo'lgan tovar va xizmatlar miqdori; real ish haqi – bu, nominal ish haqining “iste'mol qobiliyati”dir.

Mehnatga ishbay haq to'lash ishlab chiqarilgan mahsulot (bajarilgan ish, ko'rsatilgan xizmat) uchun to'lanadigan haqni anglatadi.

Korxonalarda ko'pincha faqat ishbay emas, balki ishbay-mukofotli haq to'lashdan foydalaniladi.

Mehnatga ishbay-mukofotli haq to'lashda ishchi bajargan ishiga haq olishdan tashqari, mukofotga ham ega bo'ladi. Mukofot asosan ma'lum bir ko'rsatkichlarga erishish - mahsulot ishlab chiqarish rejasini bajarish, mahsulot sifatini oshirish, xom ashyo va materiallarni tejash va shu kabilar uchun beriladi.

Mehnatga vaqtbay haq to'lash tarif tizimida ko'zda tutiluvchi ishlab berilgan vaqt - kalendar vaqt emas, balki normativ vaqt uchun to'lanadigan haqni anglatadi.

Vaqtbay-mukofotli haq to'lashda ishchi ishlab bergan vaqtiga haq olishdan tashqari, ushbu ish haqiga ma'lum bir foiz hisobida mukofot ham oladi.

Mehnatga akkord haq to'lash tizimi mehnatga ishbay haq to'lashning bir turi bo'lib, uning mohiyatiga ko'ra, bunda bajarilishi kerak bo'lgan ishlarni muddatini ko'rsatgan holda baholash amalga oshiriladi.

Tarif stavkasi—turli guruh va kategoriyadagi ishchilarning vaqt birligidagi mehnati uchun to'lanuvchi haqning mutlaq (absolyut) o'lchamidir. Minimal tarif stavkasi yoki birinchi razryadli stavka boshlang'ich hisoblanadi. U eng oddiy mehnat turiga to'lanuvchi haq darajasini belgilab beradi.

Investisiyalar – korxonalar va xalq xo'jaligi miqyosida yangi ishlab chiqarish korxonalari yaratish yoki mavjud korxonalarni zamonaviylashtirish, ilg'or texnika va texnologiyalarni o'zlashtirish,

mahsulot ishlab chiqarish va foyda (daromad) olishni ko'paytirish maqsadida uzoq muddatli mablag'lar kiritilishidir. Investisiyalar ijtimoiy ishlab chiqarish tuzilmasini yaxshilash, ishlab chiqarishdagi nomutanositliklarini bartaraf qilish va iste'mol bozorini ta'minlashda alohida e'tiborga ega.

Kapital qo'yilmalar asosiy fondlarni qayta tiklash va o'stirish uchun sarflanuvchi moddiy, mehnat va pul resurslaridir. Ular asosan bir vaqtning o'zida amalga oshiriladigan xarakterga ega bo'lib, ishlab chiqarish xarajatlari yoki mahsulot tannarxi shaklidagi, joriy xarajatlardan farq qiladi. Kapital qo'yilmalar maqsadli xarakterga ega bo'ladi hamda xodimlarga mukofot to'lash, xizmat safari (komandirovka) xarajatlari va hokazolarga sarflanishi mumkin emas.

Moliyaviy investisiyalar qimmatbaho qog'ozlar, aksiya va obligatsiyalar sotib olish, pul mablag'larini banklarga foiz olish maqsadida depozit hisob raqamlariga qo'yish bilan ifodalanadi.

Real investisiyalar pul mablag'larini kapital qurilish, ishlab chiqarishni rivojlantirish va kengaytirishga kiritishni ifodalaydi. Real investisiyalar korxona, tarmoq va butun xalq xo'jaligining kuch-quvvatini belgilab beradi.

Lizing - moliyaviy-kredit munosabatlarining shakllaridan biri bo'lib, korxonalarning qurilma va asbob-uskunalarni ishlab chiqaruvchi korxonalar yoki maxsus tashkil qilingan lizing kompaniyalaridan uzoq muddatga ijaraga olishini anglatadi. Lizing bitimida ko'rsatilgan tomonlardan tashqari investision loyihalarni moliyalashtirish hamda ularni buning uchun zarur bo'lgan mablag'lar bilan ta'minlash imkoniyatiga ega bo'lgan tijorat yoki investision banklar ham ishtirok etishi mumkin.

ASOSIY ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitusiyasi. 2018 y.
2. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. T.: TDIU, 2010.
3. Samadov A.N., Ostanaqulova G.N. Kichik biznes va tadbirkorlik. T.: Moliya-iqtisod, 2008.

QO'SHIMCHA ADABIYOTLAR

4. O'zbekiston Respublikasi Konstitusiyasi. O'zbekiston Respublikasi qonun xujjatlari to'plami, 2014-u., 16-son 176-modda
5. O'zbekiston Respublikasining 2019 yil 30 dekabrdaqi №URQ-599 “O'zbekiston Respublikasining Solik kodeksiga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish to'g'risida”gi” Qonuni;
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldaqi “O'zbekiston Respublikasini uanada rivojlantirish buuicha Xdrakatlar strategiyasi to'g'risida”gi RF-4947-son Farmoni, //O'zbekiston Respublikasi qonun xujjatlari to'plami, 2017-u., 6-son, 70-modda.
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 24 yanvar 2020 yil
8. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalkimiz bilan birga kuramiz. - Toshkent: “O'zbekiston” NMIU, 2017. - 488 b.
9. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. - Toshkent: “O'zbekiston” NMIU, 2017. - 56 b.

Axborot manbaalari

10. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi xukumat portali.
11. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
12. www.mehnat.uz – O'zbekiston Respublikasi Bandlik va

mehnat munosabatlari sayti

13. www.ziynet.uz – Axborot ta’lim portali.

14. <https://open.umn.yedu> – Bepul elektron o’quv adabiyotlar manbasi.

MUNDARIJA

KIRISH.....	3
1-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK	
IQTISODIYOTINING MOHIYATI VA MAZMUNI.....	5
1.1.Kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari, ularning mohiyati va mazmuni.....	5
1.2.Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari.....	8
1.3.Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari.....	10
1.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsadi va vazifalari.....	13
2-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK	
IQTISODIYOTI FAOLIYATINING TURLARI VA	
ShAKLLARI.....	17
2.5. Tadbirkorlik turlari, ishlab chiqarish tadbirkorligining muhim xususiyatlari.....	17
2.6. Tijorat tadbirkorligining asosiy jihatlari.....	19
2.7. Moliyaviy tadbirkorlik mohiyati	21
2.8. Maslaxat tadbirkorligini amalga oshirish yo'llari.....	22
3-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING	
IQTISODIY FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA	26
BOSHQARISH.....	
3.4. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi.....	26
3.5. Kichik biznes subyektlarini bank, soliq va moliya muassasalaridan ro'yxatdan o'tkazish tartibi.....	34
3.6. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalariga lisenziya berish tartibi.....	35
4-BOB. IQTISODIYOTNING KICHIK BIZNES VA	
TADBIRKORLIK SUB'YEKTLARIDA MARKETING	
FAOLIYATINI TASHKIL ETISH.....	39
4.1.Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati.....	39
4.2.Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentasiyasining mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari.....	41
4.3.Bozor imkoniyatlarida biznesdagi kuchli tomonlarning	

muvofigligi.....	44
5-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK	
FAOLIYATINI REJALASHTIRISH.....	47
5.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning	
maqsadi va vaziflari.....	47
5.2.Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda	
biznes rejaning ahamiyati va asosiy bo'limlari	
tavsifi.....	51
6-BOB. IQTISODIYOTNING KICHIK BIZNES VA	
TADBIRKORLIK SUB'YEKTLARIGA XIZMAT	
KO'RSATUVCHI BOZOR INFRATUZILMALARI.....	58
6.1.Infratuzilma tushunchasining mohiyati va mazmuni.....	58
6.2.Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning	
roli.....	62
6.3.Tijorat banklari depozitlariga aholi va xo'jalik subyektlari	
bo'sh pul mablag'larini jalb etish va bank xizmatlari turini	
rivojlantirish.....	65
7-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK	
IQTISODIYOTI SUB'YEKTLARIDA ISHLAB CHIQARISH	
HARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXI	
TAHLILI.....	72
7.1.Kichik biznes va tadbirkorlik sube'ktlarida ishlab chiqarish	
harajatlari to'g'risida tushuncha.....	72
7.2.Mahsulot tannarxiga kiritiladigan harajatlar.....	74
7.3.Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari.....	76
8-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK	
SUB'YEKTLARINING MOLIVAVIY FAOLIYATI	
TAHLILI	79
8.1.Kichik biznes va tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini	
ifodalovchi ko'rsatkichlar.....	79
8.2.Kichik biznes va tadbirkorlikni kredit bilan ta'minlash	
shakllari.....	88
8.3.Kichik biznes va tadbirkorlik sube'ktlarida berilayotgan	
kredit stavkasini aniqlash tartibi.....	91
9-BOB. TADBIRKORLIK ETIKASI VA	
MADANIYATI.....	93
9.1.Tadbirkor rahbar etikasi	93
9.2.Tadbirkor madaniyati.....	96

10-BOB. IQTISODIYOTDA FAOLIYAT KO'RSATAYOTGAN KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUB'YEKTLARINING EKSPORT SALOHIYATINI BAHOLASH.....	100
10.1.Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportyor korxonalarning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi.....	100
11-BOB. O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....	107
11.1.Kichik biznes va tadbirkorlikni milliy iqtisodiyotning turli tarmoqlarida rivojlanishi.....	107
11.2.Kichik biznesni jadal rivojlantirish, uning iqtisodiy rivojlanishidagi rolini oshirish.....	111
GLOSSARIY.....	114
ASOSIY ADABIYOTLAR.....	130
QO'SHIMCHA ADABIYOTLAR.....	130
Axborot manbaalari.....	130

Q.J.Mirzayev, G'.S.Mustafoyev, N.Sattorova

BIZNES VA TADBIRKORLIK ASOSLARI

O'quv qo'llanma

Muxarrir:	Z.N. Bobodustov
Musahhih:	Zavqiy Meliev
Sahifalovchi:	Jamshid Shodmonov

© “FAN BULOG’I” nashriyoti, Samarqand – 2022 y.

ISBN: 978-9943-8337-3-9

Nashriyot lisenziyasi:
№ 4341-5160-642s-944b-ab74-5062-3969
Bosishga ruxsat etildi: 15.07.2022 y.
© “FAN BULOG’I” nashriyoti. Samarqand sh.
S. Buxoriy kuchasi, 1-11 uy.

**Qog‘oz bichimi A5, Ofset qog‘oz.
“Times New Roman” garniturasini
Nashr bosma tabog‘i 8.37
Buyurtma № 0122A. Adadi 25 nusxa**

**Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
matbaa bo‘limida chop etildi.
11.04.2022 y. LICENSE № 025316
REESTR №X-119112
Manzil: Samarqand shahar, Shoxrux ko‘chasi 60-uy,**



ISBN: 978-9943-8337-3-9



978-9943-8337-3-9